

DALMO PERES – Produtor cultural

Diretor sócio da empresa Caderno 2 Produções, responsável por projetos como o “Música no Parque” e o “MPB Petrobras”.

1. Quem é Dalmo Peres?

Eu sou natural de Minas Gerais e minha formação é na área de Engenharia Civil. Cheguei à Bahia em 1985 e foi quando comecei a conhecer pessoas ligadas às artes. Como estava em crise com a engenharia, comecei a descobrir algumas possibilidades de atuação em gerência na área da cultura. Como não tinha ainda muita afinidade com a área, fui entrando devagarzinho, fazendo algumas coisas. Só depois de dois ou três anos consegui me desarticular das outras coisas para trabalhar somente com cultura. Fui o primeiro empresário da cantora Margareth Menezes, tive a oportunidade de trabalhar com Gilberto Gil, isso de alguma maneira me deu um respaldo interessante, possibilitando que eu começasse a estruturar a empresa e produzisse a peça “A Bofetada”. A peça tem já tem 25 anos, nós trabalhamos com eles no começo, durante os seis primeiros anos. Começamos a fazer sucesso fora da Bahia, no Rio, em São Paulo. Viajamos com para as principais cidades do país e do interior também, para onde a peça ia era um grande sucesso. Concomitantemente criamos a Caderno 2 Produções e começamos a desenvolver trabalhos na área cultural.

2. O que você entende por “cultura”? Como você avalia as políticas culturais e o mercado cultural na Bahia?

Cultura, na essência da palavra, é um conjunto de manifestações artísticas, sociais e linguísticas que caracteriza a estrutura de um povo, cria um mosaico da identidade de um povo. Com relação às políticas culturais e o mercado cultural na Bahia, nunca fomos uma empresa muito focada na questão política. Somos uma empresa comercial. Nós temos sensibilidade, porque se você não tiver sensibilidade não pode trabalhar em uma área dessas, mas temos também um foco muito comercial. Precisamos ganhar dinheiro para termos a Caderno 2 Produções funcionando. O Governo do Estado da Bahia está tentando manter as suas políticas culturais. Nunca vi políticas culturais por parte da Prefeitura de Salvador, parece que vamos ter alguma coisa agora, nessa gestão com o Fernando Guerreiro e o Guilherme Bellintani, mas a verdade é que não tivemos nada ao longo desse período que eu estou em Salvador. Houve um período no Governo do Imbassahy que existia uma sensibilidade um pouco maior, nessa época conseguimos estabelecer uma parceria interessante, foi quando construímos o palco no Parque da Cidade para o projeto “Música no Parque”. Então acredito que o Governo tem procurado fazer um esforço, tentado manter suas políticas através dos seus editais e, principalmente, do Faz Cultura, que é uma ferramenta que melhorou muito o processo cultural e também o de gestão cultural no Estado. Até 1997 não existia Lei Estadual de Incentivo à Cultura e a Caderno 2 trabalhava no risco. Às vezes você fazia um show com grandes riscos, se chovia e o público resolvia não ir, com certeza o evento dava prejuízo. Numa ocasião estava em temporada no Rio com “A Bofetada”, no Teatro Ipanema, e ao lado

www.producaoculturalba.net

do teatro tinha a Faculdade Cândido Mendes, onde existia um curso sobre Lei Rouanet, e Rosana, que é minha esposa e sócia, estava comigo lá. Resolvi fazer esse curso para mudarmos a estrutura da empresa e passar a trabalhar com projetos, que era uma coisa que daria mais tranquilidade para nós. A partir daí nós começamos a desenvolver projetos na Lei Rouanet, que era na época Lei Sarney, e em 1997 veio o FazCultura. Em Salvador, o mercado em que a Caderno 2 está inserido é muito focado nas leis de incentivo. O mercado profissional, que é o mercado da música baiana, do axé, do pagode, é muito bem estruturado a ponto de não precisar desse recurso. Tenho relacionamentos com algumas pessoas da área e existe uma estrutura bem feita por parte dessas empresas. São realmente muito profissionais, souberam desenvolver esse segmento. Sabiam que isso não ia funcionar se trabalhassem só aqui e só no Carnaval, por isso criaram um carnaval para o ano inteiro no Brasil. Não é a minha praia, não aprecio esse tipo de música, mas respeito muito o que esse povo faz, é um pessoal que está na frente. Infelizmente, nós não conseguimos chegar numa sistemática de gestão comercial em Salvador porque a gente não tem mercado para isso. Temos uma gama de patrocinadores extremamente pequena se comparada ao que eles têm. Todas as grandes marcas querem estar associadas a eles, marcas de eletrodomésticos, de cerveja, etc., marcas que geralmente não se interessam pelo nosso mercado.

3. Como você avalia os espaços culturais na Bahia? Quais as principais carências?

É carente. Estamos vendo aí a briga para manter o Teatro Jorge Amado. Provavelmente, é mais um equipamento que vai para o “beleléu”. Mas estou confiante que vamos fazer barulho e que os governantes irão se sensibilizar e encontrar uma maneira de contornar a situação. Voltando, os espaços culturais são muito escassos. Um dia desses estava vendo uma pessoa nas redes sociais dizendo que quando se mudou para Bahia, nos anos 80, aqui tinham “x” teatros e em Curitiba tinham “x”, hoje dobrou a quantidade de espaços em Curitiba e reduziu pela metade a quantidade aqui. É uma carência muito grande. Por exemplo, um produtor quer fazer um show na Concha Acústica do TCA de lançamento de um DVD do Otto, que é um artista que eu admiro. Contudo, quando você bota no papel o preço que você pode cobrar, a conta não fecha de jeito nenhum. Então, se você não tem um patrocínio para cobrir isso, e não é fácil você conseguir um patrocínio o tempo todo para esse tipo de artista, acaba que quem atua nesse nicho trabalha muito apertado. Tive que optar por ganhar menos, já que o ganho vai muito do risco. O mercado da cultura não é igual ao financeiro, mas tem semelhança, porque você aposta. Como é que você entende um show que não dá resultado? Recordo-me de uma ocasião que fizemos um show do Ed Mota na concha, no período que ele foi lançado como sobrinho do Tim Maia, e deu um resultado bem ruim. Lembro que na época eu fazia a produção, então, fui dentro do ônibus com ele e os artistas estavam todos felizes porque tinham recebido os cachês e eu estava pensando como eu ia pagar as contas. Aí ele chegou para mim, me abraçou e perguntou se tinha sido legal. E, sem querer, respondi que tinha sido uma merda. Ele estava falando do show e não do resultado, ele não estava preocupado comigo. Aí caiu a ficha do que ele estava falando, pedi desculpas e abri o jogo. A gente tem

que resolver a vida porque os caras vão começar a ligar. O processo financeiro nessa história é extremamente importante e necessário. O planejamento financeiro é essencial.

4. O que você pensa sobre os editais e as leis de incentivo como mecanismos de financiamento da cultura?

As Leis de Incentivo são fundamentais para esse momento no país, mas não sei até quando terão esse papel. Tem países como os EUA que não usam esse mecanismo, não precisam. Existem as leis de benefícios fiscais, então as pessoas, nos EUA principalmente, tem muito a cultura da doação, doam e depois abatem no Imposto de Renda. Lembro que fui num teatro em Nova York e cada cadeira tinha o nome de um doador, fulano doou "x". As leis de incentivo no Brasil ainda são fundamentais, a gente ainda tem muitos patrocinadores que só patrocinam porque tem as leis, não é aquele patrocinador que patrocina independente de ser um projeto que ele gostou. Temos um cliente aqui, a BRASKEM, que é uma das poucas empresas que sempre teve como foco apoiar a cultura independente de lei. Lógico, que o que você puder oferecer com a lei ela vai aceitar, ela vai usar. São poucas as empresas que tem esse perfil de apoiar sem a lei de incentivo e é muito ruim quando você chega numa determinada empresa e vê que o foco dela é só a lei. Ela quer que você converse com o contador. O que eles querem é isenção fiscal e de preferência de 100%. Com relação aos editais, o Estado tem tentado promover ao máximo. Hoje, até teve o lançamento do edital com apoio da Oi e da Coelba. Sinceramente, eu não consigo compreender muito bem a necessidade desse apoio, visto que eles têm uma isenção total. É um adiantamento de 30 milhões que eles estão fazendo para o Governo e vão abatendo isso no imposto. Para mim, o Governo teria que arrumar esse dinheiro emprestado em algum outro lugar, para deixar que essas empresas (Oi e Coelba, por exemplo), possam participar do mercado direto. A Coelba, por exemplo, você não vê ela patrocinando mais nada. A partir do momento que ela entrou nesse processo, desde a época de Márcio Meirelles, ela parou com aquele grande edital na área de teatro. Então, me incomoda um pouco esse mecanismo que o governo encontra para adiantar o dinheiro. Acho que, nesse caso, podia talvez oferecer um pouco mais de crédito para essas empresas e fazer com que elas pagassem uma parte pelo menos. De qualquer maneira, é uma medida para viabilizar o edital. Essa política de editais é importante para manter a continuidade de grupos experimentais, porque existem vários tipos de segmentos culturais que precisam desse tipo de financiamento, porque não têm o mercado comercial na mão. Então, se você não tiver esses mecanismos de editais, de maneira de fomentar esses grupos, eles não tem como sobreviver.

5. Qual o papel da iniciativa privada no financiamento à cultura?

É fundamental. Até para o Governo conseguir recursos para o edital é preciso ir à Oi e a Coelba pedir um empréstimo. Não tem como a cultura se movimentar sem a iniciativa privada. É preciso ampliar esses mecanismos, melhorá-los e evoluir até o dia que não precisemos mais de leis assim. O financiamento possibilita o desenvolvimento das ações programadas e mantêm o desenvolvimento da economia sustentável.

6. Qual a sua avaliação sobre a produção artístico-cultural da Bahia nos últimos anos?

A Bahia é muito rica, mas poderíamos ter muito mais. Estamos dando muito “murro em ponta de faca”. Tem muita gente boa fazendo coisas isoladamente, sem respaldo de uma estrutura de gestão em nível do Estado, Município, subsidiando essa produção com novas casas de espetáculo, novos espaços, galerias, parques. Você vai a São Paulo, por exemplo, você tem espetáculos em praças. Aqui você tem muito pouco esse tipo de fomento. Então acredito que a produção está estacionária, mas ela está aí, latente. Ela precisa encontrar mecanismos que a viabilizem. Como disse, não estou muito dentro dessa lógica, mas é óbvio que eu também me beneficiaria se isso tudo melhorasse, mas existe segmentos como o da capoeira, do samba-de-roda, várias manifestações da produção artístico-cultural que não tem espaço para se manifestar.

7. Quando surgiu a Caderno 2 Produções Artísticas? Como está estruturada hoje? Quais os setores e a quantidade de funcionários? Quais seus principais clientes e projetos?

A Caderno 2 Produções é uma empresa familiar, onde já teve filho meu que já trabalhou, já saiu para montar empresa e está retornando com outra bagagem, virando parceiro. Eu e Rosana somos os dois diretores sócios, gestores mesmo. Temos um setor que dirige a produção e um setor financeiro que é a alma do negócio, principalmente em relação aos projetos culturais. Nunca tivemos nenhum problema com prestação de contas. Lógico que diligências existem, questionamentos, enfim, mas nunca tivemos nenhuma prestação de contas recusada, ou graves problemas de gestão, muito pelo contrário. Nós desenvolvemos um software, que inclusive já está ultrapassado, onde jogamos todas as informações do projeto, ele se distribui e o sistema já dá uma facilidade boa com relação as prestações de contas. Temos um setor administrativo que cuida de todo o acompanhamento desses projetos, tanto no MinC como no FAZ CULTURA, e da administração do dia-a-dia do escritório. Temos também algumas coisas terceirizadas, eventualmente precisamos porque gerimos um volume de projetos razoavelmente grande, e aí contratamos *freelancers* ou chamamos parceiros. Então, contando com os sócios, nós temos nove pessoas diretas aqui hoje e indiretamente tem um monte de gente. Os principais projetos são o “MPB Petrobras”, o “Música no Parque” e o “Prêmio Braskem de Teatro”, que esse ano teve uma ampliação. Como estamos comemorando 20 anos, estamos fazendo alguns projetos paralelos que fazem parte do guarda-chuva do prêmio BRASKEM. Estamos fazendo o “Circuito Baiano de Teatro” com os ganhadores dos prêmios, que estão indo para São Paulo e Camaçari, estamos fazendo um projeto em parceria com o FIAC, que é o Festival Internacional de Artes Cênicas, que é um projeto de formação nessa área. Esse projeto vai atingir 100 professores e três mil alunos. Tem um projeto meio case que é muito importante para nós, que é a administração de boa parte dos projetos do Ilê Ayê, desde 2000. Cuidamos da parte de patrocínio do Carnaval, dos projetos “Noite da Beleza Negra” e “Black Atitude”, fizemos um estúdio de ponta para poder gravar, gravamos recentemente o DVD deles na Concha Acústica, que está agora em processo de finalização. A

gente tem uns cinco projetos em andamento com o Ilê. É um parceiro bom, que gerou uma afinidade muito grande, uma relação de confiança total.

8. Os projetos “Música no Parque” e “MPB Petrobras” são geridos pela Caderno 2 Produções há mais de 10 anos. Como se dá a gestão de cada um deles?

Criamos uma estratégia de desenvolvimento para nossos próprios projetos. Desde a criação do “MPB Petrobras” toda a gestão somos nós que fazemos. As terceirizações são apenas de fornecedores: sonorização, iluminação, assessoria de imprensa, entre outros. Mas todo o processo, desde a elaboração, o acompanhamento, a coordenação geral, a execução e a prestação de contas, nesses dois projetos especificamente, são feitos por nós. Eles são geridos dessa forma, foi a maneira que encontramos, que dá resultado. Nessa área que estamos é preciso entregar o que foi combinado. Então, se você entregar aquilo que combinou para o patrocinador, para um cliente, é muito bom. E se você entregar um pouquinho mais é excelente. O segredo dessa continuidade, “Música no Parque” com 10 anos, “MPB Petrobras” com 15, “BRASKEM” com mais de 10 anos, “Ilê” com mais de 10 anos, se deu muito em função do relacionamento que nós criamos e da confiança que nós passamos.

9. Os eventos corporativos surgem como um novo segmento de mercado. Como a Caderno 2 Produções explora esse segmento? Como garante a continuidade e/o alcança a sustentabilidade de projetos culturais?

Nós já fizemos diversas coisas em eventos corporativos. Hoje estamos um pouco estacionados. A gente já trabalhou muito com a Petrobras, com a BRASKEM, a Bahiagás, mais com os nossos clientes. Fizemos grandes eventos corporativos como os 50 anos da Petrobras na Praça Castro Alves, fizemos quando ela comemorou a alta sustentabilidade em Petróleo, fizemos a comemoração dos 35 anos do Pólo Petroquímico de Camaçari, os 15 anos da Bahiagás, mais eventos pontuais comemorativos. Com esse processo da necessidades de licitação a gente sentiu que ficou um pouco para trás, não conseguíamos ter preço para esses eventos. Lembro, por exemplo, que a última licitação que nós participamos foi uma licitação para uma fábrica de fertilizantes da Petrobras, que era um guarda-chuva de vários pequenos eventos para fazermos durante o ano inteiro. Foram cinco propostas para a final: a minha de um milhão e cem, outra um pouco mais alta e tinham outras duas mais baixas de mais ou menos até novecentos mil reais. A que ganhou foi 600 mil. Temos aí uma questão: com esse valor não faz! Então, esse tipo de arranjo eu não sei como funciona. Fazemos eventos corporativos quando somos convidados. Então nós não estamos nessa área como deveríamos. Vamos precisar montar uma estrutura de licitação e entrar, porque é importante, é um segmento que tende a crescer e a gente não vai conseguir ficar esperando ser convidados. A Caderno 2 está ligada nesse segmento sim e estamos estudando e observando como entrar nesse meio. O grande diferencial seria isso, encontrar o meio termo para conseguir bons preços com a qualidade necessária para fazermos o evento.

10. O que e/ou quem (projetos/espacos/instituicoes) voce destacaria em termos de gestao e producao cultural na Bahia e por que?

É difícil falar sobre isso, porque parece que estou puxando o saco, mas, eu gostaria de destacar o Ilê Ayê, como instituição. O que eles fizeram ao longo desses 40 anos, construindo aquela sede e conseguindo manter isso com uma estrutura simples, a força de trabalho deles, a diretoria fazendo parcerias e tudo isso funcionando, para mim, é muito forte. Eles criaram um espaço educacional. É o que vejo e o que me impressiona, como tem no Rio, por exemplo, o Afro Reggae.

11. Como voce percebe a questao da profissionalizacao na area cultural? Quais as principais necessidades do mercado baiano hoje?

Eu fico muito contente de ver hoje algumas pessoas no mercado e que saíram do curso de Produção Cultural da UFBA. Vejo com muito “bons olhos” esse interesse dos alunos. Você tem hoje uma empresa como a MULTI, você tem o Fernando Mariano que montou um espaço como a COMMONS. Além da profissionalização tem também a formalização, e isso as Leis de Incentivo proporcionaram, porque quando eu comecei a maioria do mercado era informal. No começo das leis era um sacrifício. Nós contribuimos muito para essa formalização do mercado. As principais necessidades do mercado hoje estão relacionadas aos equipamentos culturais, teatros, casas de show, equipamentos em parques. Agora mesmo, estamos levando um espetáculo para o parque Ibirapuera em São Paulo, que é completamente preparado para receber evento. Eles têm um plano de ação, exigências e só fazem o evento lá se cumprir todas essas questões. Lá, o Termo de Responsabilidade é muito exigente, até o forro do chão que os meninos vão sentar precisa ser assinado por um engenheiro para não ter problema como um incêndio ou algo parecido. Ou seja, existe uma estrutura montada.

12. Qual é a maior dificuldade em relação à formação de público para a cultura?

A exclusão do processo de sensibilização das artes está na base, na educação. Esse projeto que estamos fazendo agora com o FIAC tem uma importância incrível. Não vai ter muita visibilidade, mas tem uma importância impressionante. Os professores estão sendo qualificados para dar disciplinas sobre artes cênicas, sobre esse mercado, sobre profissões que podem ser criadas, desenvolvidas por essas pessoas que podem virar um iluminador, um diretor de arte, contra regra. Hoje temos pessoas que trabalhavam como contra regra que já viraram donos de estúdio, ou têm caminhão.

13. O que voce pensa sobre a gratuidade do acesso a produtos e bens culturais? E quanto à política da meia-entrada?

Salvador é uma cidade que tem muito essa demanda da gratuidade, todo mundo quer estar no melhor lugar, de preferência no camarote, pouca gente quer pagar o ingresso. Acho que é importante ter eventos gratuitos nos parques, nas praças e talvez, eventualmente, em teatros, mas não tem como você dar acesso a todo mundo. É necessário, mas é uma política que tem

que ser desenvolvida. Nós temos um projeto de acesso gratuito, que é o “Música no Parque”, e outro que o ingresso é muito barato, que é o “MPB Petrobras”. Nós ganhamos, o artista ganha, e o governo está entrando com a parte dele, que é através do FAZCULTURA. O valor do ingresso é barato comparado com outros lugares, se for mais caro você não consegue ter público. Sou contrário à política de meia entrada. Com todo respeito a estudante, idoso, o governo pode fazer, mas eu não tenho motivo para fazer isso. Porque eu tenho que oferecer isso? Eu não tenho desconto de meia quando vou contratar uma pessoa para fazer 20 sanduíches para o show. Acho que esse mecanismo que está sendo criado agora para limitar o número é essencial. Em Belo Horizonte, a lei é 30% e dá certo. Qual a dificuldade da meia? Você não tem como planejar o seu evento. E nesse caso, para planejar, você tem que subir o ingresso. O que é normal em Salvador hoje? 80% meia e 20% inteira, nos últimos 50 shows que fiz na Concha Acústica essa é a média. E aí, se você aumenta o ingresso para fechar a conta, corre o risco de ficar caro e não ter muito público.

14. Salvador tem condições de abrigar ou produzir eventos culturais de grande porte, considerando a questão de formação e profissionalização de pessoal na área cultural?

Acho que tem. Lógico que é muito mais cômodo alguns tipos de espetáculo virem com a estrutura toda. Mês que vem [agosto de 2013] vamos trazer para o TCA uma temporada de um espetáculo da Disney, que vem do exterior e está fazendo uma turnê pelo Brasil e iremos fazer a produção local. Eles vêm como um circo. Para esse tipo de espetáculo que tem que ser tudo muito rápido, a montagem, a desmontagem, é muito mais prático você trazer a estrutura toda do que em cada cidade ter que contratar. Mas se vier um espetáculo importante com certa antecedência e se precisar fazer algo com os equipamentos daqui é possível. Som, luz, segurança, produção, assessoria, divulgação. Só não tem local, quer dizer, agora até vai ter a Arena Fonte Nova.

15. Qual a importância da crítica na área da cultura? Como você avalia a crítica na Bahia hoje?

Hoje eu posso dizer que Salvador não tem crítica. Mas na área de teatro tem uma jornalista que se chama Eduarda Uzêda, tem alguns comentaristas de música como Hagamenon Brito, mas não é igual como existia na Salvador da década de 80. Antes você tinha o Clodoaldo Lobo, que lançou recentemente um livro com as críticas dele e foi homenageado no último Prêmio BRASKEM de Teatro; tinha o José Cerqueira, que depois foi durante muito tempo executivo da COPENE. Havia uma preocupação dos veículos em colocar sempre um crítico. A crítica é muito importante para um artista, um espetáculo. Talvez essa pergunta seja até mais viável para os próprios artistas. No nosso caso, a crítica vem do público e do próprio patrocinador, se ficaram satisfeitos ou não.

16. A partir da sua experiência com produção cultural, o que você diria para alguém que está começando a trabalhar nesta área?

Eu aprendi muito empiricamente, vocês estão tendo a oportunidade de estudar. Eu não tive essa formação, construí prédio, fiz um monte de coisa até chegar nesse caminho. Como falei aqui, o nosso negócio é *business*, porque se a gente não entendesse isso aqui como negócio, não estaria aqui de jeito nenhum, com essa estrutura, com o preço que ela custa. Então é planilha, fechamento, ver o que deu e o que não deu certo. O que posso dizer é isso: é um negócio, tem que encarar como um negócio. Tem que encarar assim se for empreendedor, empregado, *freelancer*, etc. Trabalhar muito e não se esquecer da organização e de uma outra coisa essencial: entregar o que combina. Se entregar o que combina a coisa anda. A gente está cansado de ver pessoas de um projeto só. Ou pensou em só ganhar o dinheiro ou realmente não tinha organização e se perdeu. Porque nossos projetos deram certo por 20, 15, 10 anos? Porque trabalhamos para isso. Às vezes pergunto para as pessoas: E aí? O projeto foi bom? E escuto: Foi ótimo, maravilhoso. E o resultado financeiro? Não foi bom. Então, não foi bom. Maravilhoso é o conjunto das coisas. Alguma coisa deu errado.

***Entrevista realizada por Marília Manguiera, Saville Alves e Ticiane Amorim, dia 23 de julho de 2013, na sede da Caderno 2 Produções, em Salvador.**