

## **VINCE ATHAYDE – Músico e Produtor Cultural**

**Músico e produtor cultural. Desde 2006, é diretor da Maquinário Produções Artísticas que vem realizando festivais importantes em Salvador e no interior do estado, como o Zona Mundi, Futurama - Música e Intervenção Ambiental e Intercenas Musicais.**

### **1. Quem é Vince Athayde?**

Hoje posso dizer que sou músico e produtor cultural, até gestor cultural. Eu sou um músico que tinha dificuldades em divulgar o seu trabalho, como todo músico tem. Mas, há uns oito anos, as dificuldades eram bem maiores por conta de falta de plataformas de incentivo, de fomento de projetos e também de pessoas que fizessem esse trabalho. Acho que a produção cultural na Bahia estava toda centralizada no topo de uma pirâmide e não tinha ninguém empreendendo na parte em que concentrava uma riqueza cultural. Então foi um gargalo que eu identifiquei, não só para mostrar o meu trabalho, como também para promover outros artistas. Criei um coletivo, abri uma empresa, depois procurei associar essa empresa a outras empresas. Na época, eram poucas iniciativas que trabalhavam dentro desse seguimento, então a gente partiu para incubar empreendedores e agentes nessa área, buscando qualificação na prática, aprendendo com os erros mesmo! Colocando as pessoas em campo e lidando com recursos – ou não. Hoje a gente tem uma rede associativa entre microempresas e microempreendedores individuais, e estamos estabelecendo uma rede com artistas também.

### **2. O que você entende por “cultura”?**

Cultura é comportamento do povo, ela é tudo que está dentro da identidade de um território. Mas em termos de produção de cultura da Bahia, se você falar dos últimos três anos, acho que ela vem resignificando os signos populares. Às vezes achava que a produção cultural em Salvador se comportava de uma forma que não era genuína, porque ignorava o que estava perto de sua cultura de fato. Mas se você se mistura um pouco, se você se dá o direito de se misturar e de se inserir em outros contextos, não tem como você não ser inflamado. Quando o artista se deixa levar por aquilo que está ali dentro, ele passa a apresentar algo que estava intrínseco nele mesmo. Por exemplo, bandas e artistas novos, como Bemba Trio, Baiana System, Livia Matos, Tabuleiro Musiquim, e não só novos, como Orquestra Rupilezz e Mateus Aleluia, começam a serem vistos. É um ciclo natural, porque, nesses casos, o artista fez sucesso no passado, ficou esquecido e agora o velho é novo para muita gente hoje. Então essa coisa vai se resignificando e resignificando.

### **3. Como você avalia as políticas culturais e o mercado na Bahia nos últimos anos? O que você pensa sobre os editais e as leis de incentivo como mecanismos de financiamento da cultura?**

Na verdade, o mercado da Bahia passou a surgir nos últimos anos com as gestões de Gilberto Gil e Juca Ferreira no Ministério da Cultura, e Márcio Meirelles na Secretaria de Cultura aqui na Bahia. Porém, as pessoas não começaram a produzir cultura quando começou a implantação das políticas culturais. As pessoas começaram antes porque todo mundo estava trabalhando, se pagando ou não, tendo prejuízos ou não. O recurso chegou atrasado, mas com certeza,

com a sua implantação, esse mercado tomou fôlego. A Bahia começou a se autopromover como realmente uma mobilizadora de uma diversidade cultural, e isso está tendo continuidade com a gestão de Albino Rubim e a política de editais. Acho que foi um grande avanço, mas ainda é preciso avançar mais. É necessário primeiro entender o que é estruturante de fato, entender o que a sociedade, aliada a esses recursos que o governo está colocando, está fazendo de estruturante de fato, e criar um mecanismo para que aquilo se estruture por si só. São necessárias ações mais estruturantes, como, por exemplo, os eventos calendarizados. Mas também não vai adiantar só que os eventos sejam calendarizados por três anos. É necessário que os processos de qualificação também sejam calendarizados para você começar a transversalizar essas estruturas, esses pilares, para que o projeto se torne consistente e tenha continuidade ao longo prazo. Outra questão é que é necessário que os editais também estejam em diálogos temáticos, por exemplo. Eu vejo editais que são abertos para circulação artística e outros que são abertos para mostras e festivais e todos eles não dialogam entre si. Não tem uma estratégia que deixe os projetos convergentes. Qual é a função de um festival e qual a função do artista circular? O artista tem que circular onde? Uma banda que não tem promoção em Valença vai tocar para trinta pessoas em um centro de cultura e o governo vai investir quarenta mil reais para ela tocar para trinta pessoas? Ou não seria melhor que a banda toque em um festival para duas mil pessoas? Aí você pode enxugar esse recurso porque, se ele for tocar em um festival, não vai precisar gastar com som, luz, promoção, outdoor, mídia de rádio, etc. Então você reduz essa estrutura do artista. Acho que o Estado hoje não está tendo diálogo, e não está tendo diálogo nem com a sociedade nesse sentido. É verdade que existe o Colegiado Setorial para auxiliar nisso, mas é necessário pensar nessas estruturas. O edital de projetos calendarizados é bacana, mas tem que ter outras ações que sejam calendarizadas e que exista uma estratégia de transversalização entre esses eixos.

#### **4. Como você percebe a questão da profissionalização na área cultural? Quais as principais necessidades do mercado baiano hoje?**

Eu acho que a profissionalização passa a existir dentro de uma necessidade. O produtor tem que pensar nos projetos que ele quer executar por conta própria, precisa ter um mínimo de planejamento, se associar à outras pessoas e aprender no cotidiano. Eu acho que todo mundo está se profissionalizando assim. Mas é importante que se estruture um processo de qualificação, porque ainda falta investimento nessa área. Por exemplo, no cinema: a legislação mudou para a TV fechada, então um percentual alto de produção tem que ser brasileiro e ninguém está gerando qualificação para esses conteúdos. A Bahia está lá atrás nesse sentido, porque até que se fomente um processo de qualificação, vai haver uma centralização desses recursos. Claro que isso não aconteceria da noite para o dia, mas é necessário pensar a longo prazo. Acho que aqui ainda falta um instituto que trabalhe em torno de qualificação. Até os próprios Pontos de Cultura do Estado, por exemplo, estão sucateados. Talvez seja necessário pensar não em uma privatização, mas talvez numa autonomia desses Pontos de Cultura. Como é que eles podem captar recursos fora do Estado? Como é que eles podem chegar em uma empresa e dizer: você quer ser mantenedora? O Estado dá um percentual para manter o

Ponto de Cultura e o espaço pode buscar financiamento de outras áreas para que aquilo crie corpo e busque projetos voltados para qualificação dentro desses territórios. Eu acho que centralizar tudo no Estado é um perigo porque para dar manutenção a essa engrenagem precisa de muito dinheiro, e o Estado não tem gás para isso, não tem agilidade no trâmite. Então você vai ficar ali sempre com o gestor local quase colocando o dinheiro do bolso para que a coisa aconteça. Se ele não fizer isso, o negócio vai se autodegradar o tempo inteiro. Agora, por exemplo, teve a questão do aumento do percentual para o Centro de Cultura. Eu já vejo produtor reclamando porque ele enxerga o Centro de Cultura como uma plataforma mãe. E quando não pode ser uma plataforma mãe? A verdade é que o Centro de Cultura não tem infraestrutura nenhuma. Se abrissem um espaço privado e tiver que pagar 20% para manter o espaço privado com infraestrutura, todo mundo vai migrar para lá. O negócio é que o governo vai cobrar um percentual e não vai dar infraestrutura. É necessário gerar infraestrutura para aqueles lugares ali, senão o percentual fica sem sentido, porque além do percentual que você está pagando pela pauta do espaço físico só, você vai ter custo de som, de luz, de cenário, etc. Não estou falando em privatizar, estou falando de ter um capital misto dentro desses espaços, senão a coisa não anda. Existe uma série de paradoxos em relação a isso. Por exemplo, um proponente que queira levar o projeto para dentro de um Centro de Cultura, ele é impedido de colocar a marca do patrocinador dentro do Centro. Você quer levar, quer jogar infraestrutura, quer dinamizar com o público, mas as pessoas dizem que a marca não pode entrar. Como assim a marca não pode entrar? A marca está entrando com sua chancela lá atrás, com a Lei de Incentivo, e você não quer colocar a marca aqui? É um paradoxo o tempo inteiro.

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

Eu destacaria a Multi Planejamentos. Eu acho que é uma empresa que tem desenvolvido uma tecnologia de produção e está dialogando bem com várias linguagens. Ao mesmo tempo, eles estão indo para um caminho em que direcionam a produção deles para um número maior de pessoas. Também acredito muito no potencial da IN-VENTO. Eu acho que é um modelo de gestão que está muito mais pautado no imaterial do que no material, trabalhando com o segundo setor e economia criativa. Acho que ninguém está fazendo isso. Também acho o Trapiche Pequeno um modelo de aglomeração de empresas interessante. Embora eu acredite que não funcione a gestão transversal firme ali dentro, existe uma estrutura pronta, só falta diálogo entre as empresas que estão ali pensando. Acho que isso deve ser feito em outros lugares, principalmente no que se refere a troca de serviços. Isso ajuda a criar uma moeda complementar. Então você tem um espaço fechado com algumas empresas que podem não ter o recurso, mas que estão trabalhando em serviços em cima de serviços. Isso é mensurar um capital simbólico que é interessante para que a coisa ande.

##### **6. Por que voce criou a Maquinário Produções e quais são os seus principais projetos? Fale sobre cada um deles.**

Eu criei porque eu precisava criar. Eu produzia a banda que eu tinha, chamada Cumbuca, e depois eu comecei a fazer um trabalho de produção com o Lampirônicos, que tinha uma

empresa que estava parada com muita dívida na Receita. Então eu fiz a proposta de pagar as dívidas e aproveitar um CNPJ que já estava caminhando, do que abrir um novo, tramitar tudo novamente e ficar três anos com a coisa parada. Quando você já tem um CNPJ andando, é mais dinâmico o processo. Em 2004 eu comecei o processo e só em 2006 que a empresa começou a funcionar. Tínhamos o projeto Terreiro Circular, em que o Lampirônicos recebia alguns artistas de fora, tinha a participação de algum artista visual e o evento acontecia sempre na Zauber Multicultura, na Ladeira da Misericórdia. O Terreiro Circular serviu de base para a criação dos projetos da Rede Motiva e do Zona Mundi, na verdade. A gente circulou pelo interior pela primeira vez, fizemos oficinas voltadas para guitarra baiana, e a proposta da Rede Motiva vinha dessa ideia de itinerância, qualificação e de colocar os artistas para circularem juntos, tocarem no mesmo palco, ou seja, esse desdobramento de processos. Já o Futurama - Música e Intervenção Ambiental veio da ideia de tentar dinamizar a Ladeira da Misericórdia. Na verdade, era dinamizar o Centro Histórico a partir da Ladeira. Só que aí começou o trâmite burocrático com a prefeitura e aí morreu tudo. Então restou para a gente a Praça das Artes que, no final das contas, deu muito menos trabalho que o previsto. Tem a Incubadora de Festivais e tem o Intercenas Musicais que tem um viés de dinamização dos espaços culturais, em que colocamos infraestrutura adequada para pequenos espaços que não tem estrutura, colocando artistas dentro da programação do espaço e, ao mesmo tempo, tendo cobrança de ingressos. Tem outros projetos inéditos também: videomap em monumentos que a gente está colocando para rodar e tem um projeto para acontecer nos bairros mais populares, dentro de escolas. A ideia é trabalhar a sensibilização do cinema e da nova música dentro das escolas, através de cineclubes, discussões e, como desdobramento final, realizar festivais itinerantes dentro dos bairros. Aí você gera um mercado de fato. Senão a gente fica aqui nessa coisa de Rio Vermelho, Itaipara, Centro Histórico... Isso não vai conseguir se sustentar se não tiver as coisas acontecendo no entorno.

## **7. Quais são os principais desafios na gestão de uma produtora?**

A gente meio que parou de pensar no mês que vem e passou a pensar no ano que vem. O desafio é como e quando a gente vai poder fazer algo. A gente também se autoavalia perguntando: será que o que a gente está fazendo é estruturante de fato? Ou, se é estruturante, porque não tão entendendo que é estruturante? Quando a gente apresenta um projeto, ele é avaliado por uma comissão externa, não é avaliado por uma comissão do Estado. O ideal seria que, quando você apresentasse um projeto, esse projeto já fosse avaliado pelo Estado para que ele analisasse se o projeto é estruturante ou não. Outro dia eu vi uma pessoa dizendo que festival não gera negócio. Depende. Não gera negócio porque é um processo, mas se você, por exemplo, colocar uma agência com outra agência da Europa dizendo: eu tenho esses artistas no meu *casting* e tenho essas plataformas e a outra diz que tem esses artistas e essas plataformas, então você vem pra cá, que a gente vai pra lá, isso é negócio puro. Só que a gente não está fazendo porque talvez não estejamos nos sentindo confortáveis para fazer isso. Quando você lida com dinheiro público, você também está muito superexposto. A gente acaba mediando um pouco essa questão do negócio ir adiante e como a gente vai comunicar esse negócio. Então a gente fica um pouco pisando em ovos com o Estado e, ao

mesmo tempo, o Estado vira uma redoma de defesa, porque a gente vive apontando o dedo para a questão política. Acho que isso amarra mesmo as ações da própria sociedade civil em torno do desenvolvimento da produção cultural. O negócio poderia estar acontecendo, mas existe uma série de receios de consolidar esse negócio.

#### **8. Hoje é preciso que o artista também seja empreendedor? É possível aliar essas duas funções ao mesmo tempo?**

É preciso equalizar essas duas funções ao mesmo tempo, mas acho que tenho desempenhado mais a função de empreendedor e do gestor, do que de músico. Gostaria de estar mais equilibrado. Pelo fato de ter começado isso em uma época em que pouca gente tinha se atentado a fazer, acabei absorvendo mais coisas, os projetos deram certo e tudo foi se desenvolvendo. Mesmo assim, ainda tento achar um equilíbrio: acabei de gravar um disco, tenho participado de coisas com a Rádio Mundi, mas se apresentar em shows tem sido complicado. Tem também essa questão da política. Por exemplo, eu poderia tocar nos festivais da Incubadora de Festivais com a Rádio Mundi, mas a gente nunca entrou em circulação com a banda nos festivais devido a essa questão do recurso público sendo predominante no processo. As pessoas já acham que eu estou desenvolvendo coisas demais e se eu colocar uma plataforma de promoção artística na história, isso pode tomar uma outra proporção. Então eu prefiro fazer nos projetos dos outros do que nos nossos projetos. É tudo muito delicado quando se trata de recursos públicos. Por isso que criamos o Commons Studio Bar, para ter uma autonomia para isso. Aqui é um espaço privado, você vai ter projetos financiados via lei e editais, mas é espaço privado. Fizemos o espaço todo de madeira para realizar gravações, para poder fazer curso, etc. Aqui, com certeza, a Rádio Mundi vai fazer mais shows, o Batuque do Vigia vai fazer mais, e aí as coisas vão estar mais linkadas.

#### **9. Gostaria que você falasse um pouco sobre a questão da iniciativa privada e sobre Conexão Vivo: o que contribuiu e o que dificultou no fomento dos projetos da Maquinário?**

O Conexão Vivo chegou com um recurso absurdo para a política cultural. A Cria! Cultura fez uma reunião com produtores e gestores para apresentar as metas do Conexão Vivo e falar sobre o que eles queriam sensibilizar diante de uma plateia. Então a gente pensou: é aqui que a gente vai. A gente falava muito a língua deles, então entramos direto com um projeto que fazia parte do hub de projetos da Rede Motiva e submetemos outros também. Esse projeto foi elaborado para ser colocado no Fundo de Cultura, mas, naquela época, ter um projeto ligado ao Fundo era complicado para se pensar em uma continuidade. No Conexão, pela conversa deles, percebia-se que eles achavam estruturante uma continuidade dos patrocínios. Como não existia um projeto de redes aqui, a Rede Motiva foi uma espécie de sub guarda-chuva do Conexão Vivo para criar essa estrutura na Bahia. Claro que houve ruídos, pela dificuldade do trâmite público e privado. A ideia era que os projetos acontecessem de forma sincronizada, mas foi impossível trabalhar com uma gordura de projetos tão grandes e ter que mediar isso tudo. Então acabou que alguns projetos aconteceram antes de outros e as ações não foram sincronizadas. Talvez o Conexão poderia ter trabalhado de uma forma mais compilada,

desenvolvendo os projetos de acordo com as respectivas proporções. Se tivesse que recomendar, acho que deveria recomendar dessa forma. Agora, por exemplo, o Conexão Vivo não vai ter mais esse investimento. Talvez tenha até da Vivo, mas a gente perdeu totalmente esse incentivo. Mas conseguimos o patrocínio da Petrobras para o Zona Mundi, um dos projetos da Maquinário. Então o Conexão Vivo também foi muito importante para estruturar os projetos e proporcionar a criação de um pós-venda para eles.

**10. Os eventos da Maquinário são, muitas vezes, gratuitos ou apresentam entrada a preços populares. O que você pensa sobre a gratuidade do acesso a produtos e bens culturais? E em relação ao valor dos ingressos em Salvador?**

Eu acho que são etapas que a gente está cumprindo. Se o projeto foca na formação de plateia, colocar um ingresso no limite que o Fazcultura permite, é um tiro no pé para isso. Em termos de formação de plateia, trouxemos Curumim para tocar no Futurama, que foi um evento gratuito, depois fez o Zona Mundi a dois reais, e só depois no Lado BA que foi cobrado ingresso. Mas o processo de formação de plateia tem que vir mesmo pelo acesso das pessoas e, depois, cabe ao artista saber se relacionar também com as pessoas que estavam ali. Já o Intercenas é um processo de dinamização de espaços. Então a gente tenta trabalhar com artistas que já passaram por esse processo e ele se insere no projeto já com um histórico de formação de plateia e formação de público consumidor, em que se pode cobrar ingressos (inteira e meia). No ano passado, foi R\$10 e R\$15. Esse ano a gente está tentando jogar um pouco mais para cima para começar a sensibilizar as pessoas de que aquilo tem um valor. Acho que a ideia de sustentabilidade é você conseguir pagantes. Quando você conseguir passar a ter um número bacana de pagantes, eu acho que aí você começa a mensurar: eu tenho um projeto que tem um público de 2.000 pessoas por mostra e eu tenho um valor de 30 reais para entrar, que vai dar uns 60.000 reais, sem contar com a meia. Aí realmente você consegue pensar: vou pagar um artista, vou colocar um bom som... Mas isso está longe ainda de chegar. E tem também a questão de quem é seu público e seu poder aquisitivo em cada território: não tem mais condições de trabalhar com um público só. Você tem que diversificar o público e trabalhar como num tabuleiro de Xadrez.

**11. A Maquinário trabalha com artistas da cena independente e em espaços que estão fora do eixo soteropolitano. Por que esta opção?**

Acho que, quando você tem uma carência em um determinado lugar, você tem que encarar isso como uma oportunidade para poder desenvolver alguma coisa. O Pelourinho, na verdade, tem tudo para criar uma oportunidade para você aliar o discurso da intervenção ambiental e da ocupação artística e, ao mesmo tempo, você pode fazer uma coisa artisticamente muito bacana, porque arquitetonicamente aquilo é muito legal. A gente tem avaliado muito essas coisas o tempo todo. Se a gente for para um lugar onde já está todo mundo fechado, você vai estar ali batendo na porta de uma casa cheia. Então vamos para a casa vazia e vamos alinhar os projetos dentro do que é preciso para aquela casa vazia. Foi nessa perspectiva que a gente foi para a Zaubert e deu certo, porque as pessoas também estão meio cansadas das mesmas coisas sempre. Acho que tem um meio termo de você arriscar e, ao mesmo tempo, não ser um

risco tão grande. Você pode tirar as pessoas um pouco daquele cotidiano maçante. A pessoa vai para o Pelourinho para ver uma coisa massa e ele já sai de lá com uma outra impressão da história. Também é importante aprender a lidar com a dinâmica de cada lugar. O Pelourinho é um lugar complicado em que a polícia chega às 1h30 da manhã e pede para você parar o som. Então ficou um pouco sem governo aquilo ali, sem gestão. A polícia pede para parar o som porque ela quer ir embora mais cedo. Então seria melhor estabelecer uma legislação de que no Pelourinho não pode ter música a partir de 1h30 da manhã, do que a polícia aparecer de repente pedindo para parar o seu evento, que foi planejado.

## **12. Qual a relação da Maquinário Produções com a ideia de economia criativa?**

Está relacionado à Incubadora. A gente queria se associar, mas, na verdade, não encontrava estruturas para isto, principalmente no interior do estado. A ideia era que, além de produzir e ter como produto final a realização de festivais, a gente trabalhasse em cima de incubação de processos. Ou seja, selecionar agentes; apresentar planos de trabalho; realizar check list com agentes, empreendedores individuais ou microempresas de cada lugar; integrar festivais; colocar produtores para dialogar; criar formulários de diagnóstico de cada lugar; criar um diagnóstico de comunicação e de execução; calendários de eventos, calendário de viabilidade do negócio... Isso é muito importante porque por exemplo, no interior, quando tem um evento, o outro já não funciona do mesmo jeito. Em Juazeiro a gente cobrou ingresso esse ano. A gente veio fazendo todos os anos sem cobrar ingresso e não mudou em nada nosso público o fato de ser cobrado ingresso, mesmo que seja simbólico. Já em Vitória da Conquista, a prefeitura banca muito evento gratuito, então se você fizer um evento que seja pago, talvez isso interfira no projeto. Então, na verdade, o case criativo é justamente essa incubação desses processos e a transversalização entre os projetos, porque, na incubadora de festivais, a gente implanta os festivais, a gente trabalha a qualificação *in loco* com os agentes e produtores, a gente integra esses festivais junto aos territórios de identidade mais próximos, então você cria uma micro rota de circulação. E aí vem o Intercenas que se encaixa nos dias complementares e amplia aquela rota de circulação.

## **13. E como está esse processo? Está dando certo?**

Esse ano foi o que a gente conseguiu sensibilizar mais artistas, foi o primeiro ano que a gente conseguiu criar rota mesmo, que a gente conseguiu que um artista fizesse circulação por mais de duas cidades ou mais de uma cidade. Quem circula entende que só a Bahia são vários "Brasils" juntos. Quando um artista chega em Vitória da Conquista e ele é aceito, não necessariamente vai chegar em Itacaré e ser aceito. Então é necessário entender o mercado também nos recortes geográficos. E a pessoa pensar, por exemplo, 'o que eu estou querendo esteticamente no meu trabalho não cabe ir a Itacaré, não cabe ir para Florianópolis. É melhor que eu invista em São Paulo, interior de São Paulo'. Tudo isso é um processo. Então é impressionante como, na Bahia, você tem quatro horas de distância entre uma cidade e outra e isso muda o olhar do público. A música está inserida dentro de um ambiente, não tem jeito. Se você faz um festival dentro de uma cidade que é mais urbana, você tem aqui um recorte estético que passa por isso e aquilo. Quando você está em um lugar que é litoral, já é outra

coisa. Isso interfere muito na gestão, isso interfere no planejamento. Então é um caos que deve ser ordenado a todo momento, mas é uma busca.

**\*Entrevista realizada por Flávia Santana, dia 25 de fevereiro de 2013, no Commons Studio Bar, em Salvador.**