

MULTI PLANEJAMENTO CULTURAL

FERNANDA BEZERRA, ANA PAULA VASCONCELOS E RENATA HASSELMAN

Produtora baiana fundada em 2009 que atua na criação e gestão de projetos culturais na Bahia. A produtora é responsável por diversos projetos na cidade de Salvador, como o Bahia em Cena – Festival Baiano de Teatro, Mostra Possíveis de Sexualidade e Música para Brincar.

1. Quem é a Multi Planejamento Cultural?

A Multi é uma produtora baiana que atua na criação de projetos culturais, realizando atividades de elaboração, planejamento, captação de recursos e produção. A Multi Planejamento Cultural é composta pelas produtoras Ana Paula Vasconcelos, Fernanda Bezerra e Renata Hasselman.

Ana Paula Vasconcelos: Formada em Comunicação – Produção em Comunicação e Cultura pela UFBA vem atuando em produções de diferentes áreas culturais. Foi assessora de comunicação e produtora do Ponto de Cultura Centro Universitário de Cultura e Arte. Tem experiência em gestão cultural, tendo atuado no Teatro SESI Rio Vermelho (2007), na produção da Orquestra Sinfônica da Bahia no Teatro Castro Alves (2008) e como coordenadora assistente do Cine Teatro Solar Boa Vista (2008-2010). Trabalhou também no Festival Internacional de Artes Cênicas – FIAC (2008).

Fernanda Bezerra: Também formada em Comunicação – Produção em Comunicação e Cultura pela UFBA. Trabalha com elaboração de projetos e captação de recurso na área de cultura. Já desenvolveu ações para a Academia de Letras da Bahia, Fundação Pierre Verger, Teatro Nu, Circo Picolino, Circuito de Cinema Sala de Arte, Turma do Xaxado, Fala Menino, Instituto Cervantes, Teatro Acbeu, Cooperativa Baiana de Teatro, a cantora Mariene de Castro, Grupo Gay da Bahia, Bloco Os Mascarados e a Universidade Federal do Recôncavo. É idealizadora da Mostra Possíveis Sexualidades, um dos principais projetos de cinema LGBT do país. Juntamente com Gil Vicente Tavares, também atua na coordenação e produção do Teatro NU, grupo teatral com quase cinco anos de atividade.

Renata Hasselman: Formada em Relações Públicas pela Universidade Católica de Salvador. Foi programadora das salas de cinema do Circuito Sala de arte sendo responsável por articulação e negociações com distribuidoras nacionais e internacionais (2006-2009). Durante três anos produziu o Festival de Cinema de Salvador (2007-2008-2009), como coordenadora de programação e colaborando na curadoria. Produziu a primeira e segunda edição do projeto Fronteiras Braskem do Pensamento, realizado do Teatro Castro Alves, e o curta-metragem “Joelma”, dirigido por Edson Bastos.

2. O que vocês entendem por cultura?

Fernanda Bezerra: Entendo por cultura expressão, comportamento, um conceito abrangente que envolve desde a expressão artística quanto comportamental, linguística. Não entendo cultura unicamente como arte, é restritivo trabalhar só com isso. “Expressão” é uma palavra que define bastante o termo.

3. Como surgiu a Multi Planejamento e quais os principais projetos desenvolvidos?

A Multi foi criada em 2009, com a junção de ideias e objetivos de nós três, produtoras recém-formadas. Os principais projetos desenvolvidos são a Mostra de Possíveis Sexualidades, Bahia em Cena, Música para Brincar, Mostra Universitária de Cinema e os projetos de verão como a produção do bloco Os Mascarados, resgatamos recentemente o projeto AfroPop, com Margarete Menezes. Tem ainda a banda Bailinho de Quinta, que atualmente estamos produzindo, entre outros.

4. Qual a avaliação de vocês sobre a produção artístico-cultural da Bahia hoje?

Fernanda Bezerra: Em relação à produção artístico-cultural na Bahia hoje, e especificamente pensando nos produtores, considero que existe uma efervescência, uma diversidade, uma riqueza muito grande no estado. No entanto, existe uma falta de articulação que possibilite esse trabalho acontecer de uma forma contínua, em parceria, que viabilize o trabalho em rede. Enxergo produções isoladas de vários artistas e produtores e não sinto ainda essas ações sendo pensadas em conjunto. Tem muita coisa importante acontecendo, os projetos retomando as ruas, mas sinto falta de um pensamento macro das políticas que vem sendo implementadas, principalmente no que se refere a avaliação de resultados.

5. Como vocês avaliam as políticas culturais na Bahia nos últimos anos?

Fernanda Bezerra: É uma política que hoje está restrita aos editais, aos fundos setoriais, e particularmente agora temos um modelo em que projetos de diferentes naturezas concorrem em um mesmo edital. Para mim não dá para comparar um festival com a produção de um filme, a criação com a produção de um espetáculo, são produtos diferentes que deveriam ser avaliados de formas diferentes e jamais concorrentes entre si. Além disso, sinto falta de novas formas de avaliação dos resultados dos projetos, eventos e outras atividades contempladas por estes editais.

Ana Paula Vasconcelos: A política cultural do estado não pode ser resumida aos editais, uma política cultural perpassa por um planejamento de ação do estado que promova o desenvolvimento do setor.

Renata Hasselman: A política de editais cria uma dependência, reforçando a relação de patrocínio, ainda que os editais operem sob outra lógica, em termos democráticos e de atenção a especificidades, a relação que os produtores estabelecem com estado em pouco se diferencia da relação com a iniciativa privada – há sempre o pleito por uma verba. E quando essa fonte seca há um esvaziamento das produções, é uma prova de que ainda não temos um mercado fortalecido. Tanto produtores quanto artistas se veem em uma condição completamente instável. Me pergunto, então, que tipo de fomento é este? Que não fortalece a cena, a economia, a sustentabilidade dos produtos e não se preocupa com a avaliação dos resultados? O que de alicerce o nosso mercado, a tão falada “economia da cultura” tem hoje do estado?

6. O que vocês pensam sobre os editais e as leis de incentivo como mecanismos de financiamento da cultura?

Fernanda Bezerra: Prefiro que o projeto seja escolhido por uma gerência de marketing do que por uma comissão, como vemos atualmente nos editais públicos. As comissões não possuem critérios objetivos, os pareceres e as justificativas são vagos e impossibilitam àqueles não selecionados que implementem e organizem suas ideias, que entendam quais aspectos precisam ser melhorados.

Ana Paula Vasconcelos: O que me incomoda nos editais é o discurso da “contrapartida”, na verdade, a deturpação da ideia de contrapartida no contexto de um projeto cultural. O que vemos muitas vezes são projetos inflados, que propõem a realização de dezenas de atividades: oficinas, palestras, cotas gratuitas, etc. e que estas ações acabam tendo uma relevância no julgamento que ultrapassa a arte em si ou o objeto principal proposto. E é complicado, também, avaliar essa a relação com os custos, planejamento, muitos destes projetos não conseguem executar satisfatoriamente todas as ações propostas e o processo acaba sendo mais quantitativo do que qualitativo. Eu entendo que a própria ação cultural já é um retorno para sociedade e que por vezes estas determinações engessam as ideias e dificultam um planejamento executivo coerente. Nesta relação, muitos produtores se preocupam mais no inchaço de ações de contrapartida do que, por exemplo, no pensamento profissional do produto, que consiste nas avaliações de viabilidade técnica, público potencial, concorrência, plano de comunicação, planejamento estratégico, etc. O fato da verba pública não exime a responsabilidade de execução de um produto que esteja sendo demandado e que atenda ao mercado, aos artistas e ao público da melhor forma possível.

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

Fernanda Bezerra: É um papel muito tímido. Ainda hoje o produtor fica isolado na busca por patrocínio junto à rede privada. Não existe apoio, nem articulação, nem iniciativa do governo em promover o interesse das empresas ou a apenas difundir as possibilidades, divulgar, por exemplo, a existência e o funcionamento do mecanismo Fazcultura no estado. E mesmo quando já existe um patrocinador, ainda deparamos com dificuldades: a burocracia e a ineficiência do sistema de cadastro e gerenciamento dos projetos. É recente a informatização das inscrições e tramitações, as falhas do formato e inaptidões tanto dos produtores quando dos próprios funcionários públicos freiam ainda mais o desenvolvimento da relação com as empresas privadas. Outra questão relevante são as discussões em outros estados sobre os percentuais de abatimento de impostos nas leis de incentivo: Minas diminuiu o percentual da contrapartida empresarial, no Ceará, Fortaleza está pressionando para ser isenção total e aqui na Bahia nós não discutimos isso! Se o percentual 80% (incentivado), 20% (contrapartida empresarial) beneficia o mercado de fato ou se talvez com a isenção total nós conseguíssemos mais empresas patrocinando, se interessando, conhecendo o mecanismo e se aproximando mais do setor da cultura.

Ana Paula Vasconcelos: E nesse novo formato, os próprios patrocinadores precisam acessar ao sistema. Perde-se muito tempo para entender e lidar com a plataforma e suas falhas, já tivemos dificuldades por conta de limitações do sistema quanto ao tamanho de arquivos anexados, limite de número de caracteres, de campos... São detalhes que nos fazem perder muito tempo e paciência! E no lado privado, ninguém quer se envolver com isso. As empresas não querem ter esse trabalho, a praticidade é imprescindível quando uma empresa topa patrocinar uma ação.

Renata Hasselman: A lei de incentivo surge para incentivar o patrocínio da iniciativa privada e hoje o que acontece é que esse patrocínio se tornou dependente da lei de incentivo. Então, na verdade, o estado enquanto fomentador desse processo é muito falho. Não há relação entre produtores e estado nesse sentido, é como se o benefício da ação cultural e da captação de recursos com a iniciativa privada fosse exclusivamente das produtoras. O governo precisa entender que há uma realização com um fim para sociedade mediado pelo público e pelo privado. Até mesmo na discussão sobre essas leis de incentivo não há o estabelecimento do diálogo direto com as empresas, um convite ao debate, no intuito de aproximar e perceber demandas e interesses, essa é uma importante discussão que está bem longe de Salvador.

9. Como é trabalhar com uma diversidade de segmentos e linguagens nos projetos desenvolvidos? Por que essa opção?

Ana Paula Vasconcelos: Não foi exatamente uma opção, somos três, e nossas diferentes experiências e áreas de interesse pessoal acabaram não limitando e determinando o tipo de área ou linguagem artística que trabalhamos. Mas, claro, vai muito também pela questão de viabilidade, de conseguir manter uma empresa no mercado. Você tem que ampliar seu leque de serviços, ampliar seu leque de ações, isso vale pra qualquer mercado. E a gente lida com um mercado que é extremamente sazonal e não só sazonal! Um mercado incerto! Porque a sazonalidade é uma variação já prevista e a gente trabalha com diferentes momentos em que fatores externos influenciam muito, que se alteram da variação do tempo a um direcionamento político. Passamos agora pelo contingenciamento de verba do governo que interferiu totalmente na dinâmica da cultura na Bahia, estamos muito dependentes. A nossa diversidade é por isso: passa por uma questão de gostos pessoais, de trabalhar e se identificar com áreas diferentes, tipos de projetos e tipos de serviços, mas é imprescindível para sustentabilidade da empresa.

10. Como é trabalhar com artistas da cena independente e artistas mais consagrados?

Ana Paula Vasconcelos: Em geral os artistas que trabalhamos que são mais consagrados no cenário nacional possuem um diferencial, não são aqueles que estão no *mainstream*, mas que tem uma forte relevância artístico-cultural, artistas como Margareth Menezes, Luiz Caldas, Moraes Moreira, são de certa forma são independentes. E nossa relação com os artistas não é de produção. Nós não

produzimos diretamente o artista, com exceção do “Bailinho de Quinta”, que atualmente é a única banda que a Multi agencia. Nosso trabalho é em parceria com a classe, desenvolvendo projetos e eventos de reposicionamento. Por exemplo, estamos trabalhando agora com Margareth Menezes no AfroPop. Já há dois anos ela não realizava este projeto em Salvador, o AfroPop estava acontecendo em Vilas do Atlântico, com um outro formato e perfil, longe do público da artista e da própria cidade, que é tão marcante em sua carreira. Agora o projeto aconteceu no Clube dos Fantoques, no bairro 2 de Julho, bem no centro da cidade. E nós pudemos sentir a vibração, a energia de um evento atingindo seu real público alvo. Para Margareth foi, sem dúvida, um reencontro com seu público.

11. Vocês desenvolvem ações de formação de platéia?

Fernanda Bezerra e Renata Halsseman: Não desenvolvemos ações específicas de formação de plateia. As ações que desenvolvemos são muito voltadas na divulgação do projeto mesmo. O que também é muito complicado por que os projetos incentivados, principalmente por meio do Estado, só disponibilizam 20% do orçamento para a divulgação. O que é muito pouco. Procuramos em nossos projetos identificar quem é o público que consome aquele tipo de música ou de apresentação. Os preços também são bem acessíveis. E procuramos trabalhar com uma diversidade de projetos. Sabemos por exemplo que essa época de verão, os ensaios são bem atrativos para o público baiano. Podemos ver isso na indústria de axé. E por não trazer esse tipo de produto pra nossa realidade também, de uma forma diferenciada? Trabalhamos muito nos Fantoques, com esses ensaios. É saber também identificar o que o público quer ver e quem é o público desse projeto. A classe C e D, por exemplo, são as classes que mais consomem atualmente. Os gerentes de marketing das empresas estão revirando a cabeça para saber como manter as classes A e B, mas também atender as necessidades das classes C e D. É como o mercado funciona. E é um consumo que também deve ser estudado na área cultural. São classes que a cultura não explora, não atende. Acredito que mais do que tentar compreender como formar plateias, é entender o que as pessoas estão consumindo atualmente.

12. Quais as perspectivas da Multi em termos abrangência de atuação?

Ana Paula Vasconcelos: A gente já realizou projetos no interior e em outros estados, no entanto, de forma muito pontual. A empresa ainda não tem como meta de crescimento ter outras filiais.

13. Enquanto sócias da Multi Planejamento Cultural, vocês atuam com projetos independentes?

Fernanda Bezerra: Além da Multi, tenho uma atuação no Teatro Nu, junto com Gil Vicente Tavares. Surgiu em paralelo com a Multi. Hoje é um grupo que tem várias ações, participando de espetáculos em várias regiões do Brasil. Outras pessoas também estão envolvidas no trabalho desenvolvido no Teatro Nu e é algo que eu não vou deixar de fazer parte, mesmo com os muitos trabalhos que a Multi vem desenvolvendo. Algumas vezes realizamos peças em parcerias.

14. Como vocês percebem a questão da profissionalização na área cultural? Quais as principais necessidades do mercado baiano hoje?

Renata Hasselman: Acho que se olharmos tempos atrás, melhoramos muito. Mas vivemos ainda o estigma do alternativo, do produtor de “mochilinha nas costas” correndo feito louco. É isso que é o profissional? Acho que precisamos trabalhar o mercado cultural como qualquer outro setor. Porém a gente tem uma riqueza maior porque trabalhamos muito o lado humano, comportamental, trabalhamos no meio de artistas, com produtos, fatores que lidam com a alma, com o simbólico. Não tem coisa melhor do que ver as pessoas envolvidas e numa vibração forte com o que está sendo apresentado. Isso é o que fortalece, é o alimento. Muito mais do que a planilha dando o resultado positivo, de meta alcançada. Ainda assim, produção cultural não é ter apenas o retorno do público sobre a realização, é ter também uma organização operacional. Isso é profissionalização! É saber dividir e distinguir as funções entre produtor, assistente, gestor, porém, além disso, é saber planejar o que vai ser executado. Ai volta à história: A pessoa tem um projeto aprovado com um determinado cachê, no entanto, ela se desdobra em várias outras funções. Então isso não é ser profissional, porque a pessoa se desdobra fazendo mil coisas ao mesmo tempo, não ganha o justo e não consegue dá uma assistência real ao projeto. Economia Criativa? Pronto, todo mundo aprendeu essa palavra, é o destaque do momento. No entanto, economia criativa é pegar os setores criativos e os setores culturais e transformar em um setor econômico. Ponto! Quem é que pode, por exemplo, fazer uma pesquisa, mensurar números de empregos na área cultural, de capacitação, formação? Qualquer outro setor tem esses dados. A indústria tem, o comércio tem. Por que é que o setor da cultura não tem? A gente fica falando da indústria do axé, e eu sinceramente tenho uma percepção hoje de que a movimentação que o nosso setor faz é muito maior, em volume, do que a indústria do axé. Agora como saber de fato, se nós não temos dados que mensurem isso? Se isso existisse, eu penso que o mercado cultural se estruturaria mais. Ficamos brigando, correndo atrás de 1 % do orçamento para cultura, se sustentando pelas políticas de editais e etc. Mas se politicamente a gente não tem força e economicamente a gente não tem dados, como conseguir estruturar algo para setor?

Fernanda Bezerra: Uma coisa que eu sinto falta na profissionalização da área é que temos oficinas técnicas de operador de som, de luz, de cenografia – ainda que poucas, mas não temos, por exemplo, oficinas de formação de empresários culturais. Por que existe o produtor, mas existe também o empresário. E como é que eu posso me capacitar aqui em Salvador sobre isso? Simplesmente não tem. É algo que não se tem e não se fala. Para se capacitar é preciso sair da cidade, procurar um curso em São Paulo, em outras capitais para estudar. Cursos de empreendedorismo cultural, de empresários culturais (que é uma figura essencial nas negociações com patrocinadores, investidores), até cursos para gestores culturais é complicado, quase inexistentes. Temos o SEBRAE que desenvolve algumas ações, porém ainda são poucas e não são cursos voltados diretamente para o setor cultural. Esses

cursos são importantíssimos para o crescimento dos nossos projetos, da profissão e das próprias empresas de cultura, como a nossa. Temos nossos projetos, mas temos também uma empresa para administrar, gerenciar.

15. Como vocês avaliam os espaços culturais na Bahia? Quais as principais carências?

Ana Paula Vasconcelos: Há dois anos nós tivemos uma experiência de abrir um espaço cultural, o “Cine Unijorge” no Shopping Itaipara. Foi mais um empreendimento da Multi e que tivemos o orçamento garantido durante um ano. Porém, manter uma empresa com o leque de atuações que a Multi tem já é uma loucura, ter mais um espaço cultural numa cidade como Salvador, com poucas linhas de financiamento para esses segmentos, fica mais complicado ainda. A Funarte de vez em quando lança um edital para aquisição de equipamentos, mas para manutenção e gerenciamento de equipe, onde os custos são altíssimos, é quase inexistente. E manter um espaço através de fechamento de pauta em Salvador, acaba que mal dá para pagar as contas. As classes C e D que estão aí consumindo muito e moram em regiões periféricas da cidade, não tem nenhum espaço capacitado, nenhum ginásio para fazer um show, uma peça, um festival. É zero de espaços culturais, então é complicado mesmo. Muitas vezes queremos levar um projeto para essas regiões, mas onde fazer? A Mostra de Sexualidade, por exemplo, pensamos em fazer no Unibanco, acabou não rolando. Fomos para Sala de Arte, porém, tem um circuito super engessado por conta de ser um espaço independente, que se mantém por si só e etc. Enfim, para achar um espaço disponível é complicado. Eu acho que hoje a gente tem uma carência muito grande de equipamentos. Até para realizar shows de música é complicado achar local. Os Fantoches (Clube dos Fantoches, localizando no bairro 2 de Julho) foi um achado, mas Salvador não tem um espaço de grande porte. Temos o TCA (Teatro Castro Alves), mas agora vai fechar para reforma. A Concha (Concha Acústica do Teatro Castro Alves) comporta muita gente, mas é outro tipo de local. As experiências em cada local são diferentes para adequação de cada show, festival, peça e etc. Na Concha, o público vai ver um show, já no Fantoches se vai viver um evento. Então é bem diferente um lugar para o outro e isso tem que ser pensado nos projetos.

16. O que vocês pensam sobre a gratuidade do acesso a produtos e bens culturais? E em relação ao valor dos ingressos em Salvador? E quanto à política da meia-entrada?

Fernanda Bezerra: Hoje a gente vê muitos projetos com acesso gratuito na cidade o que é legal, mas eu vejo um problema também. Acho muito bonito estarmos ocupando as praças e ruas da cidade, mas tem que ser de forma consciente. Não tem como hoje fazer um Festival da Primavera, um Festival de Samba no Carmo, sem que isso seja discutido com a classe, com os moradores locais que são os principais atingidos e com os produtores e artistas. Não dá também para fazer uma porção de eventos gratuitos na cidade e enfraquecer o mercado da cultura, que existe e emprega tanto quanto outros mercados. Essa questão da gratuidade é uma reflexão que fica. E de verdade, acredito que a cultura tem

que ter projetos de democratização, de formação, de difusão, mas que devem ser pagos sim! Por que é o valor daquele artista, de um trabalho como qualquer outro no mundo.

Renata Halseman: Recife, por exemplo, viveu essa coisa dos eventos gratuitos e hoje é incrível como lá as pessoas não gostam de pagar ingressos. A classe passou por isso, por que você assistia a grandes shows como Nação Zumbi, Lenine e tantos outros tudo de graça. É uma questão cultural, deve ser revista. E aqui em Salvador não é muito diferente, as pessoas não querem pagar. A gente vê muito isso nos projetos, pessoas que ligam de véspera pedindo convite. Pessoas que muitas vezes nem são íntimas. A gente vê artistas fazendo shows, espetáculos e nem os próprios amigos querem pagar ingresso. Assim complica! Sem contar que a estimativa de público é toda baseada na meia-entrada, porque as pessoas também não respeitam e nem há uma fiscalização segura para isso.

17. Como vocês avaliam a organização da classe artística baiana? Qual a sua importância?

Fernanda Bezerra: É muito desmobilizada. Não há uma organização da classe artística para reivindicar e nem para discutir sobre a área. Não há nem local para isso. Fica cada um em seu núcleo discutindo seus próprios interesses. Quando há uma mobilização é para reivindicar o que o Estado deixou de cumprir. É importante pensar em rede, em articulações que possibilitem o trabalho acontecer de uma forma contínua, em parceria. Ações que sejam pensadas em conjunto.

18. Qual a importância da crítica na área da cultura?

Renata Halseman: As pessoas acham que crítica é falar mal e é o que muitas vezes acontece. Se você não tem o entendimento da crítica, isso acaba sendo mal interpretado. É engraçado, por exemplo, quando você vai para um lançamento de filme aqui em Salvador, ninguém fala nada quando sai da sala de cinema. Vira uma grande interrogação. As pessoas só comentam algo quando estão com pessoas mais íntimas, em outro lugar mais descontraído, aí sim elas comentam. A crítica jornalística mesmo, que é a mais tradicional, a dos grandes veículos, onde está? Hoje, cada vez mais as redes sociais estão aí como um lugar onde todo mundo pode ser crítico de qualquer coisa, por conta do compartilhamento de opiniões, de comentários o tempo todo.

Fernanda Bezerra: Eu penso que hoje fazer cultura é bacana, agora se isso é de qualidade ou não aí já é outra questão, mas que merece respeito. O que eu vejo em relação a crítica cultural em Salvador é que não existe. Por que hoje em dia para ser um formador de opinião, um crítico, é preciso ter conhecimento do que se fala, é necessário ter uma bagagem. A sociedade tem que reconhecer que aquela pessoa tem propriedade para está falando, se não fica divagações e achismos. E são poucas as pessoas que conseguem mobilizar isso. Eu queria pontuar o site Teatro Nu, que consegue propor algumas discussões. Gil Vicente, Claudio Marques, Claudio Correa Campos, pessoas que estão se propondo a pensar sobre Salvador, sobre a cultura, a partir de diferentes pontos de vistas. E são essas pessoas que de certa forma se mobilizam dentro do seu setor.

19. O que e/ou quem (projetos/espços/instituições) você destacaria em termos de gestão cultural na Bahia e por quê?

Fenanda Bezerra: Hoje em dia um espaço que é muito bacana é a Commons Studio Bar, de Vince Athayde. Ele está fazendo trazendo uma proposta legal, diferenciada, dinamizada, propondo um espaço novo e que tem de fato um desenvolvimento de negócio. Queira ou não, em pouco tempo eles já conseguiram se colocar na cidade. Agora o desafio é dar continuidade e manter o espaço, o que é mais complicado por conta do cenário, da concorrência do próprio bairro onde está situado, o Rio Vermelho. Outro espaço que destacaria é o Teatro Jorge Amado. Por ser um espaço institucional e pelas dificuldades em se manter apenas de pauta, sem financiamento do Estado até agora, como tantos outros espaços culturais de Salvador. Acho que isso tem o seu valor, deve ser reconhecido. Destacaria também o Teatro Vila Velha pela sua trajetória e porque está situado num espaço bacana da cidade de grande importância histórica e cultural. De projetos eu destacaria O Panorama Internacional de Cinema, que tem uma continuidade e longevidade maior no cenário, mesmo tendo um público muitas vezes restrito, basicamente formado pela própria classe artística, mas que deve ser reconhecido por se manter ano a ano. E o Neojibá, que está fazendo sucesso em vários lugares do Brasil, está difundindo a música clássica de uma forma diferenciada. Fico pensando o que deve ser para cada jovem que está ali. Destaco também a atuação de Carlos Prazeres na OSBA.

***Entrevista realizada por Ana Carolina Rosário e Nathália Procópio, no dia 18 de dezembro de 2013, no escritório da Multi Planejamento Cultural, em Salvador.**