



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO  
GRADUAÇÃO EM PRODUÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA**

**PALOMA SARAIVA DE FIGUEIRÊDO**

**MAMDACARU**

Salvador  
2015

**PALOMA SARAIVA DE FIGUEIRÊDO**

**MAMDACARU**

Memória do trabalho de conclusão de curso de  
graduação em Produção em Comunicação e  
Cultura, Faculdade de Comunicação da  
Universidade Federal da Bahia.

Orientador: Prof. Dr. Sérgio Sobreira

Salvador  
2015

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a Marcelo Galvão, Ana Clara de Araújo e Michele Pontes, por me ajudarem a passar para o papel tantas ideias, pensamentos e vontades. Sem a ajuda de vocês esse trabalho não existiria.

Agradeço à minha família paraibana (especialmente à minha mãe), por me fazerem amar o forró pé-de-serra e a cultura nordestina desde que nasci, me mostrando, na prática, como somos sortudos em nascer e crescer numa terra como essa, com música, literatura, artes visuais e culinária riquíssima.

Agradeço aos meus amigos forrozeiros, por me apresentarem esse universo tão maravilhoso, essa dança envolvente, essa música tão rica e pelos nossos encontros Brasil à fora.

Agradeço especialmente à Ana Cristina Gonçalves, por acreditar em mim quando ninguém mais parecia fazê-lo, sem a sua ajuda eu jamais teria chegado aqui.

Aos meus colegas de varandinha, sem os nossos momentos de distração, como conseguiríamos suportar tantas horas de estudo?

Ao meu pai e irmãos por toda influência positiva, pelos ensinamentos, pelo companheirismo, por todo esse amor.

“Há muitos anos o forró nasceu  
Cresceu e apareceu em todo lugar  
Conseguindo agradar Gregos e Troianos  
Ele vai voando, ninguém pode segurar

Ele está acompanhando a evolução  
Também se comunicando com toda a nação  
Mostrando pra essa gente que é brasileiro  
Conquistando o mundo inteiro com a comunicação

Ele vai sim, ele chega lá  
O forró é coisa nossa, ninguém pode segurar  
Ninguém pode segurar, ele chega lá  
O povo brasileiro tá querendo forrozar.”

Rouxinol Paraibano

## RESUMO

O presente memorial descreve o processo de idealização do **MAMdacarú**, primeira virada da cultura nordestina a ser realizada no Museu de Arte Moderna da Bahia. O festival propõe um evento multicultural que se baseia nos festivais de forró pé-de-serra da atualidade, mas que também contempla outras linguagens artísticas que se assemelham ao tema. Esse memorial exhibe as referências que guiaram o desenvolvimento desse projeto, apresentando uma análise de dois consolidados festivais de forró pé-de-serra: “Festival Rootstock” (SP) e “Festival Nacional Forró de Itaúnas” (ES). Exibindo uma pesquisa sobre a literatura de cordel, a xilogravura e a dança, e descrevendo o processo de concepção, construção da identidade e desenvolvimento de estratégias de produção e captação. O **MAMdacarú** é um projeto que cumpre o papel educativo, informativo, de entretenimento e artístico, dando visibilidade à cidade de Salvador em âmbito nacional, e proporcionando um intercâmbio entre artistas brasileiros. É com essa convicção que o **MAMdacarú** assume-se como projeto divulgador e mantenedor da cultura nordestina, resgatando os fazeres artísticos em um só lugar, proporcionando à cidade de Salvador o mergulho em uma das maiores culturas brasileiras.

Palavras-Chave: Festival; Forró Pé- de- Serra; Cultura nordestina; Dança; Literatura de Cordel; Xilogravura; Multicultural.

## SUMÁRIO

<b>1. Introdução</b>	7
<b>2. Entendendo os festivais de forró pé-de-serra</b>	10
2.1. Festival Rootstock	10
2.2. Festival Nacional Forró De Itaúnas (Fenfit)	13
<b>3. O mundo dos cordéis</b>	17
<b>4. Apresentando a xilogravura nordestina</b>	19
<b>5. Uma dança para todos</b>	21
<b>6. O MAMdacarú</b>	23
6.1. A escolha do local: Museu de Arte Moderna da Bahia – MAM/BA	23
6.2. Identidade	24
6.3. Produção	26
6.4. Captação	29
<b>7. Considerações Finais</b>	34
<b>REFERÊNCIAS</b>	38
<b>APÊNDICE – Orçamento do MAMdacarú</b>	39

## 1. INTRODUÇÃO

O presente memorial descreve o processo de construção do Festival **MAMdacarú**, primeira virada da cultura nordestina a ser realizada em território soteropolitano.

Programado para acontecer em Junho de 2017, no Museu de Arte Moderna da Bahia – Solar do Unhão, em Salvador, o **MAMdacarú** realizará um festival multicultural que possibilitará ao público um escambo de conhecimento, além de uma reunião entre os amantes da cultura nordestina. Diversificando as atrações, mesclando música, dança, artes visuais, gastronomia e literatura, pretende-se valorizar e reafirmar as nossas raízes identitárias, convidando o público a ouvir, aprender, executar, dançar e provar, passeando pelo vasto universo nordestino. O evento exaltará as diversas artes ligadas ao nordeste, criando uma atmosfera animada com um ambiente alegre e descontraído, celebrando a riqueza dessa região tão importante, oportunizando encontros e reencontros entre artistas, amigos e apreciadores da cultura, assim como seu contato mais direto com essas artes, através do envolvimento prático do público, proposto neste evento.

Em tempos de globalização, é clara a percepção da necessidade do aumento da qualidade de conhecimento e foi com esse princípio que se deu a concepção do **MAMdacarú**. A partir de estudos sobre festivais de forró e observando como eles são realizados, notou-se a ausência de outras linguagens artísticas dentro desses eventos.

O forró, por ser um ritmo tipicamente nordestino, carrega em sua estrutura construções multiculturais, como a vestimenta, a comida, a arte sertaneja e os modos como eles se organizam nos eventos populares do nordeste, de acordo com a construção antropológica descrita por SILVA (2003). Segundo o autor, a manifestação popular de um povo compreende não apenas suas instituições e linguagens. A cultura deste povo se manifesta através de vários signos expressos nas suas crendices e festas, e na sua produção artística. Deste modo, o **MAMdacarú** promoverá um festival multicultural sobre forró que também contemplará as linguagens artísticas que tem similaridade com o tema central (o forró pé-de-serra) através dos shows dos trios de forró: Filhos de Gonzaga (BA), Trio Dona Zefa (SP), Trio Lampião (MG); apresentação de dois DJ's especializados em forró: DJ Xiita (BA) e DJ Vinny (MG);

realização de oficina de xilogravura ministrada pelo artista plástico visual Florival Oliveira; realização de oficina de forró com o grupo de dança Forrozeando; exposição de cordel, trazendo como convidado o poeta, escritor e compositor Bráulio Tavares; e feirinha gastronômica com produtos tipicamente nordestinos.

O movimento do forró pé-de-serra é composto de um significativo público jovem, segundo dados já divulgados em pesquisas pelo Datafolha, em abril de 2008, junto a 1.541 jovens brasileiros com idade entre 16 e 25 anos de 24 Unidades de Federação e no Distrito Federal. O levantamento buscava listar os gostos e os anseios desses jovens e apontou que um entre quatro deles, ou seja, 25%, a maioria, prefere o forró a outros ritmos musicais, como aponta Ribeiro (2009).

O forró é uma expressão musical originária da região nordeste, que exhibe particularidades em torno deste universo cultural. Foi realizado um levantamento acerca de quais as outras linguagens que fariam parte deste festival e os temas escolhidos foram a literatura de cordel, a xilogravura (cuja técnica é utilizada para a ilustração dos cordéis) e a dança. Todos os elementos escolhidos irão compor este evento multicultural, no intuito de agregar valor ao produto final, colocando para o público um novo conceito de festival de forró.

O forró pé-de-serra rompeu as fronteiras de sua origem graças à disseminação midiática do ritmo para a classe média, atingindo o público universitário, que começou a revisitar a obra de Luís Gonzaga, formando, assim, um novo perfil de admiradores e frequentadores dos festivais. A escolha da temática se adequa as reformulações dos festivais de forró da atualidade, que privilegiam o entretenimento. A relevância de temas socioculturais é algo tratado apenas folcloricamente pela mídia. Às vezes o tratamento midiático desses temas é feito mais pelo marketing, do que, de fato, pela responsabilidade da difusão do conhecimento. Portanto, é essencial que produtores e consumidores nordestinos apropriem-se do discurso identitário, através de estudos mais profundos do que apenas a observação midiática cotidiana, uma vez que a observação e a busca de percepções lhe trarão reflexões que permitirá uma atuação mais integrada com sua própria cultura.

Antes de apresentar o processo de produção **MAMdacarú**, esse memorial expõe as referências que nortearam esse procedimento. Assim, apresenta uma análise de dois consolidados festivais de forró pé-de-serra: “Festival Rootstock”, que acontece em São Paulo,

e o “Festival Nacional Forró de Itaúnas” realizado no Espírito Santo. Desta forma, apresenta uma pesquisa sobre a literatura de cordel, a xilogravura e a dança, a fim de entender e poder contextualizar o uso dessas artes no evento proposto.

A partir disso, o memorial descreve o processo de concepção do **MAMdacarú**, desde a escolha do local onde se realizará o festival, até a construção da sua identidade e do desenvolvimento das estratégias de produção e captação.

O projeto **MAMdacarú** cumpre o papel educativo, informativo, de entretenimento e artístico, dando visibilidade à cidade de Salvador em âmbito nacional, além de proporcionar um intercâmbio entre artistas brasileiros e difundir a cultura nordestina através do forró. É com essa convicção que o **MAMdacarú** assume-se como projeto divulgador e mantenedor da cultura nordestina, resgatando os fazeres artísticos em um só lugar, proporcionando à cidade de Salvador o mergulho em uma das maiores culturas brasileiras.

## 2. ENTENDENDO OS FESTIVAIS DE FORRÓ PÉ-DE-SERRA

Como o **MAMdacarú** é um festival multicultural que nasce da observação de uma carência existente nos festivais de forró pé-de-serra no Brasil, no que diz respeito a valorização de outras linguagens ligadas a cultura nordestina, que não o forró, faz-se necessário entender como se configuram os festivais de forró pé-de-serra atuais. A pretensão, porém, não é a de analisar profundamente a produção desses festivais, mas compreender as suas características, motivações e hábitos.

Os festivais de forró pé-de-serra são grandes eventos que acontecem no Brasil e que reúnem músicos, dançarinos, produtores e apreciadores do estilo musical. Na maioria desses eventos o público se encontra e permanece hospedado por dias em cidades ou em sítios para dançar, cantar e tocar forró. Normalmente eles acontecem durante o período de férias ou de grandes feriados.

Existem, atualmente, diversos festivais de forró pé-de-serra: “Minas Roots (MG)”, “Brasil Roots (ES)”, “Nata Forrozeira” (SP), “Rootstock” (SP), “Fenfit” (ES). Porém, para entender as características básicas que definem esse tipo de evento, escolhi trabalhar com os dois mais consolidados e antigos festivais, o “Festival Rootstock”, realizado em São Paulo, e o “Festival Nacional Forró De Itaúnas” (Fenfit), que acontece no Espírito Santo.

### 2.1. Festival Rootstock

O festival vem sendo realizado anualmente desde 2002, entre outubro e novembro, com duração média de três dias, normalmente em um sítio ou hotel-fazenda nas proximidades da região de São Paulo (SP), como é o caso de Cabreúva e Campinas. O evento acontece geralmente durante grandes feriados, o que possibilita a reunião de grandes trios de forró tradicional em atividade e dos apreciadores desse estilo vindos de várias partes do Brasil e também do exterior.

Unindo grandes atrações atuais e históricas no contexto do forró pé-de-serra, o “Rootstock” é um festival de trios de forró que tem uma média de 20 apresentações em cada evento, contando com a participação de artistas que fizeram sucesso nas décadas de 1970 e 1980 e

também de jovens talentos, sempre preservando o formato de trio: sanfona, zabumba e triângulo. Além da apresentação em formato de trio, a programação do festival tem também a presença dos DJ's de vinil que discotecam no evento, priorizando os antigos, lembrando e homenageando grandes artistas ao executarem discos de vinil originais, gravados na década de 1950, 1960 e 1970, por nordestinos como Jackson do Pandeiro, Marinês, Trio Nordestino e Luiz Gonzaga. O festival busca, dessa maneira, perpetuar o forró tradicional e deixar um legado cultural para gerações. São preocupações do festival, resgatar, preservar e divulgar a música nordestina e brasileira.

Suas características são apoiadas na ideia da originalidade, o festival se posiciona como um evento que resgata música e demais artistas originais, de raiz. O nome do festival adota a palavra *root*, que significa raiz, o local aonde o evento acontece normalmente é um sítio ou hotel-fazenda. O camping é a principal acomodação ofertada, e todos esses elementos trazem uma atmosfera rural, rústica, de raiz. (SILVA, 2013). O festival caracteriza-se por ter um formato parecido com os festivais de música eletrônica, que geralmente acontecem em sítios e locais abertos, com espaço para camping e com duração de mais de 24 horas. A marca do “Rootstock”, apesar de ser monocromática, causa uma sensação de fluxo, a partir do desenho e da tipografia escolhidos. A tipografia se assemelha com as utilizadas nas artes gráficas nas décadas de 60 e 70 (em capas de álbuns ou revistas, por exemplo), apresentando um estilo despojado e ligado à natureza, por lembrar o estilo hippie. O triângulo compõe a marca como signo relativo ao forró e por estar dentro de uma roda admite pregnância da forma (FILHO, 2009) baixa, dificultando um pouco a leitura do público que não está familiarizado com os elementos da marca do festival.



Figura 1 - Logomarca do Rootstock

Fonte: < <http://festivalrootstock.com/> > Acesso em: 08 de jun. 2015

Os frequentadores do festival organizam excursões saídas de diversas cidades: Baurú (SP), São Paulo (SP), Belo Horizonte (MG), facilitando, assim, o deslocamento do público para o evento.

Sobre sua realização, normalmente são montados dois palcos no local do evento, um palco menor, localizado na área externa, onde os trios se apresentam durante o dia, e outro palco maior, montado em uma área geralmente coberta e fechada, onde acontecem as apresentações à noite. Cada atração dura, em média, 40 minutos. A decoração do palco onde acontecem as apresentações noturnas normalmente é mais incrementada que a do palco externo, seus elementos fazem referência a estética nordestina e é constante o uso de objetos que remetem ao sertão nordestino, à rotina do vaqueiro. Normalmente utilizam couro, esteiras de vime, chita, madeira e tecidos quadriculados.

O ingresso é possibilitado através da compra do passaporte que dá direito a entrada e permanência no evento durante os dias da festa, acesso aos shows e área para camping com dois amplos vestiários (masculino e feminino). A área oferecida para camping não é coberta, mas o cliente tem outra opção de hospedagem, que é o caso das suítes que podem ser individuais, duplas, triplas, quadruplas, sêxtuplas e até para oito pessoas. Para se hospedar em uma das suítes é preciso, o entanto, pagar a hospedagem à parte. Os valores médios para se hospedar em uma das suítes é de R\$ 200,00 a diária por pessoa, sendo que essa diária inclui café da manhã, almoço e jantar.

O evento não permite a entrada portando comidas ou bebidas, sejam elas alcólicas ou não, pois oferecem serviço de alimentação 24 horas, dispondo de lanchonete e bar, além de buffet completo na hora das principais refeições. Para garantir o cumprimento dessas e de outras regras, os ingressantes passam por processo de revista e cadastramento, chegando ao local do festival.

A venda do passaporte para o Festival é realizada em lotes, cada lote estando vinculado a uma quantidade fixa de ingressos. Caso se esgote a quantidade, independente da data, começa-se a vender automaticamente o lote seguinte. Em 2015, o primeiro lote começou a ser vendido por R\$ 70,00, o segundo lote custou R\$ 90,00 e o terceiro lote R\$120,00. Na porta do evento o passaporte será vendido a R\$ 200,00. Esse ingresso também pode ser adquirido através de

depósito bancário e envio pelo correio, bem como através de promotores de vendas, nas cidades de São Paulo (SP), Campinas (SP), Santos (SP), Curitiba (PR) e Belo Horizonte (BH).

## 2.2. Festival Nacional Forró De Itaúnas (Fenfit)

O Festival Nacional de Forró de Itaúnas (Fenfit) é realizado anualmente desde 2001, na penúltima ou na última semana de julho, com duração de oito dias. O evento acontece no Bar Forró de Itaúnas, na Vila de Itaúnas (ES) durante o período de férias das principais universidades públicas do Brasil. As edições possuem uma programação com atrações de renome e apresentações de novos nomes do forró pé-de-serra, proporcionando um encontro de gerações entre os que participam do evento.

O Fenfit é o único evento de forró pé-de-serra do Brasil que promove a revelação de talentos e valores musicais do forró pé-de-serra, com uma média de 50 apresentações por edição. Contando com a participação de atrações consagradas da música nordestina como Trio Nordestino, Geraldo Azevedo, Xangai, Trio Juazeiro, Os Três do Nordeste e Trio Sabiá, o festival também possibilita que novos artistas se apresentem em um dos mais importantes palcos do forró pé-de-serra no Brasil, que já revelou grupos como Falamansa, Rastapé e Trio Virgulino. Os novos grupos têm a oportunidade de divulgar seus trabalhos para um público que aprecia e consome o forró pé-de-serra, em sua maioria composto por universitários de diferentes estados do país.

Além da promoção e revelação, o festival oferece aos vencedores uma premiação em dinheiro e participação na gravação do CD e DVD do Fenfit. Os prêmios em dinheiro são no valor de R\$4.000,00, R\$3.000,00 e R\$2.000,00 aos três melhores conjuntos selecionados, respectivamente, e outras categorias também recebem prêmios em dinheiro, são elas: melhor intérprete; melhor sanfoneiro; melhor zabumbeiro; melhor trianguista; melhor letra; revelação masculina e revelação feminina, recebendo R\$500,00 cada uma delas.

Promovendo intercâmbio musical entre os participantes de diferentes estados brasileiros, o Fenfit se preocupa em estimular a criação e renovação musical no forró pé-de-serra, ampliando o mercado, mantendo viva a música nordestina, e as suas raízes culturais.

A Vila de Itaúnas é considerada pelos forrozeiros como “capital do forró pé-de-serra”, pois a ideia de realizar o festival surgiu como incremento ao movimento cultural do forró, desencadeado em Itaúnas na década de 1980. Atraídos também pelas belezas naturais locais, os visitantes começaram a crescer e o movimento do forró se expandiu. Considerando que o forró é uma prática de lazer antiga entre os que vivem na Vila, o festival faz parte e fortalece a cultura local.

Por causa dessa relação pré-estabelecida com o forró, no período do Fenfit toda a Vila entra no clima do festival. Durante o dia na Vila, se ouve forró em todo lugar, os jovens músicos de diferentes estados se misturam e tocam juntos, em clima de confraternização e sem cerimônias na padaria, nas pousadas, na praça, na ponte, nos campings. Além do Bar do Forró, onde acontece o festival, existem outras casas de festas em Itaúnas que também oferecem programações, é o caso do Café Brasil e do Buraco do Tatu.

As características do festival agregam valor ao evento por ter uma importância histórica para os forrozeiros, devido ao fato de proporcionar novas descobertas na música nordestina, revelando ao público novos ídolos a cada edição.

A identidade visual do festival utiliza um signo gráfico forte, o mascote forrozeiro, vestido de chapéu de couro e tocando sanfona, fazendo o público se identificar com o festival logo no primeiro contato com a marca. As cores utilizadas se relacionam com a cultura nordestina por lembrar o solo seco do semiárido e as roupas de couro, tidas como características tipicamente nordestinas para o público seguidor e para a cultura de massa (WOLF, 2002, p.8).



Figura 2 - Mascote do Fenfit

Fonte: *Fanpage* do Fenfit no Facebook

Existem excursões saídas de diversos estados: Bahia, Minas Gerais, Espírito Santo, Rio de Janeiro, São Paulo, algumas delas já incluem o passaporte para o evento, facilitando o acesso do público.

A realização do evento acontece no Bar Forró de Itaúnas, começando às 22h. Na noite de abertura tocam apenas três atrações já conhecidas pelo público, sendo a primeira delas, a atração vencedora da última edição do festival. Já nas noites seguintes, dá-se início ao concurso, e além do show de trios e bandas conhecidas, acontecem as fases classificatórias, com a apresentação de seis conjuntos por noite. Após quatro dias de classificatórias, acontecem as finais realizadas em dois dias, também com apresentação de seis conjuntos por dia. No último dia de festival, acontece a divulgação do resultado e show de diversos artistas.

Podem se inscrever para participar do Festival Nacional Forró de Itaúnas conjuntos, bandas, trios e grupos musicais do gênero forró pé-de-serra. Cada grupo pode inscrever até duas músicas, sendo que apenas uma será selecionada para concorrer ao festival. As músicas devem ser inéditas, não gravadas comercialmente e não editadas. São selecionadas vinte e quatro músicas para concorrerem no festival. Os concorrentes têm vinte e cinco minutos para se apresentar nas classificatórias e vinte minutos na fase final. São classificadas para as finais as doze músicas que obtiverem as melhores notas nas etapas classificatórias. A comissão julgadora é escolhida pela organização do evento e composta por três membros, normalmente figuras de importância no cenário do forró pé-de-serra. Os concorrentes são julgados nos seguintes quesitos: Letra/música (poesia, harmonia, melodia e arranjo), apresentação de palco/originalidade (prática de grupo, desempenho e figurino), interpretação (afinação, ritmo e dicção).

As doze bandas classificadas para a fase final do festival tem a apresentação gravada ao vivo pela produtora do Fenfit para reprodução em CD e DVD promocional. Atualmente o regulamento e ficha de inscrição ficam disponíveis no site<sup>1</sup>, e os trios e bandas concorrentes enviam seu material pelos Correios.

O acesso ao Fenfit se dá através da compra dos ingressos que podem ser vendidos individualmente, por dia, ou todos juntos com desconto (passaporte). O passaporte dá direito a

---

<sup>1</sup> <<http://www.forrodeitaunas.com/>> Acessado em: 06 de jun. 2015.

todos os dias do evento, camisa e cd da edição anterior do festival. Os ingressos são vendidos através de depósito bancário, assim como no Festival Rootstock, e após a confirmação do pagamento é enviada uma senha para a retirada do passaporte no local do evento.

### 3. O MUNDO DOS CORDÉIS

Considerando que o **MAMdacarú** traz ao seu evento a possibilidade de aproximação do público com a literatura, através da exposição de cordel, é necessária uma análise deste estilo literário, a fim de conhecer e entender o mundo dos cordéis.

Trazida ao Brasil pelos portugueses no período da colonização e instalando-se na Bahia, mais especificamente em Salvador, a literatura de cordel foi, aos poucos, se tornando cada vez mais popular e se espalhando principalmente pelo Nordeste. O cordel é o texto, a forma poética que pode ser expressa através da sextilha, da septilha, da oitava, do quadrão ou das décimas de sete sílabas. O nome cordel começou a ser difundido por estudiosos que buscavam entender aquele tipo de literatura, e está ligado à maneira como eram comercializados esses folhetos, pendurados em cordões, barbantes, chamados de cordéis, em Portugal. Os folhetos que começaram a surgir no Brasil não eram chamados assim, porém, algumas características desses folhetos remetiam diretamente a literatura popular portuguesa. Com um vocábulo próprio do ambiente sertanejo, o termo “poesia matuta” também é utilizado para se referir à linguagem produzida pelos cordelistas.

Atualmente encontramos a literatura de cordel principalmente na região nordeste. Normalmente são vendidos em lonas ou malas expostas em feiras populares, na maioria das vezes pelos próprios autores. São livrinhos pequenos, impressos em preto e branco, fabricados de forma manual. Devido ao seu baixo custo e por retratarem fatos da vida cotidiana da região num tom bem humorado, fazem grande sucesso em estados como Paraíba, Bahia, Pernambuco, Rio Grande do Norte, Alagoas e Ceará.

O cordel tem características singulares, que o diferenciam das demais formas de literatura popular já registradas. Para entender essas características, é preciso saber que as principais influências dessa literatura são as tradições orais europeias nas literaturas populares impressas e as tradições orais do nordeste brasileiro.

O linguajar do cordel é despojado, regionalizado e informal. Os temas retratados são os mais variados e vão desde festas, secas, política, milagres, episódios históricos, lendas, religião, vida dos cangaceiros e morte de personalidades, até aventuras, histórias de amor e ficção. Os

autores escrevem de maneira espirituosa, modificando um fato para torná-lo divertido, e outras vezes retratam as duras realidades que vivenciam. Outra forte característica desse tipo de literatura é a presença da opinião do autor, os cordéis não são imparciais ou impessoais. Os cordelistas utilizam-se de recursos textuais como o exagero, a ironia e o sarcasmo para fazerem críticas políticas ou sociais como o preconceito e o racismo.

Os livretos normalmente tem oito páginas, mas podem ter mais, variando entre 8 e 30 páginas que medem 11X16cm. As ilustrações originalmente são feitas com xilogravuras, que representam um importante legado do imaginário popular e funcionam como um suporte de enriquecimento midiático.

A literatura de cordel ajuda na disseminação de hábitos de leitura pelo fato de poderem ser lidas em sessões públicas e terem um elevado número de exemplares distribuídos gratuitamente ou a preços baixos. Funciona como divulgadora da arte do cotidiano, das tradições populares e dos autores locais, tendo valor inestimável no que diz respeito à manutenção e fortalecimento das identidades locais e das tradições regionais.

#### **4. APRESENTANDO A XILOGRAVURA NORDESTINA**

A xilogravura, cuja técnica é utilizada para a ilustração dos cordéis, trata-se de uma gravura feita com uma matriz de madeira. Em outras palavras, é um processo de impressão que utiliza uma espécie de carimbo de madeira. É uma das práticas mais antigas para a gravação de imagens, e, por ser de grande simplicidade, ainda é utilizada nos dias de hoje.

O xilógrafo escolhe a madeira ideal, cuja espessura deve ter mais ou menos dois centímetros de altura. Essa madeira passa por um processo de preparação, sendo lixada e polida, e só depois de deixar a madeira pronta é que o artista faz o entalhe. Faz-se primeiro um desenho no papel, que é passado para a madeira com carbono. Com a ajuda de goivas, formões e pontas cortantes, ele entalha seu desenho na madeira, como um escultor, porém, o trabalho final do xilógrafo não é a matriz produzida, esse é apenas o meio para alcançá-lo. Esse alto relevo produzido na madeira é o que vai receber a tinta e vai para a prensa com o papel. A imagem que a matriz, depois de prensada, deixa no papel, é o que chamamos de xilogravura.

Acredita-se que a xilogravura popular nordestina foi trazida pelos portugueses, que ensinaram a técnica aos índios. A técnica foi muito utilizada a partir do século XIX nas capas de folhetos da literatura de cordel e também para impressão de rótulos de garrafas de bebidas e outros produtos. Um dos antigos jornais em atividade no Brasil, o Jornal Mossoroense (RN), usava a xilogravura como ilustrações que eram elaboradas pelo seu dono, João da Escóssia. Alguns dos xilógrafos que mais contribuíram para a xilogravura nordestina foram Manoel Serafim, Inocência da Costa Nick, J. Borges, Zé Caboclo, entre outros. Essas rudes criações desses artistas populares, constituem-se em uma das maiores contribuições que a região nordeste já ofereceu ao contexto das artes plásticas brasileiras. As xilogravuras dos artistas do nordeste foram as primeiras a ilustrarem e alimentarem o imaginário visual do sertanejo, utilizando imagens da sua própria cultura, que refletiam seus anseios, sonhos e ideais. Nas décadas de 1960 e 1970 pesquisadores começaram a publicar álbuns com gravuras feitas por artistas nordestinos e com isso a xilogravura ganhou o status de arte (GASPAR, 2003).

Com a curadoria de Florival Oliveira, o **MAMdacarú** quer manter ativa a prática das oficinas do Museu de Arte Moderna da Bahia, ampliando o seu público, através da disseminação desse modo de fazer arte em série.

## 5. UMA DANÇA PARA TODOS

Quando se fala em forró, não existe um consenso acerca da origem do termo, alguns defendem que forró seria uma corruptela da expressão forrobodó e outros acreditam que seja uma justaposição dos termos *for* e *all*, que, na língua inglesa, significam “para” e “todos” (ALFONSI, 2007). As duas definições mais conhecidas, mesmo que controversas, usam o forró como um símbolo significantemente da integração. Assim sendo, forró pode significar uma festa, um gênero musical, um local ou uma dança.

Do forró tradicional, como denominamos, faz parte essencialmente o sanfoneiro, o tocador de zabumba e o de triângulo. No estilo tradicional essa música é dançada por casais (SILVA, 2003). Dentro do universo do forró, a dança é uma expressão, pois na dança cada indivíduo se expressa de forma única com o seu corpo. Existem diferentes maneiras de se dançar forró e também algumas nomenclaturas que buscam definir cada estilo: forró pé-de-serra, forró universitário e forró eletrônico.

Na dança do forró pé-de-serra é comum vermos o passo básico (marcação atrás), o usual “dois pra lá, dois pra cá” com variações simples. Os giros da dama não são muito frequentes. A principal característica é o ato de arrastar os pés durante a dança e os casais dançam com os corpos bem colados. Dentro do universo do forró pé-de-serra existem subdivisões do estilo, são o caso do xote, baião, xaxado e o arrasta-pé.

O xote e o baião são dançados em casal e de maneira bem parecida, o que muda é o tempo. No xote mais lento e no baião mais acelerado. O xaxado é uma dança individual, dança-se com as mãos cruzadas atrás do corpo e a marcação é feita com o pé direito, que fica mais a frente do esquerdo e se lança de um lado para o outro, no ritmo da batida. Já o arrasta-pé, também conhecido como galope, é um estilo difundido pelas quadrilhas, a dança se dá em compasso binário e movimentos expansivos.

O forró universitário criou um jeito específico de dançar forró, mesclando o tradicional forró pé-de-serra com passos de dança de salão, como o samba de gafieira, a salsa e o rockabilly. Os movimentos são realizados com os corpos juntos, intercalando as pernas. (ALFONSI,

2007). Esse tipo de forró surgiu quando os jovens do sul e do sudeste começaram a dançar o forró pé-de-serra de maneira diferente da original, influenciados pela dança de salão, introduziram características peculiares no passo básico do forró e em variações. O resultado dessa mistura é um estilo de dança que alterna corpos colados com giros mais complexos e rodopios em torno de si mesmos.

No forró eletrônico as danças também acontecem a partir de um casal, porém os corpos ficam numa distancia maior um dos outros, quando se compara com o forró pé-de-serra e universitário. A dança é mais estilizada, toda a execução é dada pelo balanço acelerado dos quadris e da cintura, mesmo nas músicas lentas. O forró é dançado mais puladinho, com movimentos rápidos e exagerados.

Independente de qual seja o estilo escolhido, o importante é manter-se em movimento, e através da dança, poder experimentar diferentes usos do corpo a partir de distintas técnicas. Expor sua linguagem corporal, seu ritmo e sua coordenação motora ao outro é também compartilhar, pois é através do contato e interação com um par que o forró é vivenciado.

A proposta do **MAMdacarú** é promover essa conexão, difundindo a dança e suas técnicas, a partir da oficina de forró oferecida gratuitamente ao público, com o intuito de que ele possa usar esse conhecimento para uma maior interação. Intercâmbio e fortalecimento cultural.

## 6. O MAMdacarú

O processo de construção e idealização do **MAMdacarú** foi norteado pela vontade de promover um festival de forró pé-de-serra que pudesse exaltar e valorizar outras linguagens relacionadas a cultura nordestina. A proposta é reestruturar o fazer de um festival de forró pé-de-serra contemplando as linguagens artísticas que tem similaridade com o tema central.

### 6.1. A escolha do local: Museu de Arte Moderna da Bahia – MAM/BA

O MAM é o cenário ideal para a realização desse festival. É um dos principais cartões postais da cidade de Salvador, um dos mais importantes locais para a arte na Bahia e no Nordeste, tem um espaço físico que comporta o evento e, além disso, realiza ações e projetos que tem tudo a ver com o que o festival se propõe a realizar. O museu possui forte ligação com a temática nordestina, sempre abordando o tema nordeste, seja em exposições ou em ações pontuais. Ele foi criado e permanece no berço do Nordeste.

Lina Bo Bardi idealizou a criação do Museu de Arte Moderna da Bahia com a perspectiva de um museu-escola, seus galpões foram preservados e sediam as oficinas há mais de 30 anos. A ideia era que o espaço se tornasse um museu-escola para jovens e crianças, e também uma referência cultural do Nordeste, especialmente com sua força na cultura popular. Esse espaço deveria se relacionar com a comunidade por meio de cursos de formação também para adultos e artistas.

A inauguração do MAM-BA no Solar do Unhão ocorreu em 1963 e tiveram duas exposições na ocasião: “Civilização do Nordeste” e “Artistas do Nordeste”. Desde então o museu se tornou um ponto de encontro de intelectuais, artistas, estudiosos e críticos do Brasil e do mundo.

Em 1970, Chico Liberato assumiu a direção e iniciou as “Oficinas do MAM” em 1980 que promove até hoje cursos de formação em diversas expressões artísticas como cerâmica, xilogravura, pintura, entre outras.

Até hoje o museu mantém as suas propostas iniciais, como um museu-escola que não distingue as diversas formas de artes e não realiza uma valorização diferenciada. O MAM é um grande difusor da arte nacional e internacional, além de ter importante papel na divulgação das obras baianas e nordestinas para o Brasil e o mundo.

Dai se dá o encaixe perfeito com o festival, pois além da temática nordestina, o **MAMdacarú** propõe a realização de uma oficina de xilogravura, oficina essa que já acontece periodicamente nos galpões das Oficinas do MAM. Ou seja, todo o equipamento, material necessário e espaço para a realização dessa oficina já existem no museu, o que torna viável e exequível a oficina proposta pelo festival.

Além das Oficinas do MAM, o museu promove todo sábado, no espaço que funciona de estacionamento durante a semana, evento chamado JAM no MAM. O JAM no MAM é uma continuação das “jam sessions” que eram realizadas entre 1993 e 2001 no museu. Sob a coordenação do músico Ivan Huol, o projeto é ponto de encontro garantido de músicos locais e vem atraindo artistas de todo o mundo que, de passagem pela Bahia, encontram ali um espaço democrático para ouvir Jazz e exercitar a arte da improvisação ao lado da banda Base da JAM e de músicos que são referência no mercado local.

O Festival **MAMdacarú** irá ocupar os espaços do museu, fazendo com que aconteçam simultaneamente diversas ações, criando uma atmosfera de valorização e exaltação da cultura nordestina.

## 6.2. Identidade

Em tempos de globalização da informação e da economia de livre mercado, o reconhecimento da importância do design como um “meio essencial” para a interação da marca com os públicos é crescente, dando forma à cultura material mundial (MORAES, 1999) e influenciando o nosso cotidiano e o nosso meio (LANDIM, 2010). A construção de uma identidade visual que contextualize a empresa com o seu público passa por diversos tipos de influências, e a que trabalharemos aqui serão as influências regionais de criação artística. O **MAMdacarú** referencia sua identidade visual às xilogravuras do início do século XIX, que ilustravam os cordéis.

A escolha do nome do evento foi pensada a partir da escolha do local para realização deste festival, projetado de maneira com que ocupasse as diversas instalações do Museu de Arte Moderna da Bahia. No espaço onde acontecem as sessões de jazz do JAM no MAM, será realizado o show musical que compõe o **MAMdacarú**, com as apresentações dos trios e dos DJs de forró. Já a feira gastronômica com produtos tipicamente nordestinos será montada logo na entrada do museu, em frente à Capela do Solar. A oficina de xilogravura acontecerá no galpão de oficinas do MAM, e a oficina de dança será realizada no casarão do museu.

A marca auxilia a comunicação pela identificação do público com o aspecto visual. A percepção do público é o medidor mais importante em qualquer estratégia de comunicação e essa percepção baseia-se em aspectos materiais e imateriais da marca (MARTINS, 2006). Logo, o posicionamento da marca é resgatar a importância da xilogravura, trazendo a imagem do mandacarú como um símbolo naturalmente orgânico do ser nordestino.

A partir de um estudo preliminar sobre a compreensão do valor imaterial do que o público pensa de forró e outras manifestações artísticas da cultura nordestina, o mandacarú foi escolhido como símbolo representativo do festival multicultural por ser um cacto nativo brasileiro, pertencente a uma vegetação específica do semiárido que, além de restaurar o solo, produz um fruto que serve de alimento para pássaros e outros animais.

O **MAMdacarú** é um festival de um dia só, mas vai durar um dia inteiro (três turnos), se posicionando como esse cacto produtivo. Pensando na cidade de Salvador como um solo a ser restaurado, e o público como pássaros que, a partir das oficinas e das vivências com outras pessoas que também se interessam pela cultura nordestina, vão se alimentar do fruto do mandacarú, semeando um pouco de sua experiência no festival em cada lugar que passarem depois. O festival propõe consolidar esse posicionamento através dos serviços oferecidos, que ainda não são costumeiros na cidade de Salvador.

A literatura em cordel, a xilogravura, o forró e outros elementos tipicamente nordestinos foram utilizados em formas de ícones, cada um para uma curadoria específica: A sanfona, a zabumba e o triângulo representando os trios de forró; os varais representando a literatura de cordel e a xilogravura; os casais significando a dança; o milho significando a feira gastronômica e a culinária típica das festas juninas; os toca-discos representando a presença dos DJs de forró pé de serra.

A maior parte dos desenhos é apenas na cor preta (marca, ícones, cenário da capa), fazendo alusão ao estilo de impressão da xilogravura enquanto arte difundida no nordeste principalmente através da literatura de cordel. As pesquisas sobre a cultura nordestina feitas por Juraci Dórea, José Costa Leite e J. Borges, artistas visuais contemporâneos, foram analisadas para a construção da identidade visual. É perceptível em suas criações, mesmo em alguns trabalhos que não sejam xilogravuras, o traço preto forte e os cenários das festas juninas e do cotidiano nordestino/sertanejo. As cores complementares, o verde e o vermelho foram utilizadas na construção da versão da marca colorida, contrapondo o mandacaru como um oásis no meio dessa seca de festivais que os entusiastas do forró e da cultura nordestina vivem em Salvador.

Algumas leis da Gestalt foram consideradas na construção da identidade visual, como a Unidade, que pode ser definida como um, ou mais de um, elemento que forma um objeto (FILHO,2009), podendo ser também um agrupamento que relacione esses elementos formando um todo. O cenário do forrobodó pensado com elementos como a Capela do Solar e o moinho localizado no estacionamento do museu se compõe respeitando essa lei da Gestalt. As leis de Proximidade e Semelhança também foram estudadas para a construção do cenário e dos ícones.

No âmbito das cores, a principal lei da Gestalt a ser analisada foi a *Segregação*, nos momentos em que o mandacaru aparece colorido (fora do cenário). A lei se baseia na segregação de unidades por meio de contrastes. Isso reforça a ideia de que a imagem do mandacaru vai remeter àquele oásis citado anteriormente, pois uma visão que estava adaptada à uma impressão com tinta preta irá se sensibilizar mais à uma cor contrária.

Apesar das flores do mandacaru serem brancas, florescendo ao anoitecer e murchando no amanhecer, elas foram retratadas na identidade visual como vermelhas, da cor do fruto do mandacaru, com o objetivo de chamar mais atenção, contrastando-se com o verde, sua cor complementar no disco de Newton.

### 6.3. Produção

O período de escolha para a realização do **MAMdacaru** foi o mês de junho, mês em que, como o nome sugere, acontecem os festejos juninos. Os grandes eventos promovidos na

cidade nesse período são os do forró eletrônico, que nada trazem em sua potencialidade artística e econômica a tradição e a perpetuação da cultura nordestina. Inovando no quesito qualidade, o festival propõe um evento diferente que traz o multiculturalismo nordestino e estimula a aproximação do público com as artes através da acessibilidade.

O projeto foi pensado para acontecer no Museu de Arte Moderna da Bahia e ocupar os seus espaços. A oficina de xilogravura acontecerá no Galpão das Oficinas do MAM, e será disponibilizada uma verba de R\$1500,00 para a compra dos materiais necessários para a sua realização (madeira, goivas, tintas) e R\$ 500 reais para a compra de lanches para oferecer aos participantes. Para participar das oficinas, os interessados se inscreverão gratuitamente através da internet. A oficina terá 30 (trinta) vagas e duração de 4 horas, será ministrada pelo professor Florival Oliveira, começando às 10h e encerrando às 14h.

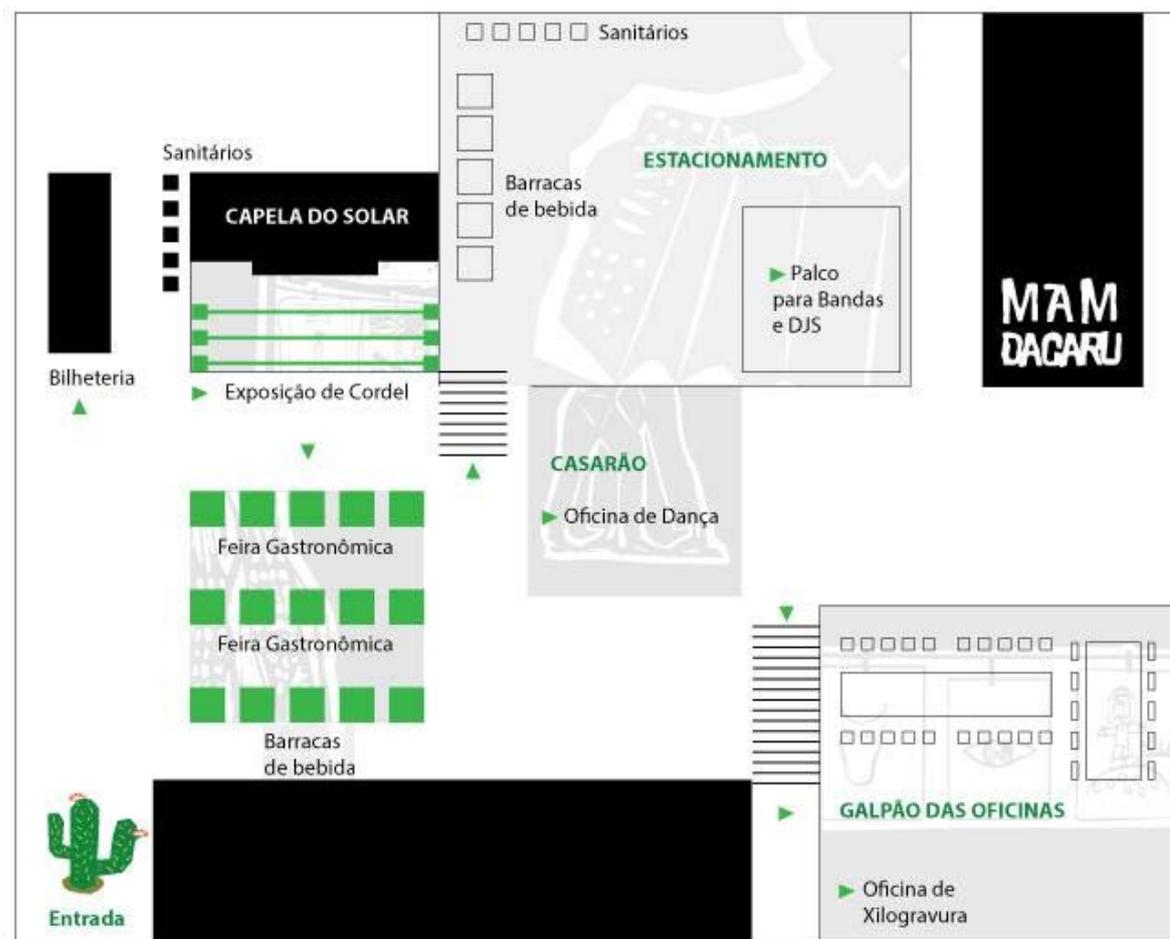


Figura 3 - Planta da área do MAMdacarú

Imagem meramente ilustrativa

Autoria: Ana Clara de Araujo

A feirinha gastronômica vai acontecer no espaço em frente à capela do solar e ao casarão do museu. Serão dez barracas de comida, e dez de bebidas, sendo que dessas dez de bebidas, cinco ficarão no estacionamento do museu, local onde serão realizados os shows musicais. Nas barracas de comida serão comercializados produtos da culinária nordestina, como: milho, amendoim, bolos, coalhadas, cuscuz, mingaus, beijú, caldo de cana, aipim, tapioca, carne do sol, além do acarajé e da cocada. Uma das barracas de bebida será de água de coco. A abertura da feirinha acontece às 12h e ela permanece aberta até o final do evento (23h30m).

A exposição de cordel será em frente à capela e contará com a exposição de oito murais de cordéis, feitos de madeira com corda de cipó. Os cordéis ficarão expostos pendurados nas cordas com grampos de madeira. A abertura da exposição começa às 12h, com a participação do compositor Bráulio Tavares, e a exposição funciona até às 18h.

A oficina de dança irá acontecer no casarão do MAM e será disponibilizada uma verba de R\$ 500 reais para a compra de lanches para oferecer aos participantes. A oficina será gratuita, e terá 30 (trinta) vagas, as inscrições serão feitas através da internet. A oficina tem duração de 3 horas, será ministrada pelo professor Helber Crisnan do grupo de dança Forrozeando, começando às 15h e terminando às 18h.

Os shows musicais com os trios e DJ's acontecerão no espaço que funciona de estacionamento do museu. Para isso, será montada uma estrutura metálica para palco e haverá o aluguel de dois toldos para proteção da área, além de iluminação e som. Serão alugadas, também, duas mesas para a montagem do equipamento dos DJ's.

Haverá um espaço montado com dois toldos, mesas e cadeiras para a recepção e acomodação dos artistas que irão se apresentar no festival, esse espaço será próximo ao palco. O show está previsto para começar às 18h. As apresentações dos trios terão em seus intervalos as apresentações dos DJ's, otimizando o tempo em que o palco estará em mudança de produção para os diferentes conjuntos. Os trios farão apresentações com duração de 1h30m e cada DJ tocará durante 30m.

As apresentações serão do Trio Dona Zefa (SP), Trio Lampião (MG) e Filhos de Gonzaga (BA) e dos DJ's Xiita (BA) e Vinny (MG). A ambientação do palco irá contar com a

utilização de elementos que remetem o sertão nordestino: esteiras, lamparinas, cordéis, quadros de madeira, quadros de xilogravura, tapete de retalho, cestas e etc.

A área onde acontecerão os shows contará com cinco sanitários públicos e haverá um aluguel de duas estruturas para bilheteria que ficará locada logo na chegada do museu, ao lado da capela do solar, nessa mesma área haverá mais cinco sanitários públicos.

O ingresso será vendido na bilheteria, no dia do evento, a partir das 16h e terão preços populares de R\$10,00 e R\$5,00.

#### 6.4. Captação

O projeto multicultural **MAMdacarú** tem como um de seus objetivos proporcionar ao público o contato prático com a arte, exaltando a riqueza da cultura nordestina, além de promover o intercâmbio entre os artistas e o público, ao difundir outras linguagens ligadas à cultura nordestina que não somente o forró, mas também a literatura, as artes visuais, a dança e a gastronomia.

A iniciativa busca um impacto estrutural na sociedade, indo além, pois proporciona um festival de forró para um público que já consome esse tipo de produto, formando novos públicos e fazendo-os refletir sobre a importância da exaltação da identidade cultural nordestina. O **MAMdacarú** foi idealizado no Museu de Arte Moderna da Bahia que, como dito anteriormente, é um dos sítios históricos mais importantes do Brasil e que tem uma ligação direta com o resgate prático da cultura local.

Além disso, o último grande projeto do MAM-BA foi a 3ª Bienal da Bahia e tinha como tema “É Tudo Nordeste?”. Sua identidade visual foi idealizada pelo artista Juraci Dórea e trouxe para toda a Bahia símbolos sertanejos através de sua divulgação nas redes sociais e na mídia externa.

O Museu de Arte Moderna, através de editais públicos, realiza projetos que não somente geram empregos e movimentam a economia local, mas que se preocupam com a formação da identidade da população baiana e da valorização da sua autoestima.

Pensando nisso, o **MAMdacarú** quer focar na captação de recursos para patrocínio através de editais públicos (estaduais e federais), sendo realizado pelo Museu de Arte Moderna da Bahia, Instituto do Patrimônio Artístico Cultural da Bahia, Instituto de Artesanato Visconde de Mauá e Governo da Bahia. Alguns editais foram selecionados de acordo com suas regras, pensando nas possibilidades de adequação do projeto.

A Fundação Nacional de Artes é um dos maiores órgãos responsáveis pelo desenvolvimento artístico, atuando na criação de políticas públicas através do “incentivo à produção e à capacitação de artistas, o desenvolvimento da pesquisa, a preservação da memória e a formação de público para as artes no Brasil”.

A Funarte promoveu em 2013 o último Edital Funarte para Realização de Encontros, Seminários, Mostras, Feiras e Festivais. Após análise do edital em questão, o **MAMdacarú** propõe participar da categoria específica de música, que propõe duas subcategorias, respectivamente com os valores de R\$100.000 e R\$200.000. Visando ter o Edital como primeiro patrocinador do evento, o festival adequa-se na segunda categoria, das quais os critérios são a qualidade da proposta (o que inclui as oficinas e profissionais envolvidos), a relevância do projeto para o cenário musical local, regional ou nacional e a adequação do orçamento.

O projeto, que trás oficinas de xilogravura e de dança, se relaciona com o edital muito mais pelas atrações musicais e resgate cultural da cultura nordestina e suas diversas manifestações artísticas.

O Edital de Culturas Identitárias, promovido pela Fundação Cultural do Estado da Bahia, existe para apoiar projetos culturais que tenham como objetivo a preservação e promoção das culturas identitárias brasileiras, sejam alguns exemplos delas as culturas afrobrasileiras, ciganas, indígenas, LGBT, e sertanejas.

Com o teto de apoio por proposta de R\$ 50.000 (cinquenta mil reais), o Edital contempla, com a sua comissão julgadora bastante variada, diversos tipos de culturas e linguagens, como a dança e a música, já tendo aprovado projetos que envolviam a afirmação da cultura nordestina.

A Petrobras, através do programa Petrobras Cultural, tem como principais diretrizes o estímulo da diversidade étnica e regional, a abertura o espaço para criação e circulação de bens culturais e o resgate do acervo material e imaterial da cultura brasileira. O **MAMdacarú** se adequa por estimular a participação de públicos já interessados na cultura nordestina e por contribuir para a ampliação desses públicos. Na linha de atuação de Produção e Difusão, que a Petrobras apresenta em seu site, o **MAMdacarú** é um projeto formatado em diversas linguagens artísticas, democratizando a promoção das manifestações culturais em processo. O projeto Petrobras Cultural é de âmbito nacional e seleciona projetos que resultam em uma reflexão sobre a diversidade étnica e regional da cultura brasileira.

O Instituto de Artesanato Visconde de Mauá é conhecido como uma instituição que missiona pelo o desenvolvimento do artesanato na Bahia e sua sustentabilidade. A instituição promove o trabalho de artesãos que se responsabilizam pela preservação de suas raízes.

A proposta da presença do instituto no **MAMdacarú** é através da Feira Baiana de Artesanato, sendo uma das feiras promovidas pela instituição e que já possui credibilidade consolidada na cidade de Salvador.

Com a intenção de “democratizar o acesso aos recursos destinados ao patrocínio e ações culturais desenvolvidas em benefício da Região Nordeste(...)” (trecho retirado do site<sup>2</sup>) o Banco do Nordeste criou o Programa de Cultura em 2005, já havendo patrocinado até hoje em suas sete edições mais de 1.500 projetos.

O Banco do Nordeste, com o copatrocínio do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social, apresenta diversos editais com a destinação dos recursos para as seguintes linhas de atuação, que estão presentes no festival **MAMdacarú**: Dança, Música, Artes visuais e Literatura, além de também financiar projetos nas áreas de Artes Cênicas, de Audiovisual, de Artes Integradas e de preservação do Patrimônio. Dentre essas, o **MAMdacarú** se adequa no edital na área de Artes Integradas, por ser um festival multilinguístico, que trata da cultura nordestina através de diferentes manifestações.

---

<sup>2</sup> <<http://www.bnb.gov.br/en/editais-culturais> > Acessado em: 08 de jun. 2015.

Respeitando os objetivos e contrapartidas exigidas pelo Banco do Nordeste, o festival justapõe a necessidade de financiamento com a ligação à um patrocinador com uma marca consolidada e que se responsabiliza pela promoção de novos negócios. Contudo, o projeto também deverá contar com apoiadores e parceiros, que contribuirão com a execução do festival de acordo com suas especificidades técnicas.

A Vitamilho é uma marca da empresa ASA, que produz de alimentos à produtos de limpeza. A ASA é uma empresa que possui um canal aberto, através de seu site institucional, para o patrocínio de projetos culturais por todo o território brasileiro. Os produtos da linha Vitamilho são utilizados na culinária tipicamente nordestina, como o mungunzá, as pipocas, o cuscuz, as canjicas e as misturas para bolos. O apoio, além de financeiro, pode acontecer através do fornecimento de produtos para abastecimento da Feira Gastronômica para o lanche dos artistas e da produção. Além disso, também serão propostos espaços exclusivos para comercialização de seus produtos.

A Companhia de Bebidas da América, mais conhecida como AMBEV, surgiu da união da Cervejaria Brahma e da Companhia Antártica em 1999, possuindo hoje 30 marcas de bebidas e 100 centros de distribuição direta pelo Brasil. O **MAMdacarú** tem interesse no apoio da AMBEV a partir do financiamento e/ou da consignação para a comercialização de algumas de suas marcas, como a cerveja (Skol), os refrigerantes (Pepsi, Guaraná e Soda) e o energético (Fusion).

Em contrapartida, os patrocinadores terão suas marcas associadas ao **MAMdacarú**, assinando todas as peças gráficas divulgadas na mídia impressa e em algumas peças gráficas divulgadas nas redes sociais. Os apoiadores apenas aparecerão em algumas peças impressas, como na camisa da produção, na sinalização do evento no local e nos postais.

As peças serão divulgadas em meios de comunicação de massa, como outdoors simples e duplos, estrategicamente posicionados em locais da cidade de Salvador (como, por exemplo, nas Avenidas Anita Garibaldi, Luiz Viana Filho e Lafayette Coutinho).

Os panfletos serão distribuídos em locais como bares e restaurantes com programação musical, colégios da rede particular e pública de ensino, universidades federais, estaduais e privadas.

A distribuição dos postais acontecerá de duas maneiras: junto com o press-kit, kit institucional do festival a ser enviado para imprensa, que conterà três itens, sendo eles um release do evento, um texto sobre patrocinadores, apoiadores e parceiros e um postal; e por mala-direta para possíveis fornecedores, apoiadores, blogueiros, artistas visuais e outros contatos que serão mapeados de acordo com cada curadoria.

Os cartazes serão colados em centros culturais, cinemas, museus e salas de arte, bem como nas ruas, através da cola feita de água com farinha de trigo (o famoso lambe-lambe) e, nelas, haverá apenas as marcas dos patrocinadores e apoiadores.

As camisas produzidas serão utilizadas pela equipe de segurança e de produção, com a impressão da marca de todos os patrocinadores, apoiadores e parceiros no seu verso.

## 7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Sou filha de paraibana com cearense, nascida e criada na Bahia. A aproximação com a música brasileira, e em especial com o forró pé-de-serra, sempre foi constante na minha vida. Passava as férias escolares na Paraíba, em Campina Grande, onde a cultura regional tem grande influência no cotidiano dos seus moradores. Os festejos de São João com todos os seus elementos visuais, musicais e gastronômicos, fazem parte da minha história.

Na época da escola, costumava visitar o shopping Aeroclub em Salvador, e comecei a frequentar alguns forrós que aconteciam lá. A identificação com o ritmo me fez virar uma frequentadora assídua dos eventos de forró pé-de-serra da cidade, e fazer amigos que compartilhavam dos mesmos gostos. Descobri um mundo que eu não sabia que existia, um movimento em torno do forró pé-de-serra a fim de preservar e difundir suas origens. Comecei a viajar para eventos de forró que acontecem no Sudeste e que contam com a participação de artistas consagrados da música nordestina, dentre eles o Rootstock e Fenfit, que foram objetos de análise nesse memorial.

A escolha em cursar produção cultural, aconteceu quando eu descobri a existência do curso. A ideia de poder contribuir com a realização de projetos sempre me encantou. Desde criança, sempre tive o espírito de liderança. Seja nas brincadeiras entre primos, seja com os colegas de escola, eu gostava de organizar os jogos, explicar as regras, convocar os participantes. Lembro-me de sempre ser eleita como líder de sala, e até receber a alcunha de “mandona” por alguns colegas, mas a verdade é que eu sempre gostei de organizar, planejar e fazer acontecer.

Quando começaram as atividades escolares extracurriculares, como “Feira de Ciências”, “Oficina de História” ou nas diversas gincanas promovidas pelo colégio que estudei, eu tomava a frente no meu grupo, pensava nas apresentações, inventava coreografias, escrevia paródias, roteiros de peças, marcava ensaios, ia atrás de patrocínios, organizava a coleta de dinheiro e de alimentos nos prédios dos colegas, tomava a frente e executava tudo o que eu podia.

Participei da comissão de formatura do meu 3º ano e, após concluir o ensino médio, entrei numa escola de teatro onde logo me envolvi nos processos de produção. Aprendi um pouco do trabalho de um produtor teatral na prática e a partir daí surgiu em mim a vontade de trabalhar com isso, então a escolha de estudar Produção Cultural.

Entrar na faculdade de comunicação da UFBA foi um sonho realizado, mas junto com esse sonho veio também a decepção. De cara a faculdade me desapontou logo que conheci a grade de matérias, pois, a FACOM é excelente em teorias e estudos da comunicação, mas deixa muito a desejar no que diz respeito a matérias práticas para o estudante de produção cultural. Durante o meu processo de formação senti falta de matérias que me colocassem em contato real com o ambiente da produção e com os desafios que precisamos enfrentar diante da idealização e realização de um projeto. A faculdade possui a Produtora Junior, que é uma instância de relevante importância para a área prática em produção cultural, mas que infelizmente não tem a capacidade absorver todos os alunos do curso. Seria interessante se houvessem parcerias entre a FACOM e algumas produtoras da cidade, onde os alunos pudessem estagiar e colocar em prática o que se aprende nas oficinas, além de adquirir conhecimentos extras, entender o funcionamento do mercado, lidar com acertos e erros, se envolver em um projeto, participar de todas as suas etapas e fazer contatos.

Entretanto, ser estudante da UFBA abre muitas portas. Ter no currículo o nome de uma universidade tão reconhecida e respeitada é engrandecedor e te coloca um passo a frente. Ser aluna de professores renomados que além de serem mestres em sala de aula, tem importância relevante no cenário cultural nacional. Sérgio Sobreira, Wilson Gomes, José Mamede, André Setaro (in memoriam) e Fernando Conceição são apenas alguns dos grandes professores com quem tive a oportunidade de aprender.

Logo no primeiro semestre de faculdade recebi o convite para estagiar numa produtora chamada Mazurca, e digo sem sombra de dúvidas, que foi a melhor coisa que me aconteceu, pois tive a oportunidade de praticar desde o início do curso, descobrindo como colocar em prática os conhecimentos adquiridos na universidade. Durante o período que estive nessa produtora, tive a oportunidade de trabalhar em diversos projetos, passando por todas as etapas de produção, desde a concepção, até a captação, contratação de pessoal, execução e pós-produção. Trabalhei em festivais de dança e de música, produzi peça teatral e shows, aprendi muito com meus chefes que se tornaram amigos. Passei dois anos na empresa e

mesmo depois que sai de lá, ainda trabalhei como freela em alguns eventos promovidos por eles. Ao longo do tempo que fiquei na Mazurca, participei ativamente da produção da Banda Diamba, e da realização do projeto Curta Dança às 6 no Pelô, tendo a oportunidade de trabalhar com Leda Muhana (na época diretora da Escola de Dança da Ufba) e Dulce Aquino (atual diretora da Escola de Dança, na época Reitora da Ufba), do Te Encontro no Pelô, do II Seminário PIBID-UFBA, além de fazer a produção executiva do espetáculo Meu Nome é Mentira, com texto e direção de Luiz Marfuz, vencedora do prêmio Braskem de melhor direção do ano, no período em que esteve em cartaz no Teatro Jorge Amado.

Após a minha passagem pela Mazurca, estagiei durante três meses na equipe de Marketing da emissora Band e em paralelo atuei como assistente de produção no projeto “Circo Choro e Riso”, que misturava performances circenses, artistas de humor e roda de chorinho, realizado todas as terças-feiras, durante quase oito meses no Circo Picolino.

A minha última experiência de estágio foi no Museu de Arte Moderna da Bahia, onde atuei no Núcleo de Arte e Educação durante um ano e meio, trabalhando na realização das oficinas promovidas pelo museu. Além disso, tive a oportunidade de atuar como uma das assistentes de produção da 3ª Bienal da Bahia, que teve como tema “É tudo Nordeste?”, questão que impôs um ato de aproximação da produção cultural e artística da região em diversas perspectivas, enxergando o Nordeste como condição geográfica, construção histórica e como peça do imaginário. Durante os cem dias de exposições, de 29 de maio até 07 de setembro de 2014, mais de 30 espaços culturais da capital e do interior receberam encontros, atividades educacionais, performances, interações com artista, ciclos de filmes, exposições, entre outras atividades culturais.

Atualmente estou estagiando como assistente de produção na produtora Fred Soares, atuando em produções mais voltadas para o teatro, como é o caso do Catálogo Brasileiro de Teatro que é considerado um dos maiores projetos de circulação teatral do país, existe há mais de 16 anos, e atualmente traz em média 20 peças por ano para Salvador.

Apesar de todas as carências que enxergo na faculdade de comunicação no que diz respeito à habilitação em Produção Cultural, reconheço a importância e relevância dos conhecimentos por mim adquiridos durante esses quase cinco anos. Aprender as teorias da comunicação, estudar política, marketing, assessoria, saber como analisar públicos e mercados, ser

introduzida a fotografia, planejar um projeto e aprender sobre gestão foi muito importante para aprimorar e enriquecer as práticas além-universidade.

Acredito que para se tornar um produtor cultural é importante muita prática, pois é através das tentativas, acertos e erros que se aprende a produzir. É preciso ter malícia e saber trabalhar com os riscos, aprender a lidar com pessoas, manter o equilíbrio e paciência mesmo nos momentos em que estamos prestes a explodir. Enfrentar as dificuldades e ter sempre um curinga na manga é necessário para sobreviver ao mundo da produção.

Por fim, posso dizer que a experiência de pensar e escrever esse trabalho, vendo a cada passo o seu progresso e vibrando com os resultados positivos, foi enriquecedor. Poder colocar em andamento o que estudei e pratiquei durante esses anos, idealizando um projeto meu, com a minha cara, é gratificante.

## REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, Durval Muniz. **A invenção do Nordeste e outras artes**. São Paulo: Cortez, 2003.
- ALFONSI, Daniela do Amaral. **Para todos os gostos: um estudo sobre classificações, bailes e circuitos de produção do forró**. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2007.
- CASCUDO, Luis da Câmara. **Dicionário do folclore brasileiro**. 12ª ed. São Paulo: Global, 2012.
- FILHO, João Gomes. **Gestalt Do Objeto: Sistema De Leitura Visual Da Forma**. 6ª Ed. São Paulo: Escrituras Editora, 2004.
- GASPAR, Lúcia. **Xilogravura. Recife**: Fundação Joaquim Nabuco.
- LANDIM, Paula da Cruz. **Design, empresa, sociedade**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010.
- MARTINS, José Roberto. **Branding: o manual para você criar, gerenciar e avaliar marcas**. São Paulo: Global Brands.
- MORAES, Dijon de. **Limites do design**. São Paulo: Studio Nobel, 1999.
- SILVA, Adriana Caroline dos Santos. **Festival Rastapé: Porque Forró do Bom Pede Grandes Encontros**. Salvador: Universidade Federal da Bahia, 2013.
- SILVA, Expedito Leandro. **Forró no Asfalto: mercado e identidade sociocultural**. São Paulo: Annablume, 2003.
- WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 5ª Ed. Lisboa: Editorial Presença, 1999.
- Por Amor ao Forró**. Direção: Adriana Caitano e Galton Sé. Brasília: Universidade de Brasília, 2009.

## APÊNDICE – Orçamento do MAMdacarú

### Planilha Orçamentária

1 - Grupos	2 - Descrição das grupos	3 - Quantidades	4 - Unidade	5 - Quantidade e de unidades	6 - Valor unitário	7 - Total da linha	8 - Total
	Indique o item ou serviço que será contratado/utilizado	quantidade de cada item da coluna 2	unidade de medida de cada item da coluna 3	quantidade de unidade de medida descrita na coluna 4	preço de cada unidade de despesa	coluna 3 X coluna 5 X coluna 6	soma dos totais da coluna 7
<b>1</b>	<b>PRODUÇÃO</b>						
	<b>Estrutura</b>						
	Espaço- Museu de Arte Moderna (MAM)	1	aluguel	1	12.000,00	12.000,00	
	Aluguel de mesas para montagem	1	aluguel	6	30,00	180,00	
	Aluguel de cadeiras para montagem	1	aluguel	22	10,00	220,00	
	Aluguel de estrutura para bilheteria	1	aluguel	2	250,00	500,00	
	Montagem de varais de madeira com corda de cipó	1	serviço	8	200,00	1.600,00	
	Estrutura para montar palco	1	serviço	1	5.500,00	5.500,00	
	Locação de toldo	1	aluguel	6	500,00	3.000,00	
	Locação sanitário publico	10	diária	1	250,00	2.500,00	
	Som	1	aluguel	1	8.000,00	8.000,00	
	Iluminação	1	aluguel	1	6.000,00	6.000,00	
	Gerador	2	aluguel	1	2.000,00	4.000,00	
	Ambulância	1	aluguel	1	2.000,00	2.000,00	
	Montagem stands feirinha e exposição	20	serviço	1	600,00	12.000,00	
	Ambientação	1	verba	1	10.000,00	10.000,00	
	<b>Pessoal</b>						
	Limpeza	1	verba	1	2.000,00	2.000,00	
	Bilheteria	2	serviço	1	200,00	400,00	
	Coordenação de bilheteria	1	serviço	1	300,00	300,00	
	Segurança	30	serviço	1	150,00	4.500,00	
	Portaria	6	serviço	1	100,00	600,00	
	Coordenação de portaria	1	serviço	1	300,00	300,00	
	Produtor de palco	1	serviço	1	1.500,00	1.500,00	
	Direcao Geral de producao	1	serviço	1	4.000,00	4.000,00	
	Coordenação de producao	2	serviço	1	2.500,00	5.000,00	
	Assistente de producao	10	serviço	1	250,00	2.500,00	
	Eletricista	1	serviço	1	500,00	500,00	
	Apresentador/locutor	1	serviço	1	1.000,00	1.000,00	
	Fotógrafo (registro, seleção e tratamento de imagem)	2	serviço	1	1.200,00	2.400,00	
	Filmagem (registro e edição)	1	serviço	1	3.000,00	3.000,00	
	<b>Outros</b>						
	Ingresso	1000	unidade	1	0,25	250,00	
	Pulseiras	1000	unidade	1	0,50	500,00	
	Material para oficinas	1	verba	1	2.500,00	2.500,00	
	Camisas produção e técnica	30	unidade	1	25,00	750,00	
	Alimentação técnica e producao	1	verba	30	15,00	450,00	
	Rádios	20	aluguel	1	30,00	600,00	
	Camarin	6	verba	1	500,00	3.000,00	
	<b>Gastos produção</b>	1	verba	1	3.000,00	3.000,00	
	<b>ATRAÇÕES</b>						
	<b>Bandas (Trio Dona Zefa, Lampião e Os filhos de Gonzaga)</b>						
	Cachê	3	verba	1	6.000,00	R\$ 18.000,00	
	Transporte aereo	8	passagens	2	800,00	R\$ 12.800,00	
	Transporte terrestre/equipamentos	2	Vans	3	500,00	R\$ 3.000,00	
	Diárias de Alimentação	8	diária	2	60,00	R\$ 960,00	
	Hospedagem	8	diária	2	350,00	R\$ 5.600,00	
	<b>DJs (Xiita e Vinny)</b>						
	Cachê	2	verba	1	2.000,00	R\$ 4.000,00	
	Transporte aereo	1	passagens	2	800,00	R\$ 1.600,00	
	Transporte terrestre/equipamentos	1	Vans	2	400,00	R\$ 800,00	
	Diárias de Alimentacao	1	diária	2	60,00	R\$ 120,00	
	Hospedagem	1	diária	2	350,00	R\$ 700,00	
	<b>Convidado Escritor Cordel (Braulio Tavares)</b>						
	Ajuda de custo	1	verba	1	1.000,00	R\$ 1.000,00	
	Transporte aereo	1	passagens	2	800,00	R\$ 1.600,00	
	Transporte terrestre	1	carro	3	200,00	R\$ 600,00	
	Diárias de Alimentacao	1	diária	2	60,00	R\$ 120,00	
	Hospedagem	1	diária	2	350,00	R\$ 700,00	
	<b>Exposição/Oficinas/Feira gastronômica</b>						
	Cachê oficina de dança/xilogravura	2	verba	1	2.000,00	R\$ 4.000,00	
	Exposição Cordel	1	verba	1	2.000,00	R\$ 2.000,00	
	Feira gastronômica	1	verba	1	10.000,00	R\$ 10.000,00	
	<b>TOTAL PRODUÇÃO</b>						<b>R\$ 174.150,00</b>
<b>2</b>	<b>DIVULGAÇÃO (até 20% sobre o total da etapa Produção)</b>						
	Assessoria de comunicação	1	serviço	1	3.000,00	R\$ 3.000,00	
	Gestor de redes sociais	1	mês	10	500,00	R\$ 5.000,00	
	Comercial em rádio	100	inserção	1	30,00	R\$ 3.000,00	
	Outdoor simples	10	unidade	1	1.200,00	R\$ 12.000,00	
	Impressão outdoor simples	10	unidade	1	120,00	R\$ 1.200,00	
	Outdoor duplo	1	unidade	1	2.000,00	R\$ 2.000,00	
	Impressão outdoor duplo	4	unidade	1	240,00	R\$ 960,00	
	Postais	5000	unidade	1	1,00	R\$ 5.000,00	
	Cartazes	100	unidade	1	2,00	R\$ 200,00	
	Panfleto	50000	unidade	1	0,03	R\$ 1.500,00	
	Camisas - divulgacao	30	unidade	1	25,00	R\$ 750,00	
	Distribuição de cartazes	1	verba	1	200,00	R\$ 200,00	
	Equipe de panfletagem	1	verba	1	4.000,00	R\$ 4.000,00	
	<b>TOTAL DIVULGAÇÃO</b>						<b>R\$ 38.810,00</b>
<b>3</b>	<b>ADMINISTRAÇÃO (até 15% sobre o total da etapa Produção) *</b>						
3.1	Custos Administrativos	1	verba	1	3000	R\$ 3.000,00	
3.2	Captação de recursos	1	serviço	1	2500	R\$ 2.500,00	
	<b>TOTAL ADMINISTRAÇÃO</b>						<b>R\$ 5.500,00</b>
<b>4</b>	<b>INSS PATRONAL</b>						
	INSS PATRONAL					R\$ 0,00	
	<b>TOTAL IMPOSTOS/RECOLHIMENTOS</b>						<b>R\$ 0,00</b>
	<b>TOTAL DO PROJETO (somatório etapas de 1 a 4)</b>						<b>R\$ 218.460,00</b>