



# PROFISSÕES DA ECONOMIA CRIATIVA



## EMPREENDEDORES



Apoio:

Produção:

Realização:



| Secretaria de Cultura e Economia Criativa



**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)  
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)**

Profissões da economia criativa [livro eletrônico] :  
empreendedores / organização Thais Polimeni ;  
coordenação Cult Cultura, Bemd Comunicação. --  
1. ed. -- São Paulo : Carbono 60, 2020. --  
(Profissões da economia criativa ; 1)  
1 Mb ; PDF

ISBN 978-65-87494-01-2

1. Administração 2. Desenvolvimento sócioeconômico  
3. Empreendedores 4. Empreendedorismo 5. Profissões -  
Escolha 6. Produtos novos - Administração  
I. Polimeni, Thais. II. Cult Cultura.  
III. Bemd Comunicação. IV. Série.

20-38657

CDD-338.04

**Índices para catálogo sistemático:**

1. Economia criativa : Empreendedorismo 338.04

Maria Alice Ferreira - Bibliotecária - CRB-8/7964

# ÍNDICE

Introdução

**Christiano Braga | pág 1-5**

Especialista em Cultura e Desenvolvimento

**Samira Almeida | pág 6-12**

Editora de livros digitais interativos

**Vanessa Soares | 13-17**

Dançarina e Produtora Cultural

**Cecilia Arbolave | pág 18-22**

Editora de livros

**Josué Polia | pág 23-26**

Maestro e Fundador da Filafro - Filarmônica Afro-brasileira

**Fernanda Custódio | pág 27-32**

Sócia da Transludica

**Mauro Calixto | pág 33-37**

Fabricante de Cordas de Instrumentos Musicais

**Naná Feller | pág 38-43**

Especialista em economia colaborativa

**Ruth Lopes | pág 44-48**

Criadora de conteúdo digital

**Fernanda Carvalho | pág 49-52**

Empreendedora criativa de moda e arte

**Carlos Cândido | 53-57**

Especialista em drones

**Jéssica Pereira | pág 58-59**

Sócia do Bellatucci Café

# INTRODUÇÃO

Qual profissão seguir? Qual curso fazer na faculdade? Trabalhar com o que eu gosto dá dinheiro?  
Como fazer a diferença no mundo? É possível ser feliz no trabalho?

Essas são algumas perguntas feitas não apenas pelos jovens em fase de vestibular, mas também por profissionais que desejam mudar de carreira e se satisfazer com as atividades profissionais diárias.

Para tentar responder a essas perguntas, entrevistamos 12 especialistas e empreendedores da chamada “Economia Criativa”, mas, antes, é legal falar sobre o que é trabalho:

Uma das origens da palavra é “labour”, que carregava um sentido de “dor” ou “atividade pesada”. Porém, segundo o acadêmico e crítico Raymond Williams, a palavra “trabalho” perdeu esse sentido de atividade árdua, para adquirir um significado mais geral de “atividade” e de “mão-de-obra”.

O máximo que estudamos de processos de trabalho, na escola, é sobre o fordismo e taylorismo, que visam aumentar a produtividade, diminuir custos e - pasmem! - resultar na alienação do trabalho. Assim, com o tempo, foram surgindo novas formas de trabalho e uma bem interessante, que decidimos apresentar pra vocês, se chama “Terceira Itália”, que aconteceu a partir da década de 70. A Terceira Itália sugere a gradual transformação do modo de trabalho, indo de encontro com a produção em massa, fordismo e taylorismo. Ela sugere a produção de produtos mais personalizados, feitos por colaboradores que acompanham sua produção do início ao fim, eliminando a alienação do trabalho. Assim como tudo que muda o status quo, a Terceira Itália foi alvo de críticas, que defendiam, vejam só: a impossibilidade de mudança da sociedade, já acostumada com produções em série, e a inadequação da chamada “especialização flexível” às mudanças da economia. Ora, ora! De lá pra cá, não é que nos deparamos com o surgimento de novas economias, como a Economia Colaborativa (ou compartilhada) e a própria Economia Criativa?

As Profissões da Economia Criativa fazem parte desse novo modelo, dessa nova sociedade que propõe um olhar disruptivo sobre trabalho, estudo e lazer. As entrevistas/depoimentos que você lerá aqui comprovam, por meio de experiências reais dos profissionais selecionados, a importância de cada um dos segmentos da Economia Criativa para o desenvolvimento socioeconômico do país.

**Disponibilizamos conteúdos complementares no site <http://profissoeseconomiacriativa.com.br>, além da entrevista em vídeo no canal do Youtube <http://youtube.com/cultcultura> e da conversa completa em podcast, no app de sua preferência!**

Esperamos que esses diálogos despertem em você o interesse pela Economia Criativa. Se não for como profissional, que seja como consumidor desses produtos e serviços transformadores.

**THAIS POLIMENI É EMPREENDEDORA, CREATOR E CRONISTA.  
ATUOU COMO CURADORA E ENTREVISTADORA DO PROJETO “PROFISSÕES  
DA ECONOMIA CRIATIVA - EMPREENDEDORES”**



C  
U  
L  
T

# CHRISTIANO BRAGA

## ESPECIALISTA EM CULTURA E DESENVOLVIMENTO

Primeiro entrevistado da terceira temporada da websérie “Profissões da Economia Criativa”, Christiano Braga explicou sobre o conceito da Economia Criativa e a importância da cultura para o desenvolvimento econômico. Ele coordena projetos de Economia Criativa na Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Governo do Estado de São Paulo e já integrou a equipe do Sebrae e da Apex, tendo criado programas para o desenvolvimento do empreendedorismo na economia criativa com a inserção de profissionais em eventos internacionais, como o SXSW, por exemplo.

## O QUE É ECONOMIA CRIATIVA?

Esse é um tema bastante discutido. Felizmente, hoje, já se fala muito sobre Economia Criativa. E eu acho que o tratamento do tema precisa ser observado.

Eu defino a Economia Criativa como todos os processos que podem gerar desenvolvimento a partir da cultura. Eu tento ampliar essa visão do que seja economia criativa. Conceitualmente falando, são todos aqueles negócios ou empreendimentos que usam a criatividade como um insumo na produção de bens, serviços e processos que são disponibilizados no mercado.

A criatividade é o insumo básico da chamada economia criativa, que hoje é um setor, uma área ampla de conhecimento e uma área ampla de produção. Você tem desde as profissões mais tradicionais ligadas à cultura, como o teatro, como a própria música, como o próprio cinema, que é uma atividade industrial, digamos assim, até os novos segmentos que surgiram modelados a partir de novas tecnologias. Games, por exemplo, é um segmento que compõe a chamada Economia Criativa. E por aí você tem centenas, dezenas de outros segmentos produtivos.

## OS DESAFIOS

A Economia Criativa, como qualquer segmento da economia, tem seus desafios. Depende muito da forma que você olha a Economia Criativa. Se você olha sob o prisma de pequenos negócios, você tem desafios. Se você olha sob o ponto de vista mais industrial, de grandes negócios, de grandes empresas, você tem outros desafios. Desde já, sob o ponto de vista do Estado, eu acho que o grande papel do governo é você criar um ambiente favorável a esses empreendedores que atuam na economia criativa. E aí eu estou falando de melhoria de marco regulatório, produção de conhecimento para esses empreendedores,

enfim, criar um ambiente que seja satisfatório. Tributos é, também, uma dimensão importante. Então, sob o ponto de vista das políticas públicas, eu acho que é muito mais adequada a preocupação com o ambiente onde esses empreendedores estão inseridos.

Sob o ponto de vista de programas, projetos e iniciativas que possam qualificar os empreendedores da Economia Criativa, vai desde orientação quanto à formalização desses negócios: como se registra um negócio, como é feita a contabilidade desse negócio; desde as informações mais básicas até o próprio entendimento de como aquele setor se dinamiza, como funciona, e a formação de cunho mais técnico. Depende muito como você olha a economia, como você olha o segmento, como você olha o porte de negócios, para você entender como você atua de forma satisfatória para gerar o desenvolvimento nesse segmento.

## **CULTURA E DESENVOLVIMENTO**

A minha pegada, o meu olhar, é muito da relação da cultura com o desenvolvimento. Como a cultura pode gerar desenvolvimento? Eu estou falando de desenvolvimento territorial, desenvolvimento na cidade, desenvolvimento nos setores. No final dos anos 90, eu trabalhava no Sebrae, na Bahia, e havia um estudo da Fundação João Pinheiro que indicava que, na Bahia, 4,4% do PIB do estado advinha da atividade cultural e, como eu estava no Sebrae, o nosso interesse era muito de entender como essa produção cultural poderia beneficiar os pequenos e microempreendedores. Então, a gente lançou um programa, no final dos anos 90, chamado “Empreendedorismo Cultural”, no qual a gente qualificava, sobretudo pessoas informais, para entrada nesse mercado de trabalho. Esse programa fez, à época, um grande sucesso, e eu fui convidado para trabalhar no Sebrae Nacional, em Brasília. Lá, eu tive oportunidade de aprofundar sobre o tema de cultura e desenvolvimento. Eu fiz um estágio na Itália com o

sociólogo Domenico De Masi, tentando entender os novos processos de produção da sociedade pós-moderna, pós-contemporânea. Voltei para Brasília para implantar um programa, que a gente chamava “Cara Brasileira”, ou seja: como é que dimensões, características da cultura brasileira, poderiam promover os pequenos negócios lá fora.

Dessa experiência no Sebrae, eu fui convidado pela Apex, Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos, para montar uma carteira de promoção dos setores criativos brasileiros, internacionalmente. A gente estruturou uma carteira de doze projetos, começamos a trabalhar com cinema, TV, novas mídias, games, propaganda, música, artes contemporâneas, editoras, setor da moda, enfim, montamos uma carteira de projetos para fazer o trabalho de promoção internacional desses segmentos criativos. Quando você fala de promoção internacional, você está falando do final de um processo, da ponta final de um processo. Em tese, esses empreendedores já deveriam estar qualificados e prontos. Na prática, não é isso que acontece. Falta informação sobre mercado internacional: como funciona, como eles podem acessar os players, os compradores ou os parceiros lá fora, como se apresenta em uma feira, um evento, como você negocia o seu projeto, o seu produto. Então, essa qualificação é uma dimensão importante quando você trabalha a internacionalização.

## **O QUE É O SXSW?**

Fui ao SXSW treze anos atrás. A gente foi como um projeto da música. O evento era bem diferente do que é hoje. Hoje é um evento mainstream, todo mundo conhece, todo mundo vai, mas, treze anos atrás, não era bem assim. As pessoas cantavam em caixotes na rua e tinha uma pegada musical muito forte, como até hoje tem. Mas, hoje, ele é um evento multiplataforma.

A gente, oito anos atrás, percebeu que, a partir da mudança do evento,

do enfraquecimento de outros eventos internacionais, nós poderíamos ter uma presença brasileira para além da música. E aí, organizamos um conjunto de cinco segmentos da chamada Economia Criativa para ter presença no festival.

O festival, de maneira muito simplificada, se divide em dois momentos. Um primeiro momento, que é a primeira semana/uma semana e meia, é o momento das discussões sobre convergências, novas tendências de produção, novas tendências da economia. Lá, se discute desde o feminismo até o uso da luz para criar produtos. Explora a criatividade, as novas produções científicas, a abordagem da convergência tecnológica, convergência digital. Eles alugam casas e fazem as suas ativações, mostrando a sua produção, a sua imagem. Grandes empresas também alugam casas, como a Sony, por exemplo, que tem uma casa maravilhosa e mostra as novidades, os robôs. Tem toda a parte de palestra, debate, seminário e a parte de negócios. E a gente começou a qualificar empresas, que queriam estar no SXSW para ter uma presença mais efetiva, que gerasse negócio, oportunidade de parceria, etc.

A segunda semana do festival é a semana da música. Então, o festival já muda o perfil, a cidade é invadida por mais jovens, mais gente ligada à música, e tem muito show de país, show de artista... A gente levou vários artistas brasileiros nesses oito anos para se apresentar no SXSW, como Liniker, por exemplo, e uma série de outros artistas brasileiros. É um evento que hoje é superimportante pra quem olha essa economia porque, mais do que nunca, essa economia está muito intrincada, está organicamente, digamos, organizada em torno da convergência digital, das novas tecnologias, das novas formas de você fazer cultura, da forma que você, hoje, produz. Para você ter uma ideia, o Instagram foi lançado no SXSW. E o Instagram, para ficar nesse exemplo, é um app que você produz cultura, você está produzindo conteúdo ali.

## PRINCIPAIS EVENTOS NO BRASIL

Quando a gente pensa em promoção do Brasil, mais do que possibilitar a ida desses empreendedores para esses eventos internacionais, é muito importante que o Brasil esteja na rota dos grandes eventos internacionais. E aí, pensando em Estado, pensando em programas, é muito interessante que o Brasil possa fortalecer eventos que existam aqui, para que a gente possa atrair produtores, parceiros, players mundiais desses setores criativos para virem ao Brasil, conhecerem o país, conhecerem a nossa produção in loco e participarem de um evento aqui. A gente precisa entrar na rota de determinados eventos.

O Rio2C, que antes era o Rio Content Market, um evento de TV e novas mídias, hoje se ampliou, então é um evento interessante para se olhar. O SIM, aqui em São Paulo, é um evento que cresceu bastante nos últimos anos, e eu indico fortemente para quem quer estar neste setor da música, linkado com tecnologias e novos negócios. Aí você tem, também, eventos mais de cunho cultural, stricto sensu: a Mostra Internacional de Cinema de São Paulo é uma mostra que tem um peso relevante, tem uma história, o paulistano tem uma ligação afetiva com a Mostra, então é um evento interessante para estar. A própria Bienal do Livro, aqui de São Paulo, é um evento criativo, importante, que tenta ser uma plataforma multi, para além do livro, pensando na dimensão do conteúdo.

A gente está pensando, também, em um evento audiovisual, chamado FestCampos, em Campos do Jordão, para transformar, em 2021, no maior evento multitela do Brasil. A gente chama de multitela, mas, na verdade, a gente está falando de um evento audiovisual que pega todos os segmentos do audiovisual: realidade aumentada, realidade virtual, game, TV, novas mídias, cinema...

## TECNOLOGIA E ECONOMIA CRIATIVA

Falar dessa economia sem falar do digital é chover no molhado. Não que você não tenha atividades tradicionais. O próprio cinema é uma atividade tradicional, é uma indústria tradicional, mas ela é, hoje, fortemente influenciada pelas novas tecnologias. Podemos falar do próprio uso da tecnologia para você fazer cultura, desde você desenvolver apps que ajudem o cidadão a localizar uma programação, um equipamento cultural de maneira mais fácil, até você usar tecnologia para produzir um espetáculo de teatro, para produzir uma exposição de artes plásticas. Então, a tecnologia está muito intrincada no nosso dia a dia.

Eu tinha um professor, o Teixeira Coelho, que falava que o celular, esse equipamento que a gente dorme, acorda e vive com ele, é o resultado de um acúmulo cultural muito grande. Você só chegou a desenvolver o celular porque você teve um acúmulo de conhecimento cultural nos últimos anos. O celular, segundo ele fala, é o segundo cérebro do ser humano. É o nosso segundo cérebro, que a gente carrega na mão. Você, pensando há vinte e cinco anos, não seria capaz de, em um piscar de olhos, ter o significado de uma palavra, acessar uma pessoa e olhar pra ela na Noruega, no mesmo momento, buscar uma informação, ter um conteúdo, criar um conteúdo... Isso muda tudo. Muda a forma de fazer cultura, muda a forma do sujeito, da pessoa se relacionar com a cultura.

## AS PROFISSÕES

Esse tema das Profissões da Economia Criativa me traz duas dimensões, que eu acho que são importantes.

A primeira delas é assim: tem uma nova forma de produzir cultura, uma nova forma de fazer cultura e qual é o comportamento que eu,

como jovem, devo ter ao querer ser parte dessa economia, desse tipo de economia? Quais são as novas habilidades para o mundo do trabalho que eu preciso desenvolver? Isso é uma dimensão importante.

E a outra dimensão: quais são essas novas profissões? Poderia listar centenas, dezenas... Uma que eu acho que é uma profissão novíssima, que me gera interesse muito grande em estudar como eles lidam, é o chamado influencer, que é o jovem que, a partir de nada, vira uma celebridade ou vira um empreendedor por saber criar um conteúdo na internet, seja no Instagram, seja no Facebook, seja neles todos. Uma profissão supernova dessa área, com muita gente, sobretudo no mundo da moda.

Muito artista musical surgiu a partir da internet, se espalhou. Olhar as novas profissões na economia criativa, necessariamente, você tem que, como jovem, como pessoa, você que está lendo aqui a gente, saber assim: “Bem, quais são as habilidades que eu preciso adquirir para entrar nesse trabalho?”. E uma outra é “Que novas profissões são essas?”, e elas estão, no meu ponto de vista, ligadas à questão do digital, da internet, dos apps, do celular, sobretudo.

## **O PAPEL DA EDUCAÇÃO**

A educação tem um desafio e uma importância muito grande. Eu digo desafio porque hoje está tudo no Google. O que te mobiliza para ir para uma sala de aula, como jovem? O papel do educador, hoje, é um papel muito interessante, de facilitar o entendimento do jovem em relação a este mundo que ele vive. Eu acho que isso é fundamental porque, muitas vezes, você, como jovem, na expectativa de estar dentro desse mundo, você age meio que no automático. Então acho que um pouco do papel do educador é dar essa orientação de “como eu navego nisso?”. A educação tem um papel fundamental nisso. Em vez de ficar repetindo o que o Google diz, eu tenho que me colocar: “Como eu posso

contribuir, como educador, para que esse jovem seja um cidadão, uma pessoa consciente do mundo em que ele vive, dos processos, de como isso é complexo, como essa realidade é uma realidade tão dinâmica?”.

Agora, obviamente que, extraescola, educação oficial, a presença em eventos dessa natureza traz uma complementação desse conteúdo. Você não precisa ir a Austin, você tem eventos incríveis no Brasil, de diversos setores, desde eventos ligados a TI, eventos ligados ao audiovisual.

## **O PAPEL DA INTERNET NA EDUCAÇÃO**

Ajuda. Como eu falei, é uma fonte inesgotável de informação. Agora, nada substitui duas coisas, se eu pudesse falar para os jovens, assim, na hora de escolher a profissão, primeiro é: Faça o que gosta. Acho que a sua maior preocupação não é saber “o que eu vou ser”, mas saber “o que eu gosto de fazer”. E nada substitui, também - e aí também é muito importante -, o contato com o outro. Porque, por mais que a internet seja essa fonte inesgotável de informação, nada vai substituir a possibilidade de você interagir com o outro no seu dia a dia e de aprender coisas com o outro.

## **PROJETOS FUTUROS**

Está recente essa experiência minha no setor público. É uma experiência de você poder dar uma contribuição à sociedade, e é muito desafiadora, também.

A gente está criando um viés que a Secretaria de Cultura não tinha, que é ampliar o foco dela: ser uma Secretaria de Cultura para ser uma Secretaria de Cultura e Economia Criativa. Isso abre a possibilidade de trabalhar outros setores, que até então a Secretaria não trabalhava ou, pelo menos, não trabalhava de maneira direta. Gastronomia é um

deles. A gente fez “Outubro, o mês da gastronomia”, no ano passado. A gente tem, agora, a questão do audiovisual.

A gente não tem setores, a gente não trabalha setorializado, mas a gente tem um interesse no segmento audiovisual, porque ele é um segmento, digamos, talvez o segmento mais dinâmico, hoje, dessa economia. E a gente precisa criar novas formas de fomento. Então, a gente criou o Proav, que é um programa de fomento do setor audiovisual, voltado para a questão do crédito e investimento. É um setor que está muito acostumado com o dinheiro a fundo perdido. Então, como a gente pode criar um dinheiro que o empreendedor do audiovisual possa tomar com algum risco? Então, a gente renegociou com a Desenvolve, que é uma agência de desenvolvimento do Estado, melhores condições de garantia, de taxa de juros, etc., criamos essas duas linhas. A gente quer ampliar isso para um fundo de investimento, lá na frente.

A gente está buscando um trabalho voltado para a questão da formação em economia criativa. A gente está, também, fazendo parceria com outras instituições para a criação de programas de formação nessa economia. Fizemos um, recentemente, em parceria com o Sebrae, no Centro da Economia Criativa do Sebrae. Estamos dialogando com a Organização dos Estados Ibero-americanos, OEI, para a criação, também, de um programa de formação para jovens. Tem o SP Criativo, que a gente faz em parceria com a Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Instituto Paula Souza. Então, esses são os programas que a gente, nesse pouco tempo, nesse um ano de gestão, conseguiu avançar.

**SAIBA MAIS SOBRE AS AÇÕES DA SECRETARIA DE CULTURA  
E ECONOMIA CRIATIVA DO ESTADO DE SÃO PAULO:  
[WWW.CULTURA.SP.GOV.BR](http://WWW.CULTURA.SP.GOV.BR)**



C  
U  
L  
T

# SAMIRA ALMEIDA

## EDITORA DE LIVROS DIGITAIS INTERATIVOS

Sócia da Storymax e cocriadora do Inventeca, Samira Almeida é pesquisadora da Educomunicação e conta sua trajetória de jornalista, mediadora de leitura e empreendedora digital. Por meio da arte e da tecnologia, suas iniciativas incentivam a leitura para crianças a partir de 2 anos.

## EMPREENDEORISMO

Ser empreendedora veio um pouco da vida, na verdade, porque o jornalista, depois que ele começa a crescer na carreira, fatalmente ele vai abrir uma empresa. É uma profissão bem informal, na verdade. Então, isso já me levou a ter uma empresa muito cedo, e o que foi acontecendo foi que, ao longo do tempo, eu fui acordando para o fato de que eu tinha uma empresa, mas eu só trabalhava para uma pessoa. E aí, eu fui querendo, já que eu tinha uma empresa, tomar as rédeas da minha empresa. Ser empreendedora é isso. E, daí, chegar na StoryMax é outra história.

## PAIXÃO POR LIVROS

Eu estava buscando me apaixonar de novo por outras coisas na profissão. Eu trabalhei muito tempo como editora de revistas e livros de arquitetura, arte, design, e eu queria mudar, eu queria voltar para a área de pesquisa, fazer um mestrado, um doutorado. E estava procurando uma coisa pela qual eu me apaixonasse de novo, como na época da faculdade. E encontrei a leitura, que, na verdade, é uma paixão muito antiga, eu só voltei a praticar como voluntária. De voluntária, eu me interessei por voltar a estudar, e aí comecei.

Como eu já estava nessa área de edição, comecei a fazer alguns testes, alguns MVPs de produtos que fossem inovação na área do livro, na área de publicações. E aí, as coisas foram acontecendo, até que chegou a virada, de fato, que foi quando a gente - a empresa, o CNPJ em si, já existia -, mas foi quando a gente colocou a data de fundação da StoryMax, que foi em 2014, no meio do ano, agosto. Aí eu voltei para a área de pesquisa, mesmo, eu fui estudar educação.

Ao mesmo tempo, eu já era mediadora de leitura como voluntária e eu comecei a empreender, e a gente entrou em um programa de

aceleração. A gente tinha o MVP, que ganhou prêmios, que virou uma coisa que a gente falou: “Bom, acho que pode ser um produto, acho que pode rolar uma empresa”. Eu falo que aconteceu tudo um pouco junto, nesse começo.

## O QUE É MVP?

MVP (Minimum Viable Product) é um produto mínimo viável, então, dentro do grande conceito do que você espera fazer, ele é o jeito mais rápido e mais barato, mais simples de você provar que existe público para o que você está fazendo, de que existe uma demanda para isso. Não só público: demanda! Porque é diferente: as pessoas podem gostar e não comprar. Tem essa questão. E é uma questão relevante para quem está na economia criativa. Todo mundo gosta. Comprar é outra história.

## STORYMAX

Tem gente que chama o que eu faço de animação, tem gente que chama de jogo, tem gente que chama de livro, tem gente que chama só de app. Eu, na minha visão, a gente faz livros digitais interativos, a StoryMax, como um todo. Mas pode chamar do que quiser, eu não tenho nenhum problema com relação a isso, me importa que as pessoas gostem de ler.

Nós somos apaixonados por leitura. E as pessoas até se impressionam, porque imagina: sou eu e meu marido, que é meu sócio, ele é designer, tem uma carreira que começou em tecnologia e foi para design. Então, a quantidade de livros que a gente tem na nossa casa, assim, tem épocas que a gente junta e doa, vende, e, mesmo assim, parece que eles proliferam de novo. A gente gosta, a gente trabalha com isso, então tem uma coisa do coração, de a gente entender que isso é relevante, como lazer, como experiência e como aprendizado.

Tem o lado de mercado, nós trabalhamos com isso, então a gente quer que isso continue existindo. E aí, por conta disso, começamos a querer fazer algumas inovações, isso foi lá para os idos de 2012. A gente começou a querer experimentar coisas, era a época em que estavam vindo os primeiros tablets aqui para o Brasil, eram os iPads, ainda. E a gente falou: “Poxa, tem todo um ambiente sendo criado. Por que as editoras não estão criando esse produto?”. Existia um papo de fazer, mas ninguém fazia. E a gente criou alguns projetos, bateu porta de amigos, oferecendo o projeto. E aí, eram algumas respostas, algumas pessoas falavam: “Ah, isso não vai dar certo tecnologicamente”, outras falavam: “Ah, eu acho que isso vai custar caro demais”, e outros falavam: “Nossa, que legal, que incrível! Faz! Quando estiver pronto, traz aqui, a gente bota o nosso selo”.

E aí, nessa pegada de entender que ter uma empresa e trabalhar para um cliente só não é uma coisa boa, quando a gente ouviu isso, a gente falou: “Poxa, por que eu vou fazer tudo e vou chegar com o projeto pronto em uma editora?”. Mesmo assim, eu relutei bastante, eu achava que faltava muita coisa de estofa pra gente ser uma empresa. E aí, eu lembro de um dia que a gente foi num jantar com vários amigos editores, eu apresentei essa ideia e todo mundo: “Ah, é legal, mas lá não vai rolar, lá não vai rolar...”. As empresas grandes demoram para fazer inovação. Isso é um movimento que, naturalmente, é mais lento. E aí, um dos amigos, no finzinho do encontro, falou assim: “Escuta, mas por que vocês estão enrolando? Por que vocês não fazem vocês?”. E aí, eu falei:

*“Ah, porque eu não tenho estrutura de marketing, eu não tenho assessoria de imprensa...”*

*“Escuta, você acha que alguma editora tem?”*

*“Acho”*

*“Não, é tudo meio terceirizado, meio uma coisa pequena, não é nada que vocês não vão conseguir fazer, assim, a médio prazo. Façam!”*

E aí, nasceu. Eu sentei, escrevi, fiz uma versão de Frankenstein, morrendo de medo, porque eu nunca tinha feito isso na vida... Eu editava textos jornalísticos de outras pessoas para publicar em livro e em revista, mas é totalmente diferente você falar de literatura infantojuvenil, de clássico, que é um negócio que ninguém quer botar a mão.

Depois de pouco tempo, eu entendi que isso era um diferencial dentro do que a gente estava fazendo porque, é isso, todo mundo que tentou fazer, infelizmente, eram times muito fortes em tecnologia e praticamente inexistentes na área de arte e editorial. O editorial, infelizmente, não se jogou nessa inovação. Então, havia produtos que pulavam, tremiam, tiravam fotos, etc. e tal, mas eram fracos como literatura, como arte. Quando o produto é fraco e você só está com ele no final, as pessoas não conseguem entender o porquê. É normal, só quem é da cadeia consegue entender, as pessoas simplesmente olham e acham ruim. Por isso, não estava rolando. E a gente acabou descobrindo que isso tinha sido uma sorte/talento do nosso time.

Nós, então, lançamos o Frankie e, como um bom MVP, a gente foi testar tudo que dava pra testar. Fizemos o app bilíngue, e foi o mais bacana, no fim das contas, porque ele ganhou o prêmio “Prix Jeunesse Ibero-Americano”, aquele prêmio do Comkids, que é um prêmio internacional, e isso deu pra gente uma visibilidade internacional que foi bacana. A gente começou a vender fora do Brasil, para escolas nos Estados Unidos, que eu vendo até hoje. E, daí, a gente começou a se inscrever em várias coisas. Eu entendi, naquela época, esses prêmios todos como uma oportunidade de mídia, eu me inscrevi por causa disso. E a gente se inscreveu num prêmio da UFPE, e a gente ganhou. O prêmio que você recebia era ir participar de um congresso com educadores, poder apresentar o seu produto e tinha um pouquinho

de dinheiro. Resumindo, dava certinho para pagar a sua viagem pra lá. A gente tinha vindo de um ano terrível, porque você ganha prêmio, mas prêmio não enche a barriga. Foi muito “não”. A gente achou, no começo, que ia prestar serviço para editoras, que era uma coisa que nós já fazíamos, então foi bem, bem, bem difícil. E aí, quando veio esse prêmio, eu falei: “Cara, vamos para o Recife!”. Foi bem assim. Quando eu cheguei no Recife, como eu trabalhei muito tempo com arquitetura e design, eu me organizei com assessores de imprensa que eu conhecia, para eu ir conhecer o Porto Digital, que é um projeto de resgate arquitetônico e que tem a ver com economia criativa, com tecnologia e com empreendedorismo, então tinha tudo a ver. E aí, eu fui conhecer como jornalista. Só que foi a primeira vez que eu ouvi falar e vi o que era economia criativa. Foi quando eu cheguei lá. Então, teve todo esse imbricamento de coisas. Quando eu voltei de lá, já voltei e falei: “Não, chega, não... Tudo bem, a gente vai continuar se inscrevendo em prêmios, mas a gente vai fazer outro produto e vai começar a se inscrever em editais, pra fazer esse produto virar uma empresa e a coisa começar a andar”. Isso foi num finzinho de ano de 2013.

Em 2014, a gente tinha sido selecionado para a primeira Startup & Makers, que teve dentro da Campus Party. E eu só tinha um produto. Eu falei: “Gente, não dá pra eu ir com um produto. Para eu ir como empresa, eu preciso ter dois produtos”. Aí eu fiz o meu segundo produto, assim, a toque de caixa. Graças a Deus, deu tudo certo. Foi o primeiro “Prêmio Jabuti” que a gente ganhou, foi esse segundo produto. E, de lá da Campus Party, eu soube de uma oportunidade de um edital que não era só de economia criativa, era de startups, do Governo de Minas Gerais. E a gente se inscreveu e entrou. E foi a hora que teve um -pequeno -, mas teve um aporte financeiro, que justificou a gente abrir mão de todas as outras coisas que a gente fazia. A gente teve que mudar para Belo Horizonte, inclusive.

E esse é o momento que eu falo que é o da fundação, de fato, da

StoryMax, que foi o momento que a gente falou: “Não, agora não é freela, não é edição”. E é terrível esse momento, porque você recebe propostas de todo mundo, porque quanto mais coisas legais você está fazendo e as pessoas veem, mais elas querem trazer você de volta para as empresas, então foi uma aposta.

## EDUCOMUNICAÇÃO

A educom estuda as ações que existem na interface de mídia, educação e tecnologias. Pode ser tecnologia para sala de aula ou para espaços educativos que não sejam de educação formal, pode ser ensinar crianças a trabalhar com mídia - a gente tem alguns projetos bem famosos no Brasil que ensinam a fazer reportagens, que ensinam coisas desse tipo -, pode ser publicações que sejam adaptadas para crianças e jovens, tanto impressas, como audiovisual e tudo mais. Tem tanto o campo da prática, como o campo da pesquisa.

Foi bacana a maneira como as coisas aconteceram pra mim, porque eu pude pesquisar nessa área. Eu pesquisei justamente a inovação que estava acontecendo no ramo editorial a partir da chegada dessas tecnologias no Brasil. Então, eu entrevistei todo mundo que: queria e tentou e não deu certo; queria, tentou e deu certo; queria, mas não conseguiu tentar; ou não queria. O meu objetivo era saber - porque era, desde o começo, a pulga que estava atrás da minha orelha - por que é que as grandes editoras não estavam indo pra esse lado. Descobri algumas questões. Uma delas é porque são times muito difíceis de compor. Você tem que conseguir compor um time de um editor cabeça aberta; um autor cabeça aberta e a fim de dividir a construção do processo editorial, porque você não consegue fazer sozinho; o artista que vai trabalhar, vai trabalhar muito mais do que os artistas do livro convencional, porque a gente está falando de animação. Imagina quantos quadros por segundo você precisa fazer. Às vezes, não é um artista. Às vezes, são vários artistas. E aí, o time começa a se encher. E

a cereja do bolo é envolver um profissional de tecnologia. O papo da tecnologia é muito o oposto ao papo da cultura. O papo da cultura é: quanto mais diversidade, melhor. O papo da tecnologia é: quanto mais você diz uma coisa só e está limpo, e não vai abrir, melhor. Então, é um atrito o tempo inteiro. E é difícil você montar esse time. Pra gente, ele aconteceu, não foi nem tão planejado.

## O PRAZER DA LEITURA

Eu sempre digo: leitura, antes de mais nada, tem que ser lazer, tem que dar prazer. E, a partir disso, ela pode gerar um processo de educação formal, e aí a gente pode estar falando de livros didáticos ou até não... Do aprendizado da leitura, em si. Ou, ela pode simplesmente ser um gerador de reflexão.

A gente fez uma série de apps, que são livros, por exemplo, sobre os objetivos de desenvolvimento sustentável (ODS). Essa série está focada em gerar movimentos sociais, ações sociais de jovens, a partir da reflexão na literatura. Então, como é que você parte de uma história que foi contada em 1800 e bolinha, para mostrar que hoje em dia ela faz sentido porque ela está tocando em um problema que já existia lá e continua existindo. E aí, você vira pra pessoa e pergunta: “Você percebe que isso ainda existe? Por que isso ainda existe? Será que as pessoas não deveriam se movimentar em torno disso? O que você poderia fazer na sua comunidade?”. A partir disso, você cria toda uma movimentação. Isso pode estar na sua casa, você e seu filho, você e seu neto, você e seu sobrinho, mas isso também pode estar dentro da sala de aula.

Pelo fato de a gente não ver muitas inovações que estão nesse ambiente de leitura e tecnologia, muitas vezes as pessoas me perguntam: “Ai, mas você acha que ainda é livro? Você acha que é jogo?”. Gente, chamem do que quiser, o que importa é que as pessoas leiam e gostem de ler,

porque é isso que a gente não pode perder. Porque, quando a gente está lendo, a gente está aprendendo a aprender, a nossa segunda interface de linguagem. A primeira é quando a gente ouve os pais e outras pessoas contando histórias. Essa é a primeira interface com linguagem: ouvir histórias e contar histórias. E a segunda é quando a gente começa a ler. Então, se a gente não tiver prazer em fazer isso, se isso for só escolar, a gente vai ficar muito raso. A gente vai fazer enquanto for obrigado a fazer. A hora que não for mais, não vai fazer mais. E, se você for olhar as pesquisas que são feitas sobre leitura no Brasil, elas mostram exatamente isso: que as crianças leem, quanto mais novas, mais elas leem, e aí, à medida que elas vão para o Ensino Médio, elas vão parando de ler e, quando chegam à faculdade, leem menos ainda, leem só os trechos obrigatórios e, depois, não leem mais. Não é essa cultura que a gente gostaria de ter, eu acredito. Não é essa que eu acho a certa. Eu acredito que, pra gente ser um país de verdade, a cultura que a gente tem que ter é uma cultura que as pessoas se interessem pelo conhecimento que está registrado, como for. E, pra gente ter essa cultura, isso precisa dar prazer e, para isso, a gente não pode ter preconceito na hora de fazer.

## **INVENTECA**

O Inventeca é o nosso aplicativo mais recente. Eu falo que ele é um pivô da StoryMax. Em tese, pode ser que a gente tenha só o Inventeca em um futuro próximo. A gente tem uma série de outros apps que a gente fez com apoio de empresas, então eles não são 100% nossos, eles são parcerias. E o Inventeca é a nossa primeira iniciativa de um negócio 100% nosso, de economia criativa. A gente vende assinaturas, então a gente está voltado para o cliente final, é bem diferente.

Quando você conta os livros do Inventeca, eles ficam salvos na nuvem. Você tem uma área no seu aplicativo, que é para ouvir as histórias. Essa é a sua inventeca. É a sua biblioteca de histórias inventadas. Cada leitor tem a sua inventeca dentro do Inventeca.

## LEITURA DE MUNDO

Eu sou voluntária, como mediadora de leitura, em uma escola aqui em São Paulo, semanalmente. E, lá, os meus meninos são de Fundamental I, do primeiro ao quinto ano, então, de seis a dez anos. E a coisa mais fofa é que eles querem imitar a gente. Então, a gente chega lá e eles pegam o livrinho e falam: “Ah, eu vou ler pra você”. E aí, eles começam a ler, tudo do jeitinho deles. E aconteceu, algumas vezes, nessa de “vou ler pra você”, de um pequenininho abrir e começar a ler, não o que está escrito, mas descrever o que ele está vendo. Por exemplo: “Era uma vez uma casa na montanha”, e embaixo estava escrito: “Fazia um dia tão bonito no campo”. Algumas vezes, eu falei: “Onde você está lendo isso? Não, não é isso que está escrito”. Até que - eu sempre falo, dou risada e brinco -, um dia, o Paulo Freire puxou minha orelha e falou: “Escuta, ele sabe ler. A leitura de mundo vem antes da leitura das letras. Ele sabe ler”. Então, a gente está perdendo uma coisa que eles sabem, isso está sendo jogado no lixo. Eles estão começando a entrar na biblioteca e querendo pegar os livrões, de crianças do quinto, sexto ano, porque eles acham que, se tem mais letra, é melhor: “Mesmo que eu não saiba ler, eu finjo que sei”. E, aí, não leem.

Isso tudo a gente está fazendo para forçá-los a aprender o alfabeto e a ler convencionalmente, só que o mundo que a gente vive é um mundo praticamente de imagens. Então, quando a gente está suprimindo esse desenvolvimento deles, dizendo que aquilo não é bom, que eles têm que ler outra coisa, a gente está perdendo um tempo que eles poderiam estar se desenvolvendo mais.

E, por dentro da empresa, a gente estava buscando duas coisas. Primeiro: uma forma de trabalhar que a gente dependesse menos de outras empresas, que a gente pudesse fazer uma coisa para o público final e que realmente fosse relevante para esse público, que ele quisesse pagar por isso e que tivesse uma entrega que fosse justificável

o interesse dele. E também um produto que fosse mais simples, fosse mais essencial e menos “Carnaval”, eu diria assim.

A imagem não é uma ilustração do texto. Ela está ali para contar uma história. Aqui no Brasil, a gente ainda não está com uma cultura muito forte nisso, mas a gente tem, na Coreia, livros fortíssimos que são só de imagem, na França, na Itália. Então, eu juntei um pouco isso de “a gente precisa valorizar mais os grandes artistas que o Brasil tem, a gente precisa valorizar o conhecimento das crianças antes de querer entuchar nelas um conhecimento novo, e a gente queria ter um produto que tivesse um apelo para o público final e que desse pra gente uma independência de trabalhar”. Juntando tudo isso, a gente teve essa ideia do Inventeca.

O Inventeca é uma plataforma de autoria, então é uma plataforma em que o leitor é o autor, é ele que cria, que está baseada sobre uma banca de livros de imagens. Hoje, a gente está com cerca de 32 livros, lá. Eles têm onze telas cada um, então é como se fossem onze páginas duplas, se fosse um livro impresso. Contam várias histórias, eu tenho desde “Chapeuzinho Vermelho” até histórias 100% novas que a gente bolou. O leitor vai pegar, vai entrar naquela estante, vai escolher uma história e, quando ele for ler essa história, ele vai disparar - é automático, ele tem que fazer isso, senão não roda -, ele dispara um gravador no aplicativo, e aí é a hora dele ou do mediador que está com ele começar: “Era uma vez...”. E ele vai contar toda essa história. E é exatamente o que o meu aluninho fazia lá na hora do recreio. Quando ele chegar no fim, ele vai lá, bota o nome dele, de quem contou a história, e bota um nome na história, e essa histórica fica salva na nuvem. A partir deste momento, ele pode ouvir de novo, compartilhar ou mandar imprimir esse livro.

Então, a gente pensou primeiro em toda essa questão de valorizar, e segundo, em situações em que você está com o seu filho e a única coisa que você tem - você não tem nada ali pra brincar com ele - você

está, sei lá, em uma espera médica, em uma fila de banco, você só tem o seu celular. Muitas vezes, os pais não querem dar o celular na mão da criança. Por que? Porque a maioria dos aplicativos e jogos são feitos para engolir a criança, porque é assim que eles ganham dinheiro, e precisa ser assim, porque senão eles também não vão viver. Eu entendo. Não faço, mas entendo. A gente pensou o Inventeca de um jeito, que eu brinco que ele tem um “pesca-pai”, que você consegue deixar a criança ali, brincando e criando a história dela e, quando ela termina, ela tem um timing certinho, que a gente testou, para a criança virar e falar: “Olha, mãe, o que eu fiz”. Então, se, por acaso, essa criança está sozinha, ela tem ali um momento para ter o seu laço renovado com o cuidador dela. E, se ela não estiver sozinha, ela pode estar criando essa história junto. A gente tem histórias, também, de pais que viajam muito e deixam histórias contadas com a vozinha deles para as crianças.

Então, eu falo que o Inventeca nasceu para reforçar os laços de família a partir da situação de contação de história. E a tecnologia está ali para gravar essa memória, para você compartilhar isso com uma avó que mora em outra cidade, para você transformar isso em um livro físico e dar para o teu filho e para as outras pessoas da tua família, ou mesmo as escolas... Já está acontecendo de escolas fazerem isso para os pais. Dar uma coisa física que comprova que o teu filho pode ser autor, ainda que ele esteja aprendendo a ler. Tem muito carinho em torno disso. Tem muito mais carinho, muito mais amor, muito mais laço do que tecnologia. Essa é a questão.

## **PROFISSÕES**

Uma grande virada, pra mim, foi perceber que eu posso ter a formação que for, que, se eu quiser, e me aplicar, e for aprender, não ficar parada só no tradicional, eu dou conta de fazer. E aí eu vou procurar, obviamente, um curso, uma pós, lógico que a gente quer as coisas formalizadas, mas, antes de tudo, não ficar dentro da sua caixinha.

Mas, já que vamos falar de todas as caixinhas para que as pessoas possam escolher uma caixinha, já que elas vão ter que entrar em alguma, eu digo que, para fazer um livro digital interativo, (acho que aqui tem uma vírgula) é necessário um editor, com certeza. Então, eu trabalhei como editora e eu tive uma editora dedicada, também, especificamente nesse projeto dos ODS, porque era um projeto muito grande. Foi o maior projeto que eu tive em termos de time. Tinha um time de 15 pessoas trabalhando. Curador de literatura é super-relevante, principalmente se você quiser trabalhar com clássico, porque você precisa ter gente que entenda de domínio, de autores antigos, de quem escreveu sobre o quê, quando e onde já foi publicado. Alguém que tenha experiência, mesmo, que tenha um arcabouço de informação e que possa trazer isso. Eu jamais pensei que isso existisse. Eu acho que eu vi isso mais uma vez, só, profissionalmente, em uma empresa, porque eu acho que as pessoas fazem isso sem ter esse cargo, mas é super-relevante você contar, se você trabalha com editorial, com um curador editorial. Editor de arte, roteirista, ilustrador, animador, revisor, tradutor, produção de som. E aí, você pode ter as duas coisas: você pode ter o cara que produz e o cara do estúdio, que edita. No meu caso, era a mesma pessoa, mas podem ser duas coisas diferentes. Narrador, em alguns casos, você pode precisar, programador... Aí vamos para os técnicos: Programador... Acho que basta um programador. Aí, tem alguns nomes, como “engenheiro de sistemas”. Vou chamar da profissão final, que é o programador. Aí você tem ainda a parte de marketing digital, você vai ter uma parte de vendas. Se você estiver falando de um negócio como o que eu tive por mais tempo, que é um negócio B2B, você vai precisar de um profissional de vendas que conheça ciclo de venda, para ir bater em empresa. Uma coisa que é sensacional de ter para uma empresa como essa é alguém que manje de fazer captação de recursos por edital, porque ainda é uma coisa que a gente depende um pouco para conseguir fazer coisas grandes. Profissional famosinho, que ficou famoso, tem vários nomes, mas pode

ser o gestor de projetos ou product owner, que é o cara que um pouco coordena tudo isso e que dá a cara para o cliente, que coloca o sino no gato. É onde faz sentido, de repente, você ter um cara de educom, que vai conseguir olhar todas essas interfaces, que são absolutamente diferentes e que cada uma tem uma carreira totalmente diferente, que às vezes nem passa pela indústria criativa. Ele vai conseguir olhar para tudo isso e criar, disso, um produto que possa ser lazer, mídia, tecnologia e educação, ao mesmo tempo.

**CONHEÇA E BAIXE OS LIVROS DA STORYMAX: [STORYMAX.ME](http://STORYMAX.ME)**

**CONHEÇA E BAIXE O INVENTECA: [STORYMAX.ME/INVENTECA.HTML](http://STORYMAX.ME/INVENTECA.HTML)**



C  
U  
L  
T

# VANESSA SOARES

## DANÇARINA E PRODUTORA CULTURAL

Sócia da Movimentar Produções, Vanessa Soares respira música. Suas histórias estão sempre conectadas com dança, viagens, verdade e acolhimento. Dá pra duvidar que seu dia tenha 24 horas, com tantos artistas, grupos e projetos cuidados por ela. Conheça Vanessa Soares, ou Omoshalewa Asake!

## TRAJETÓRIA

Eu trabalho com produção desde os 19 anos, tendo começado em uma área totalmente diferente da que eu estou hoje. Eu trabalhava na área médica, com intensivistas. De 2001 para 2002, eu comecei com a produção cultural com músicos, exatamente com bandas, grupos. Mas, a arte... Desde pequenininha, eu danço. Eu costumo dizer que eu danço desde a barriga da minha mãe.

A música, para mim, na realidade, é vida, desde sempre. Então, trabalhar com o que eu amo já é sensacional. 2017 foi um ano de juntar os meus trabalhos com a Lunna Rabetti, que é minha sócia, mas nós já éramos amigas. Ela também trabalha com eventos, sempre trabalhou, e ela fundou também a Frente Nacional de Mulheres no Hip Hop, que é um encontro de mulheres de toda essa área do movimento.

Em 2010, nós nos reunimos em um espaço por meio do Proac, que é um dos editais que apoiam a cultura dentro de São Paulo. E, nesse encontro, rolaram 80 mulheres do Brasil todo, em São Paulo, que trabalham o hip hop: grafiteiras, DJs, MCs e dançarinas de break. Desse encontro, a gente saiu com uma carta de intenções para dar um boom nesse mundo, que também é das mulheres, dentro do hip hop, mas é muito masculinizado ainda.

A nossa amizade ficou mais forte e a gente começou a fazer vários eventos dentro da Frente Nacional, também tentando mapear palcos e eventos dentro de São Paulo, que trouxessem a equidade de gênero, que é o nosso foco maior. Ter 50/50, que é o importante, sabendo que ainda o movimento hip hop é muito masculino. Então, essa é uma das nossas lutas principais: a equidade de gênero.

## EMPREENDEDORISMO

A Movimentar tem duas sócias, mas ela tem uma cartela de artistas, e eu também, porque eu já trabalhava com outros artistas. Então, os trouxemos para a Movimentar. A gente divide esses trabalhos, inclusive a parte burocrática.

2017 foi o ano do primeiro show internacional da Movimentar. Nós trouxemos a dupla Oshun, de Nova York, que são duas MCs negras maravilhosas, que também cultuam o hip hop, o rhythm and blues. O nosso show de lançamento da Movimentar foi no palco. Pela primeira vez, alguém lança uma empresa dentro de uma unidade do Sesc, com um show internacional e também comemorando o Dia da Mulher Negra e Afrocaribenha, que é dia 25 de julho. Esse show foi nessa semana.

A partir daí, a gente não parou mais, porque a gente já nem parava. A gente só deu um nome ao que a gente já fazia: produtora cultural. “Tá, agora nós temos uma empresa”. E a Movimentar não para.

## OS ARTISTAS

A maioria dos artistas nos procurou. O primeiro artista que eu trabalhei e trabalho até hoje é o Xuxa Levy e o Gabriel Levy, eles são irmãos. Os artistas antigos, que a gente já está há muito tempo, eles já estavam preparados, já estavam prontos. Então, a gente só cuidou.

Tem os artistas mais novos, como o Martte, um artista que começamos no ano passado; a banda Funmilayo Afrobeat Orquestra, uma banda só de mulheres negras, são onze mulheres, que foi um convite que eu recebi da Larissa e da Stela para produzir, porque eu já pesquiso o afrobeat há mais de dez anos, já está caminhando para os 12 anos; a Priscilla Fenics é uma artista, uma MC de Porto Alegre, que mora em São Paulo, que também a gente pegou para trabalhar no ano passado.

E tem outras coisas que vêm. Batucada Tamarindo; Xaxado Novo, um quinteto de forró maravilhoso. Nós temos, na nossa cartela, cinco DJs, que a gente já trabalha. A gente não trabalha só com música. A gente trabalha com esporte, com dança, teatro...

## **AFROBEAT**

Em 2008, eu escutei, pela primeira vez, “Water No Get Enemy”, que é uma música do Fela Kuti. Uma amiga estava indo embora do país, me deu um CD só com músicas do Fela. Joguei para o computador, apertei o play, na primeira, meu corpo inteiro se arrepiou de um jeito que eu lembro como se fosse hoje. Foi um dia muito louco. Comecei a mergulhar, a buscar coisas e tudo mais.

A história dele é incrível. Muito triste. Dessa tristeza, vem muita invasão à vida dele, machismo pra caramba... Nigéria é um país muito machista. Mas o que mais me deu vontade de pesquisar foi a importância de mulheres na vida dele. Tem a Sandra Izsadore, que é uma maravilhosa, que mora em Los Angeles, é americana, e canta, ainda, até hoje. Para resumir: ela apresenta Malcolm X para o Fela Kuti. E também uma ex-filiada ao Black Panthers, naquela época, nos Estados Unidos, e que conhecia muito mais a África que o próprio Fela Kuti, nessa parte de militância e política. Conversando com Sandra, ele meio que cria esse ritmo, para trazer essa música à denúncia, mesmo, política que denunciava o tempo todo.

A partir daí, eu comecei a pesquisar quem estava escrevendo sobre ele. Em 2009, logo em seguida, um ano depois que eu conheci esse ritmo, eu conheci o Carlos Moore pela internet, que é um escritor que fez a biografia oficial do Fela Kuti. Ele estava buscando, naquela época, em 2009, recursos para traduzir. Aí, em 2011, ele lançou o livro “Fela - Esta Vida Puta”, que é a biografia de Fela. Em 2011, a gente se conheceu pessoalmente. Nesse tempo, de 2009 até 2011, a gente se falava pela

internet. Quando conheci Carlos, mergulhei mais ainda, porque ele teve contato com Sandra, com Fela, com Malcolm X. É uma pessoa também que tem que pesquisar. Carlos Moore. Pesquisem Carlos Moore!

Em 2015, vem para o Brasil uma banda chamada Newen Afrobeat, do Chile. Em 2014, eles soltaram na internet, aí chegou em mim, pela internet, comecei a conversar com eles: “Olha, eu sou Vanessa, pesquisadora, dançarina... Costumo dançar em shows de bandas” - porque eu também danço em show de bandas de afrobeat - “o Newen está vindo pra São Paulo... Será que posso...?” - eu sou daquelas que pedem sempre! - “Será que eu posso dançar na sua banda?”. Aí eles: “Claro! Chegando, a gente conversa, se apresenta...”. Aí eles chegaram, em janeiro, fizeram uma tour, acho que de seis shows, e eu dancei em quatro. E aí, em março, eles foram convidados para o Felabration, o produtor deles estava em contato com a produção do Felabration, que é uma celebração à vida de Fela Kuti na Nigéria, que são os filhos que produzem isso. “Gente, sério?! Eu não sei como, mas eu vou também!”. Eu me convidei. E aí, eu não tinha dinheiro naquela época e alguns países da África é bem caro o valor, aquela coisa toda. Eu fiz todo um bem-bolado, tudo pra dar certo... E eu criei uma campanha: “Campanha do amor número 7”. As pessoas começaram a depositar 43, 86, 205... Tudo pra ligar o 7. Ah, detalhe: não era uma campanha aberta na internet. Eu só direcionei a amigos, músicos e familiares. Deu pra ir para a Nigéria, para Paris, ainda trazer tecidos, porque às pessoas que doaram, eu falei que, no final, quando eu voltasse, eu ia trazer tecidos africanos, porque eu danço com tecido africano, e o que sobrasse, eu faria pulseira e saquinhos para colocar celular, essas coisas. Foram 27 dias mergulhados em dança, receber dança, tanto a dança tradicional da Nigéria, quanto percussão, aula de percussão. E também levei nosso samba e nosso samba-rock pra lá, também dei oficina.

## FUNMILAYO AFROBEAT ORQUESTRAS

Larissa e a Stela já tocavam em uma banda, e aí, o ano passado - essa banda não existe mais -, elas, conversando: “Ah, vamos montar uma banda só de mulheres pretas tocando Afrobeat”. E, nisso, elas começaram a chamar bateristas, formar a gig delas. E, nesse meio tempo, antes de finalizar a banda, a Stela me ligou para contar essa coisa maravilhosa e falou:

*“Vanessa, então... A gente gostaria muito que você fizesse parte desse time todo”*

*Já logo, falei:*

*“Pra dançar, né?”*

*“Também... Mas a gente gostaria também que você produzisse”*

Uma banda inédita, quiçá no mundo, porque a gente não tem notícia de uma banda com onze mulheres negras tocando afrobeat. Vamos lá! Simbora. Me joguei. E eu, além de produzir, eu danço na banda!

## FESTIVAL DA FRENTE NACIONAL

Está na quarta edição, e o foco do festival, a atuação, mesmo, são só mulheres. A gente não proíbe nenhum homem entrar para assistir, mas o foco são as mulheres em ação.

O diferente do nosso festival é que a gente também não traz só o hip hop, em si. A gente trabalha com roda de conversa, que fala sobre “n” assuntos sobre mulheres: saúde da mulher; saúde da mulher negra, que também é diferente da saúde da mulher. E também, nas atrações, a gente muda, não são só os quatro elementos. Teve uma edição que

a gente trouxe a Sônia Galvão, que é dançarina de dança indiana. Teve um dia, também, que nós convidamos a Cia Lelê de Oyá, de maracatu.

A maioria das ações são feitas com dinheiro nosso, mesmo, e apoio. A gente sempre foca no mês de março, mas este ano (2020) não vai ter. Mas eu já convido vocês a seguirem a nossa página: é o @ frente nacional, mas as primeiras letras: @fnmh2. A gente trabalha o hip hop com “h2”, na maioria das vezes. Nós estamos no Instagram. A Movimentar Produções está no Instagram (@movimentarproducoes). Todo mundo está lá no Instagram.

## **MULHERES MULTIPLICANDO A CULTURA**

Também tem uma programação que está rolando pelo VAI, apoio do VAI, que é outro incentivo que valoriza a cultura dentro das periferias, que é o “Mulheres multiplicando a cultura”. É um projeto também feito pela Lunna, e está circulando com oficinas gratuitas, rodas de conversa, dentro de algumas casas de hip hop, alguns espaços, como o Quilombo da Parada, no Jaraguá. Ações dentro de periferias.

## **AGÔ PERFORMANCES NEGRAS**

AGÔ é um coletivo de teatro negro, daqui de São Paulo. É o mais novinho. Esse mês de abril, nós completamos cinco anos de vida. Tudo começou com Wil Oliveira, um ator, arte-educador, periférico, também. Ele sempre quis falar sobre nós, negros, a nossa história, que todo mundo sabe que nossa história, infelizmente, não é contada nas escolas.

Ele sempre atuava em coletivos de pessoas brancas, e não conseguia falar o que ele realmente gostaria de falar. Até que ele: “Vou criar um coletivo”. Depois, ele convidou outra menina, que é a Rose, Rose Mara. Ela não mora mais aqui, está morando agora na Angola, mas fez um

período de dois ou três anos com a gente. Ela trouxe muita coisa, muito conteúdo, porque ela, sendo dançarina formada e tudo mais, também traz a parte acadêmica da dança, com conteúdo teórico muito, muito potente. Depois, veio a Mari Miguel, ficou um tempinho, também, e saiu. E agora estamos eu e o Will. Nós também temos um Facebook e Instagram: @ago.performancesnegras.

## **SOBRE O ESPETÁCULO “BANZO”**

É engraçado, porque, no próprio espetáculo, tem questionamentos. No final, a gente gosta muito de fazer uma roda de conversa. Dentro do espetáculo, nós citamos três leis. A última é a “Lei Áurea”, que todo mundo já sabe. Mas nós citamos a “Lei do Sexagenário” e a “Lei do Ventre Livre”. Eu faço questão de perguntar: “Alguém aí sabe? Levanta a mão quem sabe”. A maioria do público não levanta a mão. Entre lágrimas, muita gente chora, muita gente sorri, porque tem os momentos de alegria, também, nesse espetáculo.

## **NIGÉRIA E OS NOMES EM YORUBÃ**

Eu me senti muito em casa. Mesmo. Sem nenhuma vontade de voltar para o Brasil. Nenhuma. Nenhuma. Só voltei porque eu tenho filha e tenho um monte de gente para trabalhar. É muito espontâneo, o “se dar um nome” na Nigéria, ainda mais você não sendo do país. O continente africano dá essa importância muito grande ao nascimento e à morte de qualquer ser humano. É um ritual maravilhoso para se entregar esse nome, tanto na vida, como na morte. Quando essa pessoa morre, também é outro ritual, e de música, de dança.

Em 2015, na Nigéria, em uma das aulas que a gente recebeu de percussão, do nada, o Mathew, percussionista do Femi Kuti (filho do Fela), diz: “Vanessa, eu vou te dar um nome”. Nessa hora, que a gente estava tocando, e depois teve uma pausa. Ele: “A partir de agora, e

aqui, você não é Vanessa. O seu nome é Omoshalewa”. E é um nome que tem que se cantar, não dá pra falar só “Omoshalewa”. Tem que cantar. Desse jeito, gente!

O nome em Yorubá, em si, tem vários significados. E esse nome resume quem eu sou. É “trazer o amor, a harmonia, a paz, para dentro da sua casa, para sua família e para toda a comunidade”. Comunidade é quem? Os músicos que eu trabalho, por onde eu passo, porque, no Brasil todo, eu tenho casa, acho em todo o Brasil para ficar. Essa família, essa comunidade que vira minha família quando eu passo: Maringá, Rio de Janeiro, Belo Horizonte... E é muito eu esse nome. Uma coisa que ele falou, também, de entender Yorubá, se faz necessário sempre, como o amor próprio que eu carrego, que eu sempre falo: Viver na verdade. Então é uma coisa que já é a minha frase: “Viver na verdade”, “Viver na verdade”. E eles nem me conheciam!

Em 2017, quando eu volto para a Nigéria e passo uma semana em Oshogbo, em Osun, o dono do Centro Cultural, ele administra o Centro Cultural de Oshogbo, também, em um dia lá, que estava rolando o ensaio do grupo, que ia se apresentar uma semana depois, depois que eu dancei, sentei lá, fiquei conversando com ele, ele falou: “Olha, eu vou te dar um nome. Eu sei que você já tem o Omoshalewa, mas eu vou te dar outro nome”. Aí ele me deu o Asake. Então, meu nome: “Omoshalewa Asake”. Asake significa “graciosa”. E eu carrego esses dois pra vida.

**CONHEÇA TODOS OS PROJETOS E ARTISTAS DA MOVIMENTAR  
PRODUÇÕES: [MOVIMENTARPRODUCOES.COM](http://MOVIMENTARPRODUCOES.COM)**



C  
E  
L  
T

# CECILIA ARBOLAVE

## EDITORA DE LIVROS

Empreendedora serial, Cecilia Arbolave é sócia da editora Lote 42, da Banca Tatuí, da Sala Tatuí, além de organizar eventos de publicações independentes, como a Feira Miolos e a Printa-feira. Os livros publicados pela Lote 42 são minuciosamente produzidos, com todo o cuidado de escolha de papel, capas e formatos. Cecilia tem promovido uma transformação no mercado editorial por meio de inovações em lançamento, comercialização e publicações.

## JORNALISTA-EMPREENDEDORA

Eu tive contato com livros desde que eu era criança. Quando eu era criança, eu gostava de criar meus próprios livros, eu ia à papelaria, imprimia, tirava cópias, distribuía para o meu grande público, que era minha família...

Acho que essa transição do jornalismo para a edição foi bem natural. Aqui no Brasil, eu comecei a trabalhar com jornalismo na editora Abril. Eu trabalhei lá por quatro anos. Mas, em paralelo, o João, que é meu sócio, meu cúmplice, e eu, sempre ficávamos inventando algumas coisas para ocupar o tempo. E naturalmente se deu essa transição para o mundo da edição. Não foi muito planejado, mas também não foi sofrido, nem nada.

## EDITORA LOTE 42

Quando a gente estudou junto na Argentina, o João e eu fizemos um projeto universitário, que era um ensaio para um concurso universitário. E a gente ganhou. Então, a gente se deu conta que trabalhávamos bem, juntos.

Quando eu fui para Curitiba, antes de viajar, a gente estava trocando ideias sobre o que fazer lá, que projeto que a gente ia encarar. E foi aí que a gente pensou em fazer um livro sobre figuras curitibanas emblemáticas. Assim, nasceu o “Curitibocas - Diálogos Urbanos”, que era um livro de entrevistas. A parte de fazer as entrevistas, de produção de conteúdo, foi a parte mais deliciosa e mais gostosa, só que foi muito difícil conseguir uma editora para acreditar no nosso livro. E, nessa época, o João falava: “Um dia a gente vai ter uma editora e não vai deixar esses projetos, assim, escaparem”. E eu achava isso muito abstrato. Eu achava que ter uma editora era coisa de gente adulta demais, rica demais, eu achava que não era algo viável. Isso foi em 2007. Depois,

eu me formei, o João se formou, eu me mudei para São Paulo, um tempo depois ele veio, cada um com seus projetos. No final de 2012, o Thiago Blumenthal, que também trabalhava com jornalismo, e o João trabalhavam juntos. O Thiago estava, no momento, sem emprego. O João falou: “Vamos fazer uma editora?”. Eles também conversavam muito sobre coisas que o mercado editorial poderia fazer. Esse foi o pontapé. Desde então, eu acompanhava muito de perto: dando pitaco em logo, ajudando nos lançamentos e tal. Até que chegou um ponto em que eu comecei a ficar com vontade de fazer outras coisas e o João me fez o convite: “Vamos, então, se juntar, mesmo, assim, oficialmente, à editora?”. Assim foi que comecei.

Desde o começo, como a gente não tinha um investimento muito grande, a gente falou: “Bom, vamos transformar esse problema em uma característica da editora. A gente vai publicar poucos livros, mas vão ser bons”. Então, essa ideia do “Lote” vem daí: são poucos e bons livros. E o 42 era para deixar a coisa ainda mais específica, mas também é um número que já carrega seu simbolismo. Tem um livro, que é o “Guia do Mochileiro das Galáxias”, em que o 42 aparece como resposta para a vida, o universo e tudo que há. E a gente achou bonito.

## **O FORMATO COMO LINGUAGEM**

A produção dos livros da “Lote 42” é sempre muito demorada, até mais do que a gente gostaria. Não é uma coisa da qual a gente se orgulha. A gente gosta de entender o tempo do livro, se conectar com esse conteúdo desses autores e autoras. Não é que a gente vai receber um original e está pronto para ser diagramado, para ir pra gráfica. Não, longe disso. A gente recebe esse trabalho e a gente o trabalha com os autores, sugere alterações. Algumas são aceitas, outras não. Discute, discute opções de capa. E também é aí que entra o projeto gráfico, nesse processo de edição.

A questão do formato, a gente começou a brincar com esse aspecto físico do livro, que a gente percebia que o corpo do livro também podia dizer alguma coisa. Então, teve um livro de histórias de viagens que publicamos os capítulos dentro de envelopes, como se fossem cartas enviadas das autoras. Então, isso a gente acha divertido, em primeiro lugar, e instigante, para os leitores. É legal para a obra, também. Traz mais uma camada. Acho que é uma coisa que acabou ficando forte, mas não só isso. Nem todos os livros nossos são assim. Tem outros livros que são “comportados”, ou mais parecidos com livros, e está tudo bem. Mas, mesmo nesses livros que não exploram tanto a materialidade, a gente gosta de pensar no papel, de pensar em uma capa interna, de pensar no acabamento do livro, para que seja um livro que o leitor vai pegar e vai gostar. Vai ser um livro legal de folhear, de ler e de ter contato.

## **BANCA TATUÍ**

2014 foi um ano de muitas mudanças na Lote 42. Muitas coisas que a gente já vinha fazendo se ampliaram. Por exemplo, a gente tinha a loja virtual desde o começo da editora, só que a gente inventou uma promoção meio maluca em julho, na Copa do Mundo, e a coisa estourou. A gente deu 10% de desconto para cada gol que o Brasil levasse em cada jogo, e veio a Alemanha e fez sete. A gente cumpriu a promessa e foi uma reviravolta na nossa vida enquanto editor, que, ainda bem, sobrevivemos.

Por alguns anos, a gente fez sempre o aniversário do 7 X 1, no mesmo dia e tal. A gente colocava 70% de desconto, que é muita coisa para livros. E a gente fez a última promoção na última Copa. A gente pensou: “Ah, não vamos continuar para sempre com essa promoção”. E, aí, a gente fez um encerramento, na Banca Tatuí, dessa promoção.

Meio que, nessa mesma época, um pouco depois dessa promoção, o

João estava caminhando, um dia, pela rua onde a gente mora, que é a Barão de Tatuí, e apareceu uma banca, quer dizer, a banca já existia, mas apareceu na banca uma placa dizendo que essa banca estava à venda. Uma placa em um papel sulfite, supersimples. O João, que tem uma relação muito afetiva com bancas, porque, na cidade de onde ele é, Guaíba, não tem livraria, não tem cinema, não tem esses equipamentos culturais que a gente, aqui em São Paulo, está muito acostumado... Só que tinha uma banca de jornal, onde ele vivia lendo gibi, até chegou a pedir um emprego. Então, para o João, a relação com a banca era uma relação muito forte. Apareceu essa banca na nossa rua, à venda, e a gente pensou: “Bom, é para ser, né?”. A gente é ateu, não acredita muito em muita coisa, mas é muita coincidência que, na rua onde você mora, uma banca apareça à venda. A gente já estava, fazia muito tempo, procurando um lugar para ter os nossos livros de forma fixa. Então, a gente pensou: “Bom, na banca, a gente pode vender diretamente os nossos livros”. Só que eram seis livros, na época. Não dá pra encher uma banca com seis títulos. Ao mesmo tempo, muitas editoras e artistas independentes estavam passando pelas mesmas dificuldades que a gente: encontrar lugares para vender os livros, para conseguir público entre uma feira de publicação e outra, então a gente falou: “Não, não vamos chamar de “Banca 42”. Vamos chamar de “Banca Tatuí”, por causa do nome da rua, Barão de Tatuí. E que seja uma banca não só com livros da Lote 42, que seja uma banca com livros dessa cena toda que estava crescendo muito em 2014”. Foi assim que surgiu.

## **A TRANSFORMAÇÃO DA BANCA**

Essa ideia veio de uma situação muito chata, que foi ser furtado na primeira semana de abertura da Banca Tatuí. A gente comprou a banca, então você compra a licença para usar o espaço. Era uma banca realmente bem antiquinha, só que pensamos: “Tá. Não vamos fechá-la até reformar. Vamos abrir do jeito que está. Enquanto isso, a gente vai

fazendo projeto, vai fazendo reforma”.

E aí, na primeira semana, entraram pelo teto, de noite, era um teto superfrágil, de eternit. Mas nos mostrou que realmente a banca era muito frágil. Foi um baque, porque estávamos lá, todos cheios de ilusões e projetos, e, de repente, a realidade te mostra que não é tão fácil assim.

Na hora de fazer a reforma, a gente pediu muito para os arquitetos que esse teto realmente fosse vedado, que não fosse possível entrar e que realmente as pessoas que confiassem os livros para a gente soubessem que era um lugar seguro, que os livros não iam correr o risco de serem pisoteados. A ideia que surgiu foi fazer um jardim, porque, se você fizer um jardim em cima, não dá pra entrar. Só que, quando o engenheiro viu o projeto, falou: “Olha, com a estrutura atual da banca, esse jardim, assim... Esse teto vai desabar, essa terra é muito pesada”. Então, o engenheiro fez o projeto, em que ele colocou alguns pilares, algumas vigas, escondeu com a marcenaria na frente. Uma semana antes da abertura da banca, depois da reforma, ele nos fala:

*“Bom, agora a banca de vocês aguenta uma tonelada”*

*O João recebeu essa informação e o João sempre é aquela pessoa que pode pensar em coisas um pouco mais diferentes e inusitadas. E aí, ele falou:*

*“Dá pra botar uma banda aqui em cima?”*

*O engenheiro nos olhou e falou:*

*“Bom, acho que sim. Uma banda pequena... Sim, dá”*

Assim, surgiu esse teto palco, que se transformou em um camariz da

Banca Tatuí, porque, nos lançamentos, a gente começou a fazer essas festinhas de rua com show no teto.

## **A TRANSFORMAÇÃO DA RUA**

Eu acho que a Banca tem a sua participação, mas acho que é uma coisa do bairro, também. Tem outros empreendimentos ali perto que também contribuíram para chamar atenção para a Barão de Tatuí. Talvez pelo fato de ser “Banca Tatuí”, que tem o nome da rua muito forte. E o fato de termos feito esses lançamentos tão animados. Acho que chama atenção das pessoas para essa esquina da Barão de Tatuí com a Imaculada Conceição.

## **FEIRA MIOLOS**

A Mios tem um começo muito curioso, que é no show dos “Racionais” em Buenos Aires. A gente tinha ido pra lá, para a Feira do Livro de Buenos Aires, que estava homenageando a cidade de São Paulo. A gente participou de algumas atividades dentro do estande. Aí, uma noite, teve um show dos Racionais ali na cidade e, no meio das músicas, o João começa a falar com a Tarcila Lucena, que era a supervisora de ação cultural [da Biblioteca Mário de Andrade] da época, e sugere a realização de uma Feira na Biblioteca. Porque, naquela época, em 2014, estavam surgindo feiras, e estavam surgindo muitos editores, artistas, tinha algo ali pipocando e nascendo. A gente falou para ela que seria muito legal realizar uma Feira na Biblioteca, em que os editores, depois, doassem uma publicação ou mais para a Biblioteca. Dessa maneira, a Biblioteca poderia ser um testemunho dessa geração e dessa produção de publicações independentes e de arte gráfica. Ela gostou, e a gente organizou essa primeira edição e deu certo.

É muito legal porque, no ano passado, em 2019, a gente fez mais uma edição da feira e fez uma mostra com parte do acervo da Biblioteca que

foi construído com essas doações ao longo dos anos, de 2014 a 2019. Eu estava olhando esse acervo e é muito curioso ver que tinha livros que nem os autores têm, publicações de editoras que não existem mais, edições únicas. Era uma coisa muito especial e é muito legal pensar que a Biblioteca guarda essa produção toda.

A ideia da Feira é dar esse espaço aos editores e artistas independentes. Uma característica que você vê muito em feiras é que você tem o editor atrás da mesa. Então, para o público, é uma experiência muito legal, porque você consegue tirar dúvidas até do papel usado, do tipo de impressão. São livros que também têm histórias pra contar, às vezes relacionadas com experiências pessoais do editor ou do autor. Então é legal que você ouve essas histórias em primeira mão. Isso é uma coisa que a gente sempre quis preservar e manter.

## **SALA TATUI**

A gente se inspirou em um modelo de livraria que tem em Buenos Aires, que são livrarias a portas fechadas, como eles chamam. Faz alguns anos que foram surgindo, em diferentes bairros de Buenos Aires e de outras cidades, também, livrarias que as pessoas montavam na casa delas. Tinham um quarto vago e montavam uma livraria dentro desse quarto ou na sala. Você tem que marcar hora porque, afinal de contas, você está indo na casa da pessoa. A pessoa te recebe, e você tem a experiência de estar sozinho na livraria, curtindo os livros.

A Sala Tatuí, a gente abriu, de novo, de uma necessidade. O lugar onde a gente alugava a sala do nosso escritório nos falou que eles iam precisar desse espaço de volta, nos deram bastante tempo para achar um novo lugar. E aí foi que encontramos um espaço na frente da Banca Tatuí. De novo, a gente pensou: “Bom, tem alguém escrevendo esse roteiro aqui”. Quando a gente foi ver, a sala era muito grande, mais do que a gente precisava para a Lote 42. E o que a gente fez, então, foi pensar:

“Bom, a gente já dá bastante curso em outros lugares, a gente já gosta de inventar debates e a gente já está tendo uma necessidade da Banca de expandir um pouco. A Banca tem seis metros quadrados, então tem livros que realmente já não estavam cabendo, ou livros muito delicados que o pó da rua não faz muito bem”. Então, a gente juntou tudo isso e falou: “Bom, vamos dividir essa sala e fazer, parte dela, uma livraria com hora marcada, com essa produção independente e também livros um pouco mais raros. E transformar esse espaço aqui, também, em um espaço de cursos”. Foi o que a gente fez e o que a gente vem fazendo de setembro de 2018 até agora.

É um lugar onde a gente tem um curso fixo, que é o Curso Tatuí de Publicação. É um curso de cinco meses, aproximadamente, em que a gente aborda todos os diferentes aspectos da criação de um livro: edição, processos criativos, design, impressão artesanal, produção gráfica, encadernação, distribuição. Além desse curso, que é toda segunda-feira, a gente faz outros cursos menores, faz aulas, também, sobre temas específicos, faz um clube de leitura e, de vez em quando, surgem coisas meio diferentes e do além... Já teve um jantar ali no meio da Sala Tatuí, já teve um festival de cinema, que fez uma exibição lá... Temos diferentes atividades que têm sido feitas na Sala Tatuí. E também é nosso escritório. Então, a gente pede para marcar justamente por isso. Assim como, na casa de alguém, não é toda hora que você pode chegar, no escritório também tem vezes que está chegando um monte de caixa da gráfica, que não dá pra receber gente, ou estamos fazendo alguma reunião interna, que não dá... Mas é só marcar. É um sistema muito simples para marcar a visita, em [salatatui.com.br](http://salatatui.com.br)

## **INOVAÇÃO NO MERCADO EDITORIAL**

Muitas vezes, me perguntam: “Ah, o que eu faço? Como eu edito isso aqui?”. A minha postura é: “Faça o que faz sentido pra você”. Claro que tem certas coisas que você precisa se atentar: definir uma tiragem,

escolher os tipos de impressão, tem alguns elementos para você realmente considerar, questões de custo que você precisa aprender e entender. Mas muitas das coisas que a gente faz na Lote 42 e na Banca Tatuí, na Sala Tatuí, são coisas que fazem sentido pra gente. A gente começou a publicar certos livros porque a gente, enquanto leitores, queria esse tipo de livro. A dica que eu daria seria não tentar copiar o que outros fizeram ou não seguir os mesmos caminhos que outros fizeram. Sim, observar o que outras pessoas fazem, porque tem coisas que fazem sentido na nossa própria caminhada, mas tentar encontrar o que faz sentido pra gente. Se a gente vai abrir uma editora, que tipo de livros a gente gostaria de ler?

**CONHEÇA OS EMPREENDIMENTOS DE CECILIA ARBOLAVE E ADQUIRA SEU LIVRO: [WWW.LOTE42.COM.BR](http://WWW.LOTE42.COM.BR), [WWW.BANCATATUI.COM.BR](http://WWW.BANCATATUI.COM.BR) E [WWW.SALATATUI.COM.BR](http://WWW.SALATATUI.COM.BR)**



C  
U  
L  
T

## JOSÉ POLIA

### MAESTRO E FUNDADOR DA FILAFRO - FILARMÔNICA AFRO-BRASILEIRA

Músico profissional desde os 10 anos de idade, José Polia vem de uma família de artistas. Pesquisador da etnomusicologia, José fundou a Filafro com o objetivo de valorizar compositores brasileiros e tornar a música acessível a todos. Hoje, a Filafro possui duas vertentes: o Instituto, com projetos sociais; e a produtora, que participa de eventos corporativos e com fins lucrativos.

## O INÍCIO

Comecei a minha carreira com 9 anos de idade. Minha família toda é de musicistas; meu pai era maestro, minha mãe, cantora. E meus irmãos tocam, todo mundo lê, em casa, partitura. Tem maestros, também, tem cantora em Houston, tem cantora que já cantou no Vale do Silício, tenho minhas sobrinhas, segunda e terceira geração. Então é uma família de musicistas.

A primeira aula foi com meu irmão, Jeremias, e depois eu fui pra Escola Municipal de Música. A professora Cleusa, dentro da Escola Municipal de Música, fez uma pergunta para todo mundo, dentro da sala de aula: “O que cada um queria ser na vida?”. E eu, com dez anos de idade, falei assim: “Eu quero ser músico”.

## MÚSICA COMO MISSÃO

Quando a pessoa tem contato profissionalmente com a área artística, dificilmente ela se afasta. Não fica tão distante da área artística. E, caso aconteça de ela se afastar, com certeza, isso afeta também a questão do humor dessa pessoa, a questão da felicidade, essas questões de realização pessoal.

## PRIMEIRO TRABALHO

O meu primeiro trabalho como músico foi com a professora Sofia Helena. A gente fez várias apresentações, uma delas foi com o Ney Matogrosso, isso em 1981, acho. Depois eu fiz concertos, de Loeillet, com flauta doce... A primeira apresentação que marca, mesmo, a carreira, é o concerto de Loeillet para flauta doce e piano, no Teatro João Caetano. Com dez anos e meio de idade.

## PROFISSÃO DE MAESTRO

A profissão de maestro foi consequência do que eu havia feito antes. Depois de aprender flauta doce, eu estudei violino, estudei piano; vinte e cinco anos como spalla em orquestra, tocando com todo mundo, gravando para todo mundo. E também me preparei com o estudo da parte teórica: harmonia, contraponto, história da música, análise melódica, análise harmônica, análise contrapontística, orquestração, instrumentação, organologia, tudo isso dentro da área da música.

### O QUE É SPALLA?

O instrumento violino tem a spalla. Essa palavra quer dizer apoio. A “espaleira do violino”, que você põe para apoiar o violino. E o profissional “spalla” é o apoio de quem? Da organização dentro da orquestra.

A orquestra, como qualquer grupo social, é dividida em subgrupos. Então, “primeiro violino” é um naipe, “segundo violino”, outro naipe, e, assim, consecutivamente. E você tem os líderes desses naipes, são chefes de naipe. O spalla é o chefe de todos esses subchefes, vamos dizer assim, e auxilia diretamente o maestro. Ele que afina a orquestra, coloca a orquestra em pé. O spalla é mais alto que o inspetor de orquestra, por exemplo, que é um cargo executivo.

O inspetor de orquestra olha se a pessoa está com a roupa certa, com a meia certa, ou veio com a meia preta e preta, preta e cinza: “Não, você não vai tocar hoje”. Mas ele não pode chegar no spalla e falar com o spalla. O spalla pode breca a orquestra. Ele tem que falar com o maestro ou com o diretor artístico para falar com o spalla. É melhor.

### MAESTRO É O DONO DA ORQUESTRA?

Nem todo maestro é dono de orquestra. Maestro é uma função. Eu,

quando sou violinista, eu não sou dono daquela cadeira, eu tenho a função de ser o violinista. E o maestro, também. O diretor artístico já tem uma outra função: ele tem a função de escolher quem são os solistas da orquestra. A temporada é de concerto, então quais são as obras que serão executadas? Enquanto que o maestro faz os ensaios, rege a orquestra. O regente assistente faz ensaios e auxilia o maestro titular. E ele não pode, por exemplo, mexer muito na questão da idiomática, da interpretação, do fraseado: “Ah, você! Muda de lugar, senta aqui...”. Não, o assistente não faz isso.

## **A FILAFRO**

Todas as filarmônicas são empresas privadas. Eu que criei a empresa, a marca, há mais de 20 anos, está indo para vinte e um anos. Tem a produtora e o instituto. O Instituto Filafro trabalha mais com projetos socioculturais. Então, tem “Musicalização Já”, “Verde Arte”, tem “Diversidade”. A produtora, não. Ela trabalha vendendo espetáculos, vendendo concertos no corporativo, mais com fins lucrativos, mesmo.

O objetivo principal da Filafro é semear cultura. É o nosso slogan. A gente tem vários projetos, tem projeto voltado para música pop, para o jazz, para música de concerto e para uma música até experimental. Nossos projetos envolvem tanto hip-hop, como envolvem rock, como envolvem jazz, como envolvem Bach, Mussorgsky, Rimsky-Korsakov, Stravinsky, Händel... A vontade é de fazer música, mas música pra que todo mundo possa entender.

## **ANTROPOFAGISMO SINFÔNICO**

A Filafro, quando ela nasce, ela nasce em um ambiente de mercado cultural onde não se dava tanto valor para as questões dos ritmos brasileiros, como também material plástico ou material para ser utilizado em salas de concerto. Você tinha compositores que já tinham

abordado essa temática no início do século, mas não era muito familiar a questão da idiomática nas salas de concerto. Então, por exemplo, você tem, agora, atualmente, Guerra-Peixe. Atualmente, é muito executado “Mourão”, mas, no início do século, mesmo as composições que eram feitas para orquestra, quando iam fazer a orquestração, a idiomática saía com som de orquestra europeia.

Por exemplo, você pega o maxixe. Ele parece mais um ritmo português, um fado, alguma coisa assim. E agora, você vê a diferença entre o que era feito, por exemplo, no Lundu e no batuque. Você tinha esse ritmo que se falava ser já afro-brasileiro, mas, nos terreiros, se fazia diferente. As características eram totalmente diferentes. Isso vem de toda uma questão de expressão corporal, que, enquanto no terreiro você tem uma marcação no chão, no fado é no ar. Então, são culturas totalmente diferentes. E é com essa preocupação que surge a Orquestra pra você fazer orquestrações. Antropofagismo sinfônico, que nós chamamos, na primeira fase.

Então, foi antropofagismo: você pegar uma cultura que está superdesenvolvida e fazer uma releitura daquilo ali, colocando sua cultura, colocando as suas características. Por isso que surge a Orquestra, valorizando compositores brasileiros e ritmos brasileiros: maracatu, frevo, samba, samba de coco, samba duro.

## **O INSTITUTO FILAFRO**

O Instituto Filafro tem projetos grandes. Um deles é a construção da sede, um custo alto, é acima de vinte milhões. O projeto é do Angelo Bucci, da cadeira de arquitetura da USP; José Nepomuceno, que fez a acústica da Sala São Paulo.

Era para ser na região de Itaquera. Com o tempo, a gente achou melhor fazer projetos na região de Itaquera, porque você tem outros teatros

lá. Mudaram algumas coisas, então a gente puxou um pouco mais a produtora, investiu mais na marca, nos produtos, e em breve volta o Instituto, com força muito maior, porque a gente já tem mais parceiros, tem tudo.

## **ETNOMUSICOLOGIA**

Eu tenho uma pesquisa em etnomusicologia e fui aceito para o doutorado na Sorbonne, na Paris 1. Etnomusicologia é, por exemplo: como eu falaria da sua família se eu nunca vivi, nunca jantei, nunca convivi com a sua família? Então, eu falo assim, baseado em você, eu falo da sua família toda: “Bom, a sua família é uma família não tão grande, paulistana, a maioria é mulher...” Aí você fala assim: “Meu, minha família não é bem isso. Tem outras coisas”. Foi assim que eram feitas as orquestrações e as composições, e se davam o nome de canções “cabocla”, “afro”... Ninguém participava, porque a sociedade desse período, do início do século, tinha um problema de não poder visitar, ir nos terreiros. Então as pessoas faziam suas composições e isso passava a ser verdade, como sendo uma cultura brasileira, mas não era.

Eu acredito que, com o tempo, isso foi diminuindo. Esse preconceito foi diminuindo, e as pessoas começaram a frequentar. Mas as composições que eram ditas como características afro e da diáspora negra não tinham muito as características dos ritmos, perderam sua essência. Eles tinham características mais europeias. Se eu fosse defender esse doutorado aqui no Brasil, algumas correntes não aceitariam. Então, eu preferi fazer lá fora.

## **O MAESTRO-EMPREENDEDOR**

O maestro tem essa questão da relação da gestão com as pessoas. Então, gestão com pessoas é a parte do maestro que vem desde a

carreira de spalla, que você já vem liderando. Imagina, com onze, doze anos, eu era spalla, já.

De spalla, você aprende muita coisa e, depois, como maestro, você já cuida de todos. E aí, você tem uma visão, uma relação, não só interna da orquestra, mas você também tem uma relação externa. Então, é estratégico. Já não é só a questão operacional e tática.

## **COMO SER UM MAESTRO?**

Primeiro, tem que se preparar. Isso é importantíssimo. Estudar. Estudar a parte teórica, se preparar em um curso formal, isso é importante. Porque ser líder de um grupo é uma coisa. Eu digo uma orquestra, é uma orquestra! Você vai reger uma orquestra, a maioria dos músicos fala dois, três idiomas, todos estudaram fora. Eles têm conhecimento sobre a questão da história da música, análise musical... Você vai liderar um grupo que tem uma excelente formação, todos universitários. Precisa ter uma formação universitária para lidar, porque é uma linguagem técnica e você tem que ter um aprofundamento nesse conhecimento.

Uma outra coisa importante é conhecer o ambiente de uma orquestra. Você tem que frequentar ensaios, ver ensaios, como funciona, conhecer o lado executivo da orquestra, também. O maestro lida tanto com a questão artística, que seria o lado “operacional”, mas o lado executivo, também: contabilidade, financeiro, marketing, vendas, assessoria de imprensa, comunicação, relações públicas, conteúdo digital, mídia digital. Tudo está no pacote, você tem que saber tudo isso. O plano de carreira envolve todas essas áreas.

Desejo que, com música e arte, a gente traga um ambiente mais saudável nesses dias tão pesados.

**SIGA A FILAFRO: [WWW.FACEBOOK.COM/FILAFRO](http://WWW.FACEBOOK.COM/FILAFRO) E  
[WWW.FACEBOOK.COM/INSTITUTOFILAFRO](http://WWW.FACEBOOK.COM/INSTITUTOFILAFRO)**



C  
U  
L  
T

# FERNANDA CUSTÓDIO

## SÓCIA DA TRANSLUDICA

Incentivadora do empreendedorismo trans, Fernanda Custódio e seu sócio Guttevil foram os primeiros empreendedores não-cis a subir em um palco do programa Shark Tank no mundo. A Transludica é a primeira loja colaborativa de pessoas trans no Brasil, com operações online e offline

## **LOJA COLABORATIVA**

Na economia colaborativa, a gente compartilha os custos para a manutenção do nosso espaço e revende os produtos desses pequenos empreendedores trans que não são formalizados, ainda. A proposta é fazer com que essas pessoas trans se formalizem, conheçam um pouco mais do mercado e, através desse dinheiro que elas vão capitalizando dentro da nossa loja, possam abrir seu próprio espaço físico, também.

## **O QUE É A TRANSLUDICA?**

A Transludica surge de uma necessidade. Se a gente fala que a população trans e travesti, 90% está na rua, ainda, se prostituindo, então a gente não vê uma ideia, a gente vê uma necessidade, realmente, de mercado. A gente recebe pequenos empreendedores trans, em uma plataforma física e virtual, para revender esses produtos.

## **TRANS HOJE NO BRASIL**

O Brasil é o país que mais mata transexuais no mundo, infelizmente, devido a esse estado de violência. Se a gente fala que não tem qualidade de vida, se não tem emprego, se não tem moradia, então onde estão essas pessoas? Estão às margens. Então, é muito provável que ela fique mais exposta e vulnerável.

A gente tem um alto índice de mortes, principalmente de travestis. A população trans é plural, temos homens trans, mulheres trans e não-binários, pessoas agênero. Mas as travestis, historicamente, estão ali, 90% ainda na prostituição, na rua, vulnerável para toda essa violência que tem.

## **EMPREGABILIDADE**

Quando eu entrei na faculdade, eu era bem jovem, tinha 17 anos. Eu

tinha terminado o Ensino Médio, ganhei uma bolsa do Prouni. Me graduei com 22 anos, totalmente fora das estatísticas de travestis, que não têm nem o Ensino Médio. Ter essa vitória foi com muita luta. Inclusive, naquela fase, foi muito difícil conseguir pagar a faculdade.

Eu não tinha feito meu processo de transição, ainda. Para eu poder começar a me entender como mulher trans, não foi tão fácil assim, tanto no espaço profissional, quanto no espaço acadêmico. Então, eu terminei a faculdade, mas eu não consegui um emprego formal. Eu fazia massagem, depilação, tudo paralelo. É muito difícil você conseguir um emprego formal, hoje, apesar de já estar mais aberto.

## **TRANS X TRAVESTI**

Na prática, na realidade, não existe nenhuma diferença. Trans e travesti são a mesma coisa. São palavras diferentes que foram usadas em contextos diferentes.

A palavra “travesti” é latino-americana. Ela fala sobre essas pessoas que se entendem em um gênero oposto daquele no qual ela nasceu. Sempre foi muito marginalizada por causa de prostituição. E também tem pessoas que têm um cunho artístico.

Agora, a palavra trans, para homem ou mulher trans, vem de transgênero. Quando começou-se a estudar a transexualidade no CID, como uma doença mental, entendeu-se que era uma patologia, o CID-10, que é o “Transtorno de Identidade de Gênero”. Aí surgiu a palavra “trans”, que não é uma palavra nacional. Ambas as palavras não nos contemplam, mas são palavras que nós usamos para poder reivindicar uma militância.

A atual deputada Erika Hilton, junto com a Indianara Siqueira, criaram uma palavra chamada “Transvestigênera”, que é a primeira palavra criada pelas próprias travestis. Hoje, nós não somos mais objeto de estudo de pessoas que não somos nós mesmas. Hoje, a gente fala

muito de representatividade e lugar de fala, de poder falar por mim. Não mais aquele homem, branco, doutor, europeu, para estudar a gente como rato de laboratório. Hoje a gente fala por si mesma.

## O QUE É CIS?

Cis e trans são coisas da biologia, mas não aplicadas para humanos. A gente usou a palavra cis para denominar a pessoa que não é trans. Porque, até então, as pessoas, quando iam denominar as pessoas trans, falavam “aquela pessoa é trans, eu sou normal”. Então para não falar que nós não somos anormais, utilizamos o cis e o trans.

Isso é do latim, a palavra trans significa “do outro lado do rio”, e o cis é “do mesmo lado do rio”, para denominar, quando é uma pessoa que se identifica com o próprio gênero; e a pessoa trans é aquela que se identifica com o gênero oposto ou gênero nenhum, como as pessoas de gêneros neutros e não-gêneros, como agêneros e não-binários.

## EMPREENDEDORISMO TRANS

Nós temos dois anos de Transludica. Só que eu, para me entender como uma pessoa empreendedora, é muito pouco tempo, porque a gente tem que se sentir pertencente àquele espaço.

Eu, enquanto travesti, com 30 anos, nunca me senti pertencente a esse espaço empreendedor. Porque me ver como uma pessoa que está ali, trabalhando, no mercado de trabalho, convivendo com pessoas cisgêneras, é algo muito novo para mim e para a sociedade trans num todo.

A gente primeiro tem que se entender pertencente àquele espaço. Então, quando as pessoas vêm debater o empreendedorismo trans, que é o empreendedorismo social, a gente tem que entender que essas pessoas precisam se enquadrar, primeiro, humanamente, dentro desse espaço. A Transludica acolhe esses pequenos empreendedores trans,

desde você produzir uma unha, unhas postiças, como a gente já teve colaboradores, pessoas que fazem artesanato... Ela tem que entender que ela já é empreendedora. E, a partir daí, a gente discute as questões formais, toda essa questão do empreendedorismo. Só que o principal trabalho que a Transludica faz, é fazer essas pessoas trans, que já produzem algum trabalho, se entendam no meio empreendedor.

## REPRESENTATIVIDADE NO MERCADO

Quando a gente entende que aquele produto é o mesmo produto para homem e para mulher, mas como tem uma questão do marketing, uma questão mercadológica, coloca ali uma palavra: “Gel masculino”... O que determina que aquele gel é masculino? “Absorvente feminino”: o que determina que aquele absorvente é feminino? Então, a gente está apenas modificando um produto que já existe, ele é funcional, mas fazendo uma cara nova e com representatividade. A “Always”, por exemplo, que é uma marca de absorvente, pode usar isso para fazer, também, mas não é uma marca de pessoas trans, e, quando a gente fala de representatividade, a gente fala de pessoas trans vendendo produto para pessoas trans, para poder incentivar esse mercado.

A gente, com a nossa marca, tem um catálogo de 30 produtos voltados para as necessidades da população trans, como calcinhas, binders e outros acessórios. Agora, estamos estudando uma linha de produtos, linha de cosméticos eróticos e convencionais só para pessoas trans.

## PINK MONEY

O Pink Money é uma relação mais com a homossexualidade, mas também tem essa relação com pessoas trans. Tudo que as pessoas dizem que é para incentivar o meio LGBT, e na verdade não tem uma ação ativa, é pink money. Então, tem marcas aí, inclusive de transporte, que falam que são LGBT friendly, mas aí, quando você pega um motorista, fica tratando a gente de homem, chamando a

gente de homem toda hora, não sabe nem como falar com a gente, a gente fala, parece que está falando com bicho... Como vai lá e coloca “ai, a nossa empresa apoia...”, “homofobia e transfobia não”. Meu amor, ações efetivas é você entender qual é o problema. Tem que ter mais humanismo. Empreendedorismo social traz humanismo para esse meio empreendedor. Fazer com que as pessoas entendam que não é só o lucro, e realmente que esse produto transforme ou que essa prestação de serviço transforme a vida das pessoas.

## **EMPREENDEDORISMO SOCIAL**

Social, principalmente na vida de quem faz, porque se eu falo enquanto travesti, oriunda de trabalhos não-formais, que só com 26 anos fui ter minha primeira carteira de trabalho, não por falta de estudo, a gente entende que já é um trabalho social eu estar ocupando esse espaço. Eu não precisaria nem estar aqui falando isso, mas eu acho importante chegar e falar, porque meu corpo já é político, não porque eu escolhi, mas porque eu fui colocada nesta situação. Então, só o ato de eu levantar da minha cama e sair, eu já estou fazendo política, já estou falando, já estou fazendo um trabalho social, que é um trabalho de resistência, de continuar existindo, mesmo com opressão de governo, mesmo com opressão das pessoas.

Quando a gente faz o empreendedorismo, é uma forma de hackear o sistema para poder ter o dinheiro e fomentar. Porque, se eu tivesse dinheiro, eu não faria nada disso, eu simplesmente faria ações. Mas, como eu entendi que, para isso, eu preciso de um dinheiro, surgiu a ideia. Então eu falei: “Por que não reunir essas travestis, que estão na rua de prostituição, através da economia colaborativa?”. Aí comecei a fazer alguns cursos, pesquisas no Sebrae, e foi quando a gente montou a Transludica.

As pessoas estão entendendo um pouco mais o trabalho da Transludica, qual é a nossa intenção, porque, por exemplo, para quem assistiu

ao nosso pitch no Shark Tank, fala: “Pô, são novos empreendedores, pá...”, mas a ideia é essa, é o social de fazer as pessoas se sentirem pertencentes. É só esse gatilho. Porque, por exemplo, o meu sócio foi quem me apoiou desde o começo, me fez acreditar no meu potencial. Quando eu o conheci, ele me incentivou a entrar no teatro, me incentivou a arrumar um emprego, me levou para tirar uma carteira de trabalho, e isso fomentou e me fez descobrir o meu talento, de estar onde eu estou. Então, às vezes, o que a gente precisa é só de um empurrãozinho, um pouco de empatia, que a gente fala, de sororidade, de poder pegar essas pessoas e falar: “Mana, vamos lá, gata”.

A gente foi construída em um nível social de repulsa pela população trans e travesti. Eu quero saber: quantas pessoas trans vocês tem no círculo de amizade de vocês? Quantas pessoas trans sentam à mesa com vocês? Geralmente, a gente vê pessoas trans em espaços e horários específicos: à noite, na rua de prostituição ou na boate. Então, a gente vai entendendo que o processo é de a gente normalizar essas ações, que é uma reparação histórica... É um processo que, historicamente, a gente foi condicionado a isso.

## SHARK TANK

A gente se inscreveu, como todo mundo, começou o processo de inscrição em janeiro. A gente é sócio da Camila Farani, ela comprou 10% da nossa empresa.

Eu não me entendia como empreendedora e não tinha noção de nada, então foi tudo orgânico: “Meu, vamos lá, vamos desafiar, vamos procurar contador...”. E aí, tem documentação, foi um processo. A gente foi aprovado na primeira fase, fizemos um pitch no Sebrae, que é um pré-pitch. Se essa bancada do Sebrae achar que você está apto para o programa, você vai para a segunda parte, que é a documentação para o programa. Nessa segunda parte, se você tiver uma documentação ok, o CNPJ estiver ok, tudo certinho... Falei: “Gente, dinheiro a gente

não tem, mas está tudo certo aí, não tem nada de errado”. Passou dessa fase e veio o pitch oficial. E aí, mesmo depois desse pitch do programa, pode ser que você receba o aporte ou não, mesmo que ele foi dito ali. Então, se chegar lá e o tubarão falar pra você: “Olha, eu vou comprar sua empresa por cem mil” e, depois de um outro processo, do quarto processo já, eles não quiserem, acontecer alguma coisa, você não ganha. Mas, eu falei assim: “Eu não tenho nada a perder, eu só tenho a ganhar. Então, vamos trabalhar com o que tem, né?”. Eu falei: “Cem mil reais está bom pra gente, dá pra gente começar o projeto”. Inclusive, a Cris Arcangeli perguntou:

*“Gente, qual é o faturamento de vocês?”*

*“Ah, em torno de 6, 7 mil reais...”*

*“Como que vocês vivem com isso?”*

*“Não vive, a gente sobrevive, né?”*

Mas, também, nem é sobre o dinheiro, é sobre poder fomentar isso. Articular sobre isso. E, aí, ganhamos também uma doação do Caito. Maravilhoso, o Caito. Já entregou a doação, ele vai visitar a loja, o Caito é tudo. A Camila já é um contato, mesmo, de sociedade. Então, ela colocou toda a equipe dela à disposição da gente, uma equipe maravilhosa, que todo o tempo está ali conversando com a gente, e estamos no processo final!

## **MOTIVAÇÃO**

A questão da mídia eu acho bem legal, mas isso não me deslumbra. O que me deslumbra é ver, realmente, uma mana trans, que estava em situação de rua, empregada. É isso. É isso que faz a Transludica crescer cada vez mais. De a gente entender que programa, Shark Tank, Nicole Puzzi, o canal de vocês... É muito importante trazer essa visibilidade,

mas a alma da Transludica é você ver, realmente, ações efetivas. Porque senão, mesmo sendo pessoas trans, seria um pink money. Porque seria apenas você estar levando ali, “olha que legal, que bonito...”. Mas quando você vê, realmente, uma mana trans, que, através do seu trabalho, você a atingiu, e ela sair de uma situação de rua, que ela não tinha nem onde dormir, não tinha o que comer, e agora tem um trabalho... Isso que é muito importante pra gente. É uma pessoa que foi atingida, indiretamente, pela Transludica, porque ela nem é um colaborador.

A Transludica separa, uma vez por ano, uma parte do seu lucro líquido para investir em ações sociais. Então, a gente faz um jantar com alguns colaboradores, com alguns parceiros, e a gente busca - a gente não convida, porque, se a gente fala com pessoas que não têm onde morar, não vai ter um celular, um contato -, então, no dia, a gente tem que ir lá buscar essas pessoas. E a gente as reúne, convida para um jantar, todo mundo senta à mesa, debate, porque fome não dá só um dia, então, a gente debate ações efetivas para poder transformar a situação dessas manas. Através desses colaboradores que compartilham, vão lá, conhecem, se humanizam - porque acho que não é entregar um currículo de papel -, é você estar ali, jantando com a gente à mesa. Se você realmente não tem frescura com pessoas trans, então você vai sentar à mesa com uma trans e vai jantar com ela, perguntar o que ela está achando. E, através dessa segunda ação que a gente fez, a gente conseguiu duas contratações, já!

## **INOVAÇÃO**

A nova Transludica vai ser mais do que um espaço de comércio varejista. A gente também vai ser prestação de serviço e vamos ter um espaço artístico-cultural. Mas nada muito quadrado, tipo: “Ai, uma sala disso”, não. A gente pensou em fazer, em um espaço só, tudo isso, um espaço que seja uma sala de permanência, mas que também tenha alguns nichos para que, ali, a gente possa fazer reuniões e fomentar novos trabalhos.

O espaço que a gente estava era muito pequeno, então a gente ficou

muito preso ao varejo, era só venda, o cliente chegava, via o produto e ia embora. Não, a gente quer reunir essas pessoas ali, quer debater ações efetivas para transformar o empreendedorismo e possibilitar que esse empreendedor, que trabalha junto com a gente, tenha um coworking para poder fazer suas reuniões.

## **FALE COM A TRANSLUDICA**

A gente tem um e-mail, que é o [lojatransludica@gmail.com](mailto:lojatransludica@gmail.com). A gente tem o nosso e-commerce, também: [www.transludica.com](http://www.transludica.com). A gente quer expandir o e-commerce para um market place.

Quem quiser entrar em contato, a gente tem as nossas redes sociais, que é a Transludica no Instagram, @transludica, a página do Facebook, que é Transludica, e o perfil do Facebook, também, porque algumas relações a gente não consegue fazer pela página.

Então, pode seguir o perfil, que é o meu sócio Guttevil que responde, e ali a gente está recebendo qualquer pessoa trans. “Ah... Tem algum tipo de critério pra você entrar?”. Não. O critério é ser trans. Não importa qual trabalho você faça.

**ADQUIRA SEU PRODUTO NA TRANSLUDICA: [WWW.TRANSLUDICA.COM](http://WWW.TRANSLUDICA.COM)**



C  
U  
L  
T

# MAURO CALIXTO

## FABRICANTE DE CORDAS DE INSTRUMENTOS MUSICAIS

Arquiteto por formação e inventor por vocação, Mauro Calixto criou uma máquina para produzir cordas de violino, violoncelo, contrabaixo e viola. Na M.Calixto, as entregas são feitas pelos Correios desde antes de virar moda (e, claro, desde muito antes da quarentena). Música, empreendedorismo e educação são os temas abordados nesta inspiradora entrevista.

## ESCOLHA DA FACULDADE

Eu fui fazer arquitetura porque comecei a estudar música. Eu tinha entrado em uma faculdade de engenharia, mas não gostei, nem tanto da engenharia, mas eu não gostei da faculdade. Eu procurei uma faculdade que tivesse uma parte de exatas e humanas. Isso por quê? Porque eu estava fazendo música em paralelo com a engenharia. E aí, se chocou demais, eu gostava demais da música e não gostava o suficiente da engenharia. Foi aí que eu fui para a arquitetura. A arquitetura, além de ter uma parte de humanas muito grande, ela também possibilita você fazer essas coisas paralelas, de área técnica, que eu gosto.

## LUTHIERIA

Existia um lugar, na faculdade, chamado “Maquete”, que era para você fazer as maquetes. E lá tinha um pessoal muito especializado na parte de madeira. Quando eu vi aquelas máquinas todas, eu já estava interessado em fazer um instrumento musical - porque eu tocava flauta, também, desde os 12 anos -, aí eu levava as peças lá, conversava com o pessoal, e eles ajudavam a desenvolver esse trabalho.

Na época, não tinha nada. Não tinha livro, não tinha informação, então era uma coisa meio experimental. Depois, eu conversei com um senhor chamado João Rossi, que fazia os instrumentos, e ele me ensinou muita coisa. Eu, na verdade, estava estudando música e, ao mesmo tempo, comecei a aprender a fazer os instrumentos. Essa parte manual, misturada com alguma coisa de música, eu me dou muito bem, até hoje.

## CORDAS DE VIOLINO

Você começa a fazer os instrumentos, e aí você tem todos os acessórios. Então, na verdade, nessa área, eu fiz de tudo. Eu experimentei fazer acessórios de todos os tipos. Como eu tenho um lado técnico, isso aí foi

puxando o desenvolvimento de ficar acompanhando o que acontecia no mundo de máquinas, porque o instrumento sempre foi muito artesanal. E eu procurava alguma coisa que fosse flexível para fazer os instrumentos, sem perder essa característica do controle que você tem sobre o instrumento. Eu também fiz queixeira, cravelha, estandarte, só que a corda era um gargalo. A gente fazia o instrumento e, na época, você cobrava 1000 dólares; e a corda que a gente usava, austríaca, custava 100 dólares. E aí, você ia pôr no instrumento, arrebatava uma, você ia lá na Casa Manon reclamar... Não rolava nada. Você ficava com prejuízo. E eu falei: “Não pode ser tão difícil de fazer isso aí”. Aí eu resolvi começar a correr atrás.

## **criação**

As pessoas sempre ficam pensando: “Ah, eu preciso de uma máquina, eu preciso disso, eu preciso daquilo”. A máquina você precisa para fazer a corda, mesmo, mas você pega o Faraday, vendo os negócios da luz, era tudo teste, eles não tinham nada. Estou dizendo isso porque, para fazer a primeira corda, o que eu fiz? Eu falei: “Será que esse negócio rola, mesmo?”. Eu chamei um amigo, a gente esticou um aço alemão e ficou enrolando uma corda na mão, deu seis mil voltas nesse negócio, tudo na mão. Justamente, falava assim: “Dá pra fazer uma máquina, mas vai dar muito trabalho fazer a máquina. Então, deixa eu ver se isso aí realmente tem alguma coisa que dá pra acontecer”. E aí, depois que eu fiz esse primeiro teste, pus no instrumento, falei: “Puxa, que interessante... O som ficou alguma coisa muito razoável para uma coisa tão artesanal e tão experimental”. Aí, sim, que eu fiz uma máquina.

## **A MÁQUINA DE CORDAS**

Isso aí é pura criatividade. Antes, você não tinha tanta abertura, hoje você tem uma abertura total, hoje você não tem falta de equipamentos. O que você pensar, você consegue construir. Só que você tem que pensar alguma coisa que vai funcionar.

Naquela época, a gente conversava, procurava, via alguém que fez corda, pegava uns livros e via como era o processo que se usava para fazer corda. Mas eu já comecei com um processo um pouco mais moderno. Parte do básico: eu tinha que enrolar uma corda, então pus dois motores, fiz um esticador nesse processo, e aí você vai tentando. Se machuca aqui, se machuca ali, vai saindo. Se você não começa, não acontece nada, nunca. Aí você vai enxergando as direções que você vai seguir.

## **INOVAÇÃO**

Hoje, você tem tudo. É igual ao Google. Você tem tudo. A informação, você tem. E não é você pegar essa informação e reproduzir. Você não tem isso. Você pega essa informação e vê o que você pode fazer. Administrar todas as informações juntas para produzir alguma coisa.

No começo, eu achava até que existia uma coisa que você pegava um equipamento e falava: “Ah, eu vou trabalhar com esse equipamento dez anos”. Não tem isso. Hoje em dia, você vai olhando o que existe, e, às vezes, você troca todo um sistema porque você tem uma coisa mais nova, mais barata, que funciona melhor, que te melhora a qualidade do produto. E aquilo tudo que você ficou cinco anos desenvolvendo, você abandona e fala assim: “Fui feliz com você. Agora, vamos para outra coisa”. Se você não fizer isso, você não sobrevive no mundo de hoje.

## **EDUCAÇÃO MUSICAL**

Eu adoraria que tivesse e, tanto assim, que, no começo, eu tentava ensinar essa coisa da música, porque eu sempre acho uma coisa muito difícil você fazer um produto, você, a pessoa que está fazendo, e ela não ter ligação com isso. Esse é o problema do Brasil. Você fala assim: “Por que esse pessoal não teve aula de música nas escolas? Quer dizer, como eu tive...”. Se tirou justo uma parte que eu acho, assim, hoje, essencial.

Quando eles falam essa história de indústria 4.0, no fundo, é automação misturada com essa inteligência artificial. O que mais precisa é esse conhecimento, essa abertura, essa flexibilidade, e quem dá isso são as artes, não tenho a menor dúvida.

## **AUTOMAÇÃO**

A gente não diminuiu as pessoas, o que a gente faz é aumentar a produção. Esse pensamento que, para mim, é meio torto, que é pensamento de industrial brasileiro, ele pensa assim: “Ah, eu comprei uma máquina de um milhão de dólares, agora eu vou conseguir produzir 20 vezes mais, aí o meu produto vai melhorar muito”. E aí, ele aumenta o preço do produto porque ele acha que o produto dele ficou melhor. Tinha que manter o preço do produto dele e vender muito mais. Ele fez um produto melhor, agora ele está mais competitivo. Mas esse pensamento não rola no Brasil. Então, lá, a gente não demitiu ninguém, a gente só foi aumentando a produção e mantendo o preço, por isso que a gente consegue vender hoje, competir hoje.

## **DESENVOLVIMENTO**

É você colocar a pessoa aprendendo a usar as coisas novas. Se elas tivessem tido uma base na escola, isso seria muito mais fácil. É esse que eu chamo do problema, porque você compra um robô, aí o robô usa um software, aí o software - em geral, as coisas de ponta, não têm a tradução imediata no Brasil -, então o manual é em inglês, o brasileiro é esperto, ele sabe fazer, mas, se ele for fazer um certo tipo de curso, ele vai ter muita dificuldade. Não porque ele não tem capacidade para compreender aquelas coisas, mas o universo todo, lá, conspira contra ele, porque ele nunca viu, não teve uma parte decente de matemática. Ele vai ter dificuldade de entender o que é o plano cartesiano, esse tipo de coisa, que você precisa usar. Você precisa entender isso aí. Não precisa saber a fundo essas coisas, mas, na hora que você sabe, facilita demais.

## MARKETING

O mercado de música é muito pequeno, então isso não é uma coisa que você faz uma propaganda na televisão e alguém vai comprar a corda. Isso é uma coisa que sempre quem indica é o professor, porque o professor sabe o que vai funcionar para o aluno. Isso aí sempre foi um processo boca a boca.

Como eu fazia os instrumentos, reparava os instrumentos, o pessoal experimentava as cordas. Às vezes, até, quando eu comecei a fazer, o professor falava assim: “Ah, não é uma corda... Eu não usaria, porque ela ainda tem um monte de problema, mas para o meu aluno é ótimo”. Aí, ele falava assim: “Ó, vai lá no Mauro e compra as cordas dele”. E aí, ficou essa história. Foi ficando “Cordas do Mauro”, passou boca a boca.

Vagarosamente, a gente começou a vender para loja. É engraçado que, quando eu comecei a fazer essas cordas, eu perguntei uma vez para uma moça de uma loja se compensava fazer essas cordas, pôr na loja para vender. Ela falou assim: “Corda de instrumento clássico? Aqui no Brasil? Você vai ter que fazer melhor que os estrangeiros e, mesmo assim, ninguém vai querer comprar”. Porque existe essa coisa do “produto nacional”, isso sempre existiu e vai continuar existindo.

Na época que eu comecei a vender essas cordas, eu sempre ouvia aquela história que, nos Estados Unidos, se vendia muito pelo Correio. Tinha professores americanos iam para os Estados Unidos ver a família, traziam um monte de jogos de cordas e vendiam. E eles contavam que não compravam cada corda, ou todas as cordas, em um lugar. Compravam uma corda “Lá” de violoncelo de uma loja, onde estava mais barato, tudo via Correio. Então, eu comecei a vender via Correio muito antes que essas lojas, uns dez anos antes. Eu fazia uma caixinha, vendia. Experimentei, funcionava. Então, isso também fez com que uma passasse a informação para outra da compra via Correio. Então, o nome foi indo de boca a boca também por causa disso.

## EMPREENDEDORISMO

Eu não reclamo tanto quanto as pessoas reclamam. O que eu reclamo, assim, é da loucura, da burocracia. Tudo isso tem a ver, para mim, com a formação. Eu vejo um monte de gente que reclama, reclama, reclama, reclama dos impostos. Realmente, os impostos são mais pesados, mas o maior problema que eu vejo é essa bagunça que existe e essa burocracia, porque essa burocracia é uma coisa insana. Nada tem lógica, as leis não têm lógica, por todos os lados, tem alguma coisa esquisita. Vira e mexe, vem alguém, te faz uma proposta meio estranha. Mas, eu não reclamo, eu acho que, hoje, com os recursos que tem, o Brasil tem uma carência estratosférica de produtos manufaturados, e as pessoas não têm competência para fazer. Se você reclama de alguma coisa, existe um nicho de mercado para ser produzido. Se você reclama que você comprou uma porta e ela é muito cara, alguém vai conseguir fazer isso. São esses os nichos: o que você reclama, ou que é muito caro, ou que você não consegue comprar. Tudo isso poderia ser feito no Brasil.

## SUSTENTABILIDADE

O meu sonho, até hoje, seria fazer uma corda mais orgânica possível. Porque a gente faz corda de nylon e, lá no fundo, apesar de que a gente usa muito pouco nylon, as coisas me incomodam. Eu fico vendo essas pesquisas dessas fibras de madeira ultrarresistentes e fico pensando: “Será que, em algum momento, eu vou conseguir utilizar um negócio desse pra fazer a corda?”. Mas aí, entrou essa história da energia solar, que, por sorte, lá no espaço que a gente tem, tinha um espaço que recebe muito sol, e eu resolvi investir nesse negócio. Não sei até que ponto compensa ao longo do tempo, mas eu acho que, sem dúvida, compensa.

Você sempre tem que ter um pensamento ecológico para fazer esse tipo de coisa. Você corre um risco, porque você não sabe se essa tecnologia é tudo isso que eles falam, você tem que investir em uma coisa que é

pra durar 20 anos, para ela te compensar. Mas, eu sempre tento ter essa postura.

## **AÇÃO!**

Primeiro, eu sempre falo assim: “Você tem que saber o tamanho do passo que você dá”. Eu sempre falo isso para as pessoas. Eu acho muito difícil uma pessoa sair de alguma coisa do zero, e aí ela fala assim: “Ah, eu vou fazer...” uma coisa que ela nunca fez, nunca experimentou e já vai investindo nisso. Se você acha que você pode fazer uma coisa, começa fazendo e sente como é esse negócio. Por isso, eu falei: “Você tem que começar a fazer”. No momento que você começa a fazer, as coisas vão vindo. Aí você vai errando, aí você fala: “Puxa, aqui não deu certo, aqui não deu certo, aqui não... Mas, aqui, olha, um caminho...”, e você vai indo. Não fique ouvindo o que os outros falam, mas também não ache que você é o super-homem ou a supermulher. Não é assim. Você tem que saber o tamanho do passo. E faz uma coisa de cada vez.

**ADQUIRA SUAS CORDAS NA M. CALIXTO: [WWW.MCALIXTO.COM.BR](http://WWW.MCALIXTO.COM.BR)**



C  
U  
L  
T

# NANÁ FELLER

## ESPECIALISTA EM ECONOMIA COLABORATIVA

Especialista em economia colaborativa, Naná Feller não para de criar novos empreendimentos e projetos. Sócia do ENE Consultórios, da plataforma de crowdfunding Partio e idealizadora de iniciativas como WThinkers, Campanha AME em Dobro, Naná ainda arranja tempo para apresentar, brilhantemente, o podcast “Mulheres Positivas”.

## RIHANNA, SHAKIRA E BON JOVI

Eu estava aqui, numa boa, trabalhando em um banco, achando que a minha vida seria a de uma executiva, de trabalhar no banco, com salário todo final do mês, 13º, férias... E aí, decidi que precisava mudar ares e fui fazer um intercâmbio em Madrid.

Em Madrid, eu precisava de grana, comecei a pesquisar alguns freelas que tinha, porque, na época, eu fui pra lá para estudar, pela faculdade. E, aí, eu vi que o Rock in Rio estava contratando, Rock in Rio Madrid, para fazer a produção do camarim de alguns artistas, não sabia quais eram. Me inscrevi, eles me chamaram. Quando eu cheguei, enfileiraram as meninas que iam ser as produtoras de camarim: “Quem fala inglês?”, aí eu levantei a mão; “Quem fala espanhol?”, aí eu levantei... “Ah, então tá, então você vai fazer Rihanna, Shakira e Bon Jovi”. Na hora, eu só vi o lado bom da coisa, só falei: “Isso só pode ser muito bom”. Foi realmente uma experiência incrível, mas muito difícil, porque eu trabalhava em torno de 20 horas em pé. Eu lembro que, no final do expediente, eu precisava colocar meu pé no gelo para aguentar continuar andando, porque é um deserto, é como aqui, aquele espaço gigantesco. E a produção de camarim é isso, precisa arrumar tudo o que o artista quer, você é a babá daquele artista e, se ele não sobe no palco, a culpa é sua, só sua. Eles querem a maior privacidade possível para aquele artista, então só você entra naquele camarim.

Eu lembro que, no caso da Rihanna, eu não podia falar direto com ela, eu precisava falar com a agente dela, e a agente falava pra ela. Então, mesmo eu falando a língua dela, estando próxima, eu precisava falar, e falar. Foi engraçado, porque eram coisas assim: “Ah, precisa buscar o carrinho de golfe para a Rihanna subir no palco”. Ia lá eu buscar um carrinho de golfe no meio do Rock in Rio pra colocar a Rihanna no palco. Aquele glamour todo que as pessoas imaginam, no final, não era tanto assim. E aí, lembro que, depois, foi a Shakira, que, na

verdade, era a principal atração da noite. Foi mais tranquilo, ela era mais: “Ah, pode ser pizza... Qualquer coisa aqui pra gente está bom”. Uma outra situação engraçada foi com o Bon Jovi, que, na hora de ele se apresentar, ele falou: “Hi, meu nome é Jon”, como se eu não soubesse que o nome dele é Jon. Aí, eu: “Ah, meu nome é Natalie”, e aí me apresentei. Foi uma experiência muito bacana, porque você vê aquela máquina funcionando por trás, para tudo aquilo que acontece, para aquelas centenas de milhares de pessoas. Você vê que, por trás, tem uma máquina que não para. Realmente, é supercansativo, mas foi uma delícia fazer parte disso, desse universo.

## **PARTIO**

O Partio foi uma ideia de um dos sócios fundadores, o KK. Na época, eu tinha uma agência digital, e aí ele me chamou para conversar sobre o que eu achava, já que era uma plataforma de financiamento coletivo, online, e todas as campanhas seriam feitas online. Ele queria um pouco do meu expertise para entender como aquilo ia funcionar. Eu lembro que, na primeira reunião, ele falou: “Poxa, então por que você não vem fazer comigo isso? Essa ideia. Vamos colocar juntos para rodar”.

A ideia era uma plataforma de financiamento coletivo com incentivo fiscal, ou seja: os projetos que são aprovados em leis de incentivo poderiam colocar campanhas na plataforma, e as pessoas físicas, através de uma doação, poderiam abater do imposto de renda esse apoio ou essa doação para o projeto. Era genial, na ideia e no conceito. Me parecia “ah, nós vamos ser o novo Uber de crowdfunding”. Fui superfeliz.

A gente montou um time, na época éramos seis. Um time perfeito, tanto na parte de branding, de comunicação, quanto na parte estratégica. Fizemos vários vídeo-pílulas. Por que? Porque a gente entendia que estava lançando algo que já era inusitado. Na época, tinha um outro

site de crowdfunding no Brasil, grande, que era o Catarse, e que tinha chegado recentemente, há um ano, em 2011, que foi quando eles lançaram. E, ao mesmo tempo, a gente estava introduzindo algo que é ainda superburocrático, que as pessoas não querem abordar o tema, que é o imposto de renda. “Como vou reverter?”, poucas pessoas conheciam. Então, eu precisava ensinar sobre a ferramenta e ensinar sobre o método, como fazer, o modelo de como você conseguiria reverter esse imposto para a cultura. Na prática, foi mais difícil do que a gente pensava, porque as pessoas tinham uma barreira em colocar, em uma plataforma, o imposto devido, para, ali, calcular quanto elas poderiam abater. Além disso, a gente percebeu que precisava de um investimento muito grande para explicar a essas pessoas, uma mídia para poder explicar o que significa a reversão do imposto em cultura, que é a Lei de Incentivo à Cultura hoje, que as pessoas conhecem muito pela parte empresarial, as empresas apoiando, e conhecem pouquíssimo pela parte de pessoas físicas.

Em 2014, teve um plot twist, a gente falou assim: “Ah, tá, então não está dando dinheiro, a gente precisa mudar o nosso modelo, vamos resgatar o modelo tradicional de crowdfunding”. A gente coloca a primeira campanha no ar em 2014, uma campanha de puro crowdfunding, que é uma campanha de financiamento coletivo, onde, na época, era uma gravação de um disco, de um trio, Oritá. O trio se apresentou com um vídeo, subiram uma campanha no ar, pedindo um apoio para gravarem o primeiro disco deles. Como recompensa, tinha o próprio disco, tinha ingressos para o lançamento do disco, para o show, camisetas, uma live com os músicos, tinha várias recompensas. Foi um sucesso, bateram a meta, superfácil. E aí, a gente falou: “Gente, acho que dá para a gente fazer isso, mas como a gente vai fazer e ser diferente de outras plataformas que já entraram?”. Depois de 2, 3 anos, já tinha entrado outras. E aí, a nossa diferença era a curadoria do começo ao fim desses projetos.

A gente tinha curadores que faziam uma consultoria para os produtores. A gente ensinava a essas pessoas todo um processo e um modelo de crowdfunding, para que essas campanhas fossem bem-sucedidas. Com isso, a gente chegou a uma taxa de sucesso de 80% de campanhas bem-sucedidas na plataforma Partio. Para você ter uma ideia, gira em torno de 30 a 40% em outras plataformas. Tem algumas que têm uma taxa alta, mas a média do mercado é de 40% de sucesso. Então, a gente entendeu que o modelo dessa forma de consultoria fazia com que as pessoas atingissem a meta, porque você ensinava o método. A gente estava ali, fazendo, a gente sabia como fazer. E aí, o Partio acontece neste formato até o ano passado, 2019.

## **2019: O ANO DAS MUDANÇAS**

Em 2019, por uma questão mais dos sócios do que do negócio, em si, alguns sócios queriam montar outros empreendimentos - a gente já estava há muito tempo com aquele negócio -, e queriam ter menos tempo no dia a dia da plataforma. E aí, a gente decidiu, por uma questão estratégica, que voltaríamos às nossas origens e voltaríamos a fazer campanhas de incentivo fiscal.

Com isso, a gente pega um cliente, que é hoje a maior campanha de financiamento coletivo do Brasil, com incentivo fiscal, e a gente faz a campanha deles, via Partio, com toda a plataforma customizada pelo Partio para eles. É uma campanha que arrecada milhões de reais todo ano, via incentivo fiscal para projetos culturais de curadoria deste cliente.

A partir disso, a gente decidiu que fecharia o site, aberto ao público para envio de campanha, e faria campanhas só personalizadas e customizadas para institutos e empresas através do incentivo fiscal. Então, hoje, o Partio opera dessa forma, e o meu papel no Partio é o

atendimento desse principal cliente. Então, toda a gestão de campanha, que é feita anual.

## **PRÊMIO EMPREENDEDORA DO ANO**

Em 2014, o CEMEC, na época, abriu inscrição para um programa. Foram, acho, 300 inscritos de empreendedores criativos, de projetos. O Partio foi um dos 14 finalistas. Entre os sócios, a gente escolheu que eu seria a pessoa que representaria o Partio no curso, então a gente recebeu uma mentoria de três meses do nosso negócio. E, dentro daquela mentoria, ao final, a gente faria um pitch para um banco, que era o patrocinador da rede, e, ali, no comitê desse pitch, quem ganhasse o melhor pitch, ganharia uma bolsa em Babson.

Depois de três meses, no final, eram sete finalistas, a gente apresentou o pitch do Partio, com o novo modelo de negócio de curadores. E aí, a gente levou. Eu fui para Babson, fiquei duas semanas lá, em um curso de empreendedorismo. Babson é uma faculdade referência em empreendedorismo. E foi muito bom, porque apresentar o meu modelo de negócio para alguém, um outsider por completo, um professor, ele deu alguns insights que foram matadores.

## **DEMOCRATIZAÇÃO DA CULTURA**

O que eu mais gostei, o que eu trouxe de bagagem da Babson, e consegui aplicar isso dentro do nosso negócio, foi que, quando a gente apresenta e fala, o pitch:

“Ah, eu estou desburocratizando o processo de distribuição de renda da cultura”, “Eu estou democratizando esse acesso, porque eu não estou mais só no Rio e em São Paulo”, “Estou desburocratizando porque a internet, a tecnologia permite desburocratizar processos”, “Eu estou ampliando a participação da sociedade em projetos”...

Aí ele falou assim:

*“Ah, tá, mas quantos projetos você está fazendo?”*

*Daí eu:*

*“Ah, sei lá, cinquenta, cem...”*

*“Em quais localizações?”*

*“Ah, capitais”*

*“Então você não está desburocratizando, você não está democratizando”*

Foi um balde de água fria. A gente estava democratizando e desburocratizando dentro de uma bolha! O insight que a gente trouxe foi: como qualquer pessoa, de qualquer classe social, através do contato com o Partio, consegue colocar um projeto no ar e ser bem-sucedido? E, aí, a gente ampliou nossos curadores para outras partes do Brasil. Eu lembro que eu fui fazer um workshop em Salvador para ter pessoas de lá. Tivemos um curador do Espírito Santo, de Florianópolis, então começamos a abrir. A ideia, se o Partio funcionasse como funcionava até hoje, era que a gente tivesse curador pelo menos em todos os estados do Brasil.

## **ENE CONSULTÓRIOS**

O coworking da cura. As pessoas estão muito acostumadas, quando eu falo coworking, que seria um espaço para empreendedores, executivos, trabalharem com uma mesa e levarem o próprio laptop. A diferença para o meu coworking é que é um espaço que são consultórios compartilhados, onde profissionais da área da saúde locam esses

consultórios, essas salas, por hora. Então, um nutricionista, um fisioterapeuta, um psicólogo. Ele tem, ali, algumas salas disponíveis, faz o booking disso online, por um sistema que eu também desenvolvi, e ele tem acesso a qualquer uma das salas disponíveis para fazer o atendimento.

## **ECONOMIA COLABORATIVA**

Eu me apaixonei pela economia colaborativa dentro do crowdfunding, dentro do financiamento coletivo, lá em 2012. Porque você percebe que as relações deixam de ser relações transacionais vazias e passam a ter um significado. Então, essas relações passam a ter a moeda de troca, que é a gratidão, no caso de crowdfunding, e que é a confiança, no caso de qualquer outro projeto de economia colaborativa.

Se você for pensar que, hoje, eu estou convidando pessoas - falando do Airbnb, que é um modelo de negócio, um caso de sucesso dentro da economia colaborativa - se eu estou convidando pessoas para estarem dentro da minha casa, isso é porque eu estou resgatando aquele senso de comunidade, de confiança, que a gente tinha lá atrás. Isso é realmente apaixonante porque você percebe que, dentro da economia colaborativa, você consegue tornar o nosso mundo mais sustentável. E sustentável não só ecologicamente. Claro, ecologicamente, sim, já que, antes, eu precisava de um carro por pessoa para se locomover, e eu entendo, hoje, com Uber, com outros aplicativos, que eu preciso de um carro para levar várias pessoas, além do transporte público, você percebe que os bens vão durar mais, você precisa produzir menos para satisfazer todos.

No caso do espaço de coworking, eu acho que eu me apaixonei tanto pela economia colaborativa, que, em todos os meus momentos de lazer, eu conseguia, de uma certa forma, identificar economia colaborativa. Em 2014, eu fui com o meu marido para a África, para a

Etiópia, e a gente fez uma viagem conhecendo as tribos da Etiópia. E você percebe que eles estão colaborando o tempo inteiro. Eles moram juntos, eles trabalham juntos. E aí, você entende que, até na sociedade contemporânea, a gente está resgatando isso através da economia colaborativa. O meu espaço de coworking é um resultado disso.

## AME EM DOBRO

O “AME em dobro”, eu falo que é a campanha mais difícil, mais dura que eu já fiz na minha vida, porque é uma campanha com crianças, então já é difícil por isso, que foram diagnosticadas com “AME - Atrofia Muscular Espinhal”, uma doença que pode ser fatal.

Elas são muito queridas por mim, e os pais, quando decidiram fazer a campanha, vieram falar comigo, pelo meu conhecimento de crowdfunding, e a gente colocou essa campanha no ar. A gente precisa arrecadar dois milhões de dólares, que são duas doses (uma para cada criança) para a cura do AME. O remédio se chama Zolgensma, e ele, em uma única dose, interrompe a evolução do AME, e a criança pode até voltar a ter uma vida ativa, normal.

Hoje, a gente está com essa campanha no ar, e eu posso falar que ela é um sucesso, pelo fato de ter arrecadado já, hoje, mais de dois milhões de reais, mas ainda estamos distantes da meta. Ao mesmo tempo, ela também provocou, na sociedade, pelo menos aqui no Brasil, uma discussão sobre remédios que têm valores muito altos. É uma discussão exatamente sobre o quão isso é ético, o quanto o governo precisa interferir nisso. Então, já é um sucesso, porque o governo começou a disponibilizar um outro remédio, que é um remédio que não é a cura, mas é um remédio que já ajuda nesse processo, pelo SUS. A gente ainda está lutando, a campanha continua no ar, e espero que a gente atinja esse objetivo e que eu tenha mais uma campanha de sucesso, a mais importante.

## MULHERES POSITIVAS

O podcast “Mulheres Positivas” é o meu queridinho do momento, ele veio em um momento superbacana. Uma amiga de infância, a Fabi Saad, é fundadora do movimento “Mulheres Positivas”, que tem vários produtos. Eu sou apaixonada por podcasts, e ela não tinha, ainda, dentro do Movimento, da rede “Mulheres Positivas”, um podcast. E eu propus a ela: “Poxa, por que você não faz um podcast? Você já entrevista mulheres, são mulheres referência, mulheres dentro do mercado de trabalho, que têm uma atuação relevante, que trazem casos de sucesso pra gente se inspirar”. E ela falou: “Ah, eu posso fazer, mas faz comigo, já que você gosta tanto de podcast, já que você conhece tanto esse universo, vamos fazer juntas”. É uma parceria que começamos no final do ano passado, no final de 2019, e nós já temos mais de dez episódios no ar.

O formato do podcast é trazer, sempre, entre uma e duas convidadas, dentro de um tema, então “Mulheres na Saúde”, “Mulheres na Política”, “Mulheres no Cinema”. A gente tem, também, além das duas mulheres convidadas, uma mulher referência, que pode ser inclusive uma pessoa que já faleceu, e a gente traz frases e até discute, dentro da entrevista, algumas questões dessa mulher, que é referência naquele tema. É um podcast muito gostoso de fazer.

As convidadas, até agora a gente teve uma sorte, e mérito, também, do Movimento, do projeto, mas foram pessoas incríveis. A gente teve no, por exemplo, “Mulheres High-Tech”, que são mulheres na área da tecnologia, a CEO da IBM e a diretora-geral do PayPal. Espero que não pare, porque tem tantos temas e é um assunto tão caro para mim, de tanta importância, que eu estou adorando fazer. O primeiro, eu confesso que eu achava que eu ia arrasar, porque eu adoro comunicação, eu adoro conversar, trocar, eu achei que foi um desastre, mas aí, a partir do terceiro, eu peguei o gosto e falo que não paro mais.

## WTHINKERS

O Women Thinkers, ou apelidado de “WThinkers”, é mais um - dentro do meu processo criativo - grupo colaborativo. Por mais que eu tenha idealizado e começado o grupo, a ideia é que a colaboração forme o grupo e o leve para onde ele tem que ir. A gente está exatamente nesse processo, com um método de Design Thinking, entendendo quais são os próximos passos do grupo.

O que aconteceu foi: eu estava passando por um processo, com uma consultora profissional, de entendimento da minha marca pessoal, porque, como eu faço muitas coisas, como eu me apresento e como eu falo de todas as coisas, todas as caixinhas que eu tenho dentro da Natalie empreendedora? Dentro desse processo de consultoria, tinha um exercício que era um Canva, de networking, que eu precisava colocar as pessoas com quem eu compartilho minhas dúvidas dentro da área profissional. E estava super vazio. No final, eu coloquei ali dois, três gatos pingados, entre eles, meu marido. E ela, sabendo como eu sou comunicativa, conhecendo a minha rede de pessoas, falou: “Nossa, Natalie, você tem certeza?”. Eu falei: “Chocante, mas eu compartilho com poucas pessoas”. O empreendedor tem isso. É solitário. Ainda mais agora, que eu não tenho sócios no Ene, eu tenho uma sócia-investidora, mas eu não tenho ninguém atuando no dia a dia comigo, é muito solitário. As minhas decisões, as minhas questões. Eu estou lidando com pessoas, no dia a dia, lá. Eu acordei e falei: “Ah...”, eu conversei com algumas amigas:

*“Você tem um grupo que você fala...”*

*“Ah, tenho um grupo de mães, que eu falo sobre maternidade”, “Ah, eu tenho o grupo das amigas, que eu falo sobre qualquer outra coisa”.*

*“Mas, e grupo de trabalho? Grupo de mulheres que te motivam?”*

*“Não, não tenho”*

Joguei isso em uma rede social, no Instagram, quase como uma enquete, convidei algumas pessoas, e, hoje, somos mais de 70 mulheres dentro de uma rede de Google Groups e Whatsapp, com encontros quase que mensais. E estamos descobrindo juntas, colaborando para onde esse grupo vai nos levar, mas que já nos trouxe muitas coisas. Então, eu falo que, agora, eu sou uma colecionadora de histórias de mulheres que me inspiram e me motivam todos os dias.

**CONHEÇA O ENE CONSULTÓRIOS E O PARTIO:  
[WWW.ENECONSULTORIOS.COM.BR](http://WWW.ENECONSULTORIOS.COM.BR) E [WWW.PARTIO.COM.BR](http://WWW.PARTIO.COM.BR)**

**AJUDE O AÑE EM DOBRO: [WWW.VAKINHA.COM.BR/VAQUINHA/AME-EM-DOBRO-UMA-LUTA-POR-2-VIDAS](http://WWW.VAKINHA.COM.BR/VAQUINHA/AME-EM-DOBRO-UMA-LUTA-POR-2-VIDAS)**

**SIGA O MULHERES POSITIVAS E O WTHINKERS:  
[WWW.INSTAGRAM.COM/MULHERESPOSITIVAS](http://WWW.INSTAGRAM.COM/MULHERESPOSITIVAS)  
E [WWW.INSTAGRAM.COM/WTHINKERS](http://WWW.INSTAGRAM.COM/WTHINKERS)**



C  
U  
L  
T

# RUTH LOPES

## CRIADORA DE CONTEÚDO DIGITAL

Criadora de conteúdo digital, Ruth Lopes criou, ao lado de sua irmã Raka Costa, o blog “Mulher Negra e Cia”, com o objetivo de aumentar a autoestima da mulher negra. Hoje, além desse perfil, Ruth também alimenta o blog, Instagram e Youtube do “Opinião da Preta”, criando uma relação mais próxima com seu público.

## MULHER NEGRA & CIA

Minha irmã estava internada, a Raka Costa, diagnosticada com uma doença rara. E ela ficou internada quase um mês. Chegou na véspera do Dia das Mães, ela falou: “Ah, eu quero ir pra casa, eu quero ir pra casa...”, e aquele chororô, “Eu quero ir, eu quero ir...”. O médico falou para ela: “Você vai ficar internada, não vou te liberar. Faltam dois exames que eu quero ainda a resposta. Manda sua irmã trazer o computador, fica aí, inventa alguma coisa, faz alguma coisa. Não adianta você ficar aí olhando para o teto do hospital e ficar chorando”.

Ela pediu, eu levei o note pra ela. Quando eu voltei, deu um insight nela. Ficou ali, olhando, olhando o Facebook, e aí ela criou a página: “Mulher Negra e Cia”. Na realidade, o nome foi ela quem criou. Ela colocou “Mulher Negra”, e eu falei: “Acho que o Cia é legal pra gente sair dessa coisa de gueto. Acho que a mulher negra está globalizada. O mundo é globalizado”. Acho que a companhia pode ser o homem, a mulher, mulher branca, homem branco, mulher negra e companhia. Falando com todos os demais em um mundo globalizado.

Como não tinha nada, você abria a internet e não tinha nada para esse público, em 2010, 2011, então deu um boom. E aí, já tinha um público que conversava com a gente. As mulheres conversavam conosco, perguntavam coisas, perguntavam indicações. Então, a gente fez a primeira “Expo Mulher Negra e Cia” cinco anos depois, acho que foi 2015. Foi muito legal, o evento. E eu fiquei superfeliz, porque foram mulheres, ativamente trabalhando, e a gente conseguiu mapear esse público, que são mulheres ativas, mulheres entre 25 e 54/55 anos, no mercado de trabalho, ativas. Isso foi muito legal. Quando a gente fez a segunda, a gente já conseguiu até buscar patrocínio, porque a gente tinha mapeado quem era essa mulher. A Bombril entrou com patrocínio, a Coca-Cola, porque a gente tinha o diagnóstico desse público.

Não que o patrocínio nos motivou a fazer, mas motivou a gente a se empenhar mais na questão de conversar com elas. E aí, você vai criando referência, mesmo, porque elas começam a te achar como referência em tudo. Mas, a gente não emitia opinião de nada. A gente só falava de moda, de beleza, de comportamento, de homem. Mas não emitia opinião sobre nenhum assunto. Quando eu falo “não emitia opinião” é, se eu falasse, por exemplo, de beleza, Doutora Katleen Dermato, especialista em dermatologia para a pele negra. Eu não emito opinião nenhuma. Eu vou lá e falo dessa profissional, do que ela faz. E aí, a gente começou a achar que a gente tinha que emitir opinião de algumas coisas, porque elas perguntavam. Aí, veio eleição, e elas perguntavam de candidatos... Desde política, moda, beleza, tudo elas pedem informação.

## **OPINIÃO DA PRETA**

E aí, veio o “Opinião da Preta”, que era exatamente emitir opinião. Então, emitir opinião de um determinado produto, emitir opinião de determinado tema político. A gente emite opinião no “Opinião da Preta”, e veio o canal, também, o canal do Youtube, então a gente está praticamente em todas as plataformas. Nós estamos no Facebook, com “Mulher Negra e Cia”, que hoje tem 317 mil seguidores, a gente está no Instagram, @mulhernegraecia, com 178 mil seguidores, e o caçulinha, que é o “Opinião da Preta” no Instagram, com 52 mil seguidores. E o canal, a gente está batendo nove mil seguidores.

## **NICHO**

Quando a gente fala, hoje, no mundo digital, a gente só fala em milhões, mas eu acredito que, quando você tem um público focado, negro, esse número é um número considerável.

Eu pesquiso muito, muito, muito. Você tem toda a indústria do

marketing digital e, hoje, eles falam que já estão revendo a coisa de trabalhar com os grandes, quem têm grandes números. Eles já estão revendo trabalhar com os, que eles falam, os nanicos, os menores, porque esse menor consegue ter uma fala direta com o leitor dele, com o seguidor dele. Geralmente, quem tem um milhão, dois milhões, cinco milhões, já não fala mais com o público dele, porque ele nem consegue responder, ele não tem essa interação. Os menores falam diretamente com o seguidor dele. Então, é muito mais qualitativo, que é o que a gente sentiu com essa mulher negra.

E o “Opinião da Preta” foi muito legal porque a gente saiu do público só de mulher. Então, hoje, o “Opinião da Preta” tem 76% de mulheres e tem o resto de homens.

## **AUTOESTIMA COMO CONTEÚDO**

Você abre uma página, é um seguidor, dois, três, dez. E aí, você vai vendo aquilo se multiplicar. E, como não tinha nada, foi muito legal, porque a gente vinha vindo na esteira de Barack Obama, de Michelle Obama, de “Nós podemos”. Você tinha uma coisa borbulhando, positivamente, para isso.

A gente trabalhou muito a autoestima dessa mulher. Não tinha nenhum manual: “O que postar”, “O que falar”, “O que vamos falar pra ela?”. Então, a gente foi batendo muito na coisa da autoestima, mesmo. A gente pegava as postagens de 2008, era tudo postagem de autoestima: “Você pode”, “Você é capaz”, “Você é bonita”, “Você tem que se empoderar”. Então, a gente veio nessa esteira. Depois que a gente veio falando sobre moda, beleza, comportamento, mas, o início, o pontapé inicial, foi você dar empoderamento para essa mulher.

## QUEBRA DE PADRÕES

Sair um pouco daquela coisa estereotipada de modelo, modelete, menininha bonitinha. Tinha a mulher normal, a dona de casa, a senhora com cabelos grisalhos, com cabelo branco, a mulher obesa fora do peso. Gente normal, que ela podia se ver ali, porque senão você fica trabalhando aquela questão de “a coisa muito distante do eu”. Você fica batendo naquela tecla que você pode... Só que não. Põe ali uma modelete, negra, linda, maravilhosa, mas isso está muito fora da minha realidade. Então, a gente trabalhou com mulheres comuns, com postagens comuns. Tanto é que era muito difícil achar esse tipo postagem. A gente ia sempre nos sites americanos, nas bolsas de imagem americanas, que a gente conseguia achar mulheres normais, porque lá eles trabalham muito essa questão da autoestima do negro, eles trabalham com a mulher mais velha, obesa, com a plus size, eles trabalham com tudo. Então, a gente buscava foto lá e publicava aqui.

## REFERÊNCIA

Quando eu fui para os Estados Unidos pela primeira vez, a revista “Essence” estava fazendo 25 anos, que é referência quando se fala de comunicação, revista, focada no público negro. Ela estava fazendo 25 anos, eu fui visitar a revista, e eles estavam em um boom, tinham feito um encarte maravilhoso de 25 anos, então, eu busquei muita inspiração ali. Primeiro que era uma loucura, quando eu fui pra lá, eu fui para conhecer a revista, dentre outras coisas que eu iria conhecer. Fui no prédio da revista, conheci, e aquilo me encantou.

Quando se fala de Estados Unidos, tudo já é mega. Você, entrar em uma redação, que é um prédio de quatro/cinco andares, onde funciona uma revista, com tudo que você imaginar: fotografia, um andar só para foto, aquela coisa toda, aquilo já me encantou muito. Então, muita coisa eu tirei dali, das postagens, de como trabalhar, de como buscar esse público, de como falar com ela.

## INFLUENCIADORA

Como não tinha nada, a gente não colocou a cara, de início. Ninguém sabia quem era, se era Ruth e Raquel... Era “Mulher Negra & Cia”, mas ninguém sabia quem escrevia.

A gente começou a colocar a cara em 2014, quando a gente fez a primeira “Expo Mulher Negra & Cia”. Foi aí que a gente colocou a cara, até porque a gente já tinha um trabalho sólido na área da cultura, aí foi um boom, foram aumentando os seguidores mais ainda.

Se você me perguntar: “Por que você não colocou a cara?”, nem eu sei responder. A gente tinha uma coisa meio intuitiva de: “Ah, não vamos colocar a cara, vamos deixar”. Às vezes, as pessoas até falavam: “Você viu que legal? Meu, tem uma página superlegal... “Mulher Negra & Cia”...”. Eu ficava com aquela cara de pastel: “Ah, é? Legal... Não sei o que...”. E a gente foi trabalhando, trabalhando, fui buscar informação, fui tentar me profissionalizar nessa questão toda. Mas a gente não colocou a cara. A gente veio colocar a cara, acho que cinco, seis anos depois, quando eu conversei com uma amiga, a Claudia Alexandre, uma assessora de imprensa, e ela falou: “Com toda a bagagem que vocês têm, eu acho que vocês têm que colocar a cara”. Porque aí, 2015, 2016, começou o boom do influenciador digital. E aí, é exatamente o contrário, você tem que pôr a cara para você falar que você influencia, que você é o influenciador. Foi aí que a gente começou a colocar a cara, que veio o “Opinião da Preta”, que eu sempre brinco: eu emito opinião; na bio, está o meu nome, está meu e-mail, está tudo. Eu tenho cara, eu falo de tudo, me sinto à vontade de falar tudo, até porque eu não tenho viés político, religioso com ninguém, então eu posso falar tudo, e está aqui a minha cara, sou eu. Eu e a Raka.

## LIBERDADE E IGUALDADE

Em novembro, eu fiz uma postagem, era uma menina negra casada com um oriental, um casal lindo, imagina, os filhos são belíssimos, são lindos. E eu fiz a postagem. Quem trabalha com internet, o que mais dói pra gente é você ver seguidor indo embora, saindo da página. Você fica down. Você fica mal. E aí, alguns seguidores se evadiram da página, porque eles começaram a falar: “Eu não entendi por que você colocou esse casal misto em uma página que faz militância...”. E aí, eu falei: “Opa. Então, acho que eu estou levando a comunicação de forma errada”. Então eu fiz um vídeo para falar: “Eu não faço militância na página. Ou melhor: eu faço a minha militância de uma outra forma. Eu não fico aqui levantando bandeira e eu não quero fazer parte do gueto”. Então, eu vou ficar aqui em um guetinho, onde eu só frequento lugares de negro... Tem gente que ainda vai mais além, só sai na rua com roupa afro. Eu posso sair com uma roupa, com uma tendência de moda afro, mas não preciso sair toda de africana na rua. E aí, eu fiz questão de frisar que eu não estou, ali, levantando bandeira. A minha bandeira chama-se liberdade. Acho que negro pode casar com branca, mulher com mulher, homem com homem, cada um tem a sua orientação sexual. A página é um veículo e um espaço de liberdade. É o que eu advogo. A cada um mês, quando o povo está esquecendo, eu coloco uma postagem, ali, de casal misto, para ficar muito claro.

## MONETIZAÇÃO DO CONTEÚDO

Você tem que trabalhar muito. Tem que ter disciplina, tem que gostar, porque, se você não gostar, logo, logo, você vai sair. E achar um tema que você curta fazer. Falar dos temas que nos afligem, que a gente curte, que a gente gosta. Isso já é, por si só, já dá um tesão enorme de fazer. Então, procure algo que você curta fazer. Se eu estou dando entrevista, eu estou sempre ligada em tudo. Alguma coisa eu vou absorver para produzir conteúdo.

Montar um blog dá grana? Se eu falar pra que dá... Não. Por que eu mantenho o blog até hoje? Primeiro, porque é um meio de comunicação entre a gente e o público. Eu não posso fugir do que me trouxe até aqui, que era criar um veículo que tivesse referências negras. O blog tem quase seis milhões de visualizações. Então, ele me gera uma credibilidade para as outras coisas.

Hoje, você tem as agências que recrutam o influenciador digital e colocam junto às grandes marcas. Por que eu vou anunciar em uma Rede Globo de Televisão ou qualquer outro canal de televisão - eu tenho um produto específico, aí eu coloco na TV, que vai para a massa, é um veículo de massa -, se eu posso anunciar o meu produto para um nicho específico? Então, hoje, você tem agência especializada só em buscar o digital e colocar com as grandes marcas para fazer campanha.

Existe, também, a criação da marca. “Mulher Negra & Cia”, hoje, é uma marca. “Opinião da Preta” é uma marca. E aí, você faz eventos, você vai fazendo outras coisas.

## **UBUNTU**

Há alguns anos, ficou famosa essa palavra, e todo mundo usava meio como assinatura. Punha um texto ou punha uma postagem, e aí, no final, #ubuntu. Eu juro que eu não sabia o que era. Eu lembro que teve uma vez que eu falei assim para minha mãe - minha mãe morreu com 89 anos -: “Mãe, como é que tira cheiro de ovo do prato?”. Ela falou: “Ah, põe no Google aí e se vira!”. Então, eu fiquei com isso na minha cabeça. Eu não admito ninguém que fale que não sabe o que é alguma coisa. Põe no Google! E aí, eu coloquei no Google, fui pesquisar e eu me encantei com a história. Falei: “Mas tem muita gente, também, que não está sabendo o que é isso. Vou explicar o que é”. Eu fiquei procurando, li, fui no dicionário, procurei, mas eu falei: “Eu não quero explicar só a coisa... Eu vou usar de uma historinha que eu achei...”. Eu

achei uma história muito bonita, que foi assim:

“Era um antropólogo, que foi para uma visita de campo. E aí, tinha umas crianças com quem ele quis brincar, em um final de tarde. Ele pegou uma cesta cheia de doce e colocou a mais ou menos uns 50 metros, aquela brincadeira... “Ah, vamos deixar todo mundo aqui, e aí, quem chegar primeiro, fica com toda a cesta”. Deu: “1, 2, 3 e já!” e ninguém foi. Ele ficou olhando para a cara das crianças, e um dos meninos explicou: “Não dá pra um só ir e pegar o balaio todo de bala, que não vai ter sentido. A gente só é um, quando nós somos todos”.”

Quer dizer: o que é Ubuntu? Eu me vejo em você. A gente é a soma do todo. A gente só constrói juntos. Em outras palavras, é #juntossomosmaisfortes.

### **AÇOMPANHE O MULHER NEGRA E CIA E O OPINIÃO DA PRETA NAS REDES SOCIAIS:**

**[WWW.FACEBOOK.COM/MULHERNEGRAECIA](http://WWW.FACEBOOK.COM/MULHERNEGRAECIA),**

**[WWW.INSTAGRAM.COM/MULHERNEGRAECIA](http://WWW.INSTAGRAM.COM/MULHERNEGRAECIA),**

**[WWW.OPINIAODAPRETA.COM.BR](http://WWW.OPINIAODAPRETA.COM.BR),**

**[WWW.INSTAGRAM.COM/OPINIAODAPRETA](http://WWW.INSTAGRAM.COM/OPINIAODAPRETA)**

**[E WWW.YOUTUBE.COM/CHANNEL/UCCD-ZBMU3\\_WOTVNMJOHE7QW](http://WWW.YOUTUBE.COM/CHANNEL/UCCD-ZBMU3_WOTVNMJOHE7QW)**



C  
U  
L  
T

# FERNANDA CARVALHO

## EMPREENDEDORA CRIATIVA DE MODA E ARTE

Sócia da Press Fashion, marca que cria, produz e comercializa bolsas, mochilas e coletes para fotógrafos e fotojornalistas, Fernanda Carvalho tem uma trajetória inspiradora nas áreas criativas. Sempre em busca de se aperfeiçoar na área em que atua, Fernanda coleciona ideias e projetos em um caderninho, com a promessa de ser lançado, em livro, em breve. Aguardemos!

## EMPREENDEDORA CRIATIVA

Começou com o desemprego. Eu fui mandada embora e morava com meu pai, na época, e meu pai já era empreendedor. Ele trabalhava, mas ele, fotógrafo, sentiu necessidade de um colete diferenciado que não vendia no mercado. Ele fez um para ele de acordo com o que ele achava que era melhor, o coleguinha achou legal, pediu um e ele começou a fazer e vender. Era como se fosse uma extensão, não era o trabalho dele, mas ele começou a gostar disso, porque ele é empreendedor de natureza, apesar de ser empregado na época.

Quando eu fiquei desempregada, eu comecei a ajudá-lo a organizar, aprender junto. Então, comecei a estudar. Tudo o que eu faço, eu gosto de estudar. Fui lá estudar pra fazer um site, na época não tinha e-commerce, nada. As pessoas ligavam, passavam comprovante de pagamento por fax, a gente mandava pelo Correio. Falei: “Vamos melhorar”. Comecei a tomar gosto e as vendas começaram a aumentar

Eu sempre gostei de moda. Junto, paralelo - meu pai que era o dono da empresa, eu só estava o ajudando, porque eu tava desempregada -, falei: “Preciso de dinheiro. Então, vou começar a fazer websites para outras pessoas”. Comecei a fazer websites para fotógrafos. Eu já tinha estudado, já tinha investido... Então, eu era webdesigner, empreendedora, eu mesma, da minha empresa, minha casa, fazendo websites. Parei, pensei, falei assim: “Mas, não é disso que eu gosto, não. Eu gosto de moda!”. Isso, paralelo, sempre, na Press Fashion, com meu pai, sempre ajudando ali, mas era dele.

Comecei a confeccionar roupas para vender. Já que eu tinha aprendido a fazer sites para vender coisas de outras pessoas, vou vender minhas roupas, só que eu não sabia nada sobre confecção, então, eu fazia uma peça de cada, tipo alta costura. Fui estudar vestuário para entender o que era, como se fazia, como se modelava, entender que só se ganhava

dinheiro, assim, se não tivesse nome, se fosse em escala. Aí eu voltei e falei assim: “Mas, peraí, eu tenho aqui uma confecção já, do meu pai. Então, vou focar nisso”. Foi daí que eu entendi que, de empreendedor, você passa a ser empresário, que é a hora que você se dedica, firme, na administração, no crescimento, nos estudos de alguma coisa que já foi criada. Então, o empreendedor foi meu pai, naquele caso, de criar. E eu fui pra frente com essa ideia que ele teve.

## FORMALIZAÇÃO

Hoje eu cuido de tudo. Meu pai agora está com outros empreendimentos dele, e eu herdei essa empresa. Porque, como ele era empregado, só teve a ideia do colete, quer dizer, “só” não. Ele começou a empresa. Mas, a empresa mesmo, eu fui lá, criei microempresa, documentação. Então, hoje em dia, só eu cuido dela. Mas sempre dando pitaco, né? “Ah, as câmeras usadas agora são menores, maiores...”. O meu irmão também, que é fotógrafo, dá pitaco. É uma empresa familiar.

## FOCO

A criação, a gente deixou um pouco de lado. Porque foi aí que eu entendi, foi aí o salto, porque as pessoas davam bastante ideia: “Nossa, por que eu também não faço capa para equipamento de som?”, “Por que eu não faço colete para médico?”. Você vai abrindo... O empreendedorismo vai te abrindo, eu falava: “Nossa, maquiador precisa de bolsos, também, pra colocar pincéis...” Então, você começa a olhar... É isso que é o empreendedorismo: olhar e perceber que está faltando alguma coisa. Mas você também tem que se focar e continuar com a empresa. Como você vai ganhar dinheiro com aquilo?

Eu participo de todas as etapas. Todas. Eu me visto cada dia para uma função. Então, se eu vou fazer compras, eu coloco aquele meu macacão, a bota, vou pra guerra. Ou então: “Ah, eu vou a uma feira

de fotografia para ver o que as pessoas estão falando, como elas estão se comportando, se colocam a bolsa na frente ou atrás...”. Então eu coloco aquela roupa toda descolada. E a criação vai mudando o produto original, que a gente já tem a patente de alguns deles, e a gente vai alterando, melhorando, melhorando o tecido, melhorando aviamentos. Até uso os mesmos bolsos, mas, de repente, a gente coloca mais pra frente, em vez de colocar mais pra baixo, a gente vai alterando o produto que já existe.

## **DIFERENCIAL**

Um colete normal, primeiro que não está carregando lente de 20, 30 mil reais. Então, a primeira coisa que a gente pensa é que tem que ser resistente, tem que aguentar aquela chuvinha.

Começou para fotojornalista, então, o que é o fotojornalista? Ele está na notícia, ele está no olho do furacão, a gente até usa esse slogan: “No olho do furacão”. O fotojornalista, ele está lá. Tem que sentar numa moto, rápido? Então, dá pra ele sentar numa moto. Dá para correr? Dá. Dá para trocar a câmera rápido? Dá. Então, foram muitos testes que a gente fez e melhorias, para que pudesse acompanhar a profissão.

## **PÚBLICO-ALVO**

Hoje, a gente está abrangendo quase todos os fotógrafos, porque o cinegrafista começou a usar a mesma câmera que o fotógrafo. Então, o cinegrafista tem nos procurado bastante.

Fotografia de casamento, evento. Hoje em dia, as pessoas estão procurando o que? Fotojornalismo no casamento. Então, precisa trocar aquela lente, rápido, diferente de ter aquela bolsa lateral ou uma mochila. Os fotógrafos estão se aproximando do fotojornalismo, da dinâmica. E o equipamento também está unificando.

## FOTOGRAFIA DIGITAL

Deu medinho, quando isso aconteceu. Eu tenho medo sempre. Mas aconteceu o contrário, mesmo. Porque as pessoas começaram a se interessar. Então, se eu faço uma foto no celular, sou fotógrafo amador, e fica tão linda, então eu vou investir em equipamento: “Ah, então meu hobby vai ser fotografia”. E até, de repente, você toma gosto pela profissão da fotografia. Então, aumentou a quantidade de pessoas que compram equipamento profissional.

## PROCESSO DE PATENTE

Ele é simples, ao mesmo tempo, ele é demorado, ele é longo. E, para cada caso, é um caso. Por exemplo, no nosso caso, o que aconteceu? A gente desenvolveu todo o produto com o fotógrafo, comigo, que estudei toda a parte de criar o produto. E aí, começaram a copiar. Chegava alguém na loja e falava assim: “Olha, a minha bolsa rasgou, perdi o equipamento”, eu falei: “Traz a bolsa aqui”. Aí, quando chegava, não era nossa, era cópia.

O colete, que é o mais famoso, é inspirado no homem-bomba mais famoso que teve, que era o Unabomber, e ele parece um homem-bomba, mas, aí, de Unabomber, virou “Now Bomb”. E o nome é patenteado, o desenho técnico dele é patenteado. Então, por isso que eu disse, “cada caso é um caso”. O nome é um tipo de patente que você requer, o desenho industrial da bolsa é outro. E isso demora, às vezes, anos e anos, porque eles precisam comparar se tem alguém, é uma pesquisa longa, mas você se sente mais seguro. Como disse um advogado que me ajudou muito nesse processo, ele mandou cartas para as lojas, dizendo que era proibido vender, porque eu tinha a patente, mas ele falou assim: “Se grandes marcas têm cópias, como que você vai conseguir barrar?”. Então, comecei a trabalhar na marca. Nossa preocupação era garantir a nossa ideia, o nosso trabalho de tantos anos.

## MANAGER DE BANDA

O meu marido é DJ, comprou uns equipamentos, começou a fazer um som, eu comecei a brincar com ele, até que criamos uma banda. A gente tocou em casas noturnas grandes, na Augusta, na Barra Funda. Mas eu percebi que ia ter que trabalhar em cima disso. Eu não sou cantora, eu cantava música eletrônica com efeito, então ficava divertido, era uma diversão pra gente. Tanto é que o nome era “Superfake” porque era tudo fake, porque eu não sei cantar, era tudo sintetizado. E aí, eu tive a oportunidade de conhecer uma pessoa, Aluca, maravilhosa, e propus para ela fazer o que eu fazia: cantar, porque ela tinha um protesto, como uma pessoa negra, trans, falar da vida dela. Juntei os dois e, agora, eu estou produzindo, artisticamente, essa banda: “Brilho e Beleza”. Eles já fizeram shows, três, quatro shows em São Paulo.

## PRODUÇÃO AUDIOVISUAL

O meu irmão também é fotógrafo e cinegrafista. E eu trabalhei muitos anos como produtora, produtora geral, produtora de figurino em TV, em jornal. E, sempre que a gente tem oportunidade, trabalhamos juntos. Por exemplo, a banda Brilho e Beleza tem um videoclipe maravilhoso. São coisas que a gente tem prazer de fazer, é a oportunidade de estar junto com a pessoa que você gosta. A gente faz muitos trabalhos juntos para essa produtora, que chama F35. Época de campanha, a gente acaba fazendo muita campanha; publicidade, a gente faz de vez em quando, também. Então, quando se é empreendedor, você tem que ser criativo, porque você não tem aquele salário no mês. Você acaba arrumando tempo, se você trabalhar direito, se você for organizado, para fazer esse hobby lucrativo, que eu chamo.

## FOTOS PÚBLICAS

Sou sócia, também, do Fotos Públicas, mas eu fico na consultoria do

marketing. O que é o Fotos Públicas, que as pessoas acham difícil de entender: essas fotos já foram pagas. Então, uma instituição, por exemplo, um clube de futebol, teve o jogo, então, o fotógrafo já fotografou, já foi pago para fazer, só que ficou escondidinha, aquela foto. Carnaval: cada escola tem onde divulgar as suas fotos. Então, o Fotos Públicas vai lá, reúne, de todas essas escolas, em um processo editorial, e já fica disponível lá. Essa foto, a pessoa conseguiria achar, mas esse trabalho editorial, de fazer o levantamento: onde está? Está no Flickr? Está no Facebook? Está no site? Cada foto estaria em um lugar, de cada instituição. Então, ajuda as instituições a divulgarem. Vem desde NASA, instituições internacionais, como instituições pequenas, ajuda a divulgar todo trabalho desses fotógrafos. Todas reunidas, em alta qualidade e podem ser usadas por todo mundo.

## A IDEIA DAS IDEIAS

Cresceu, em mim, essa vontade de: “Nossa, olha, ninguém fez isso, ainda!”. Sempre me surge alguma ideia. E eu comecei a me acalmar, quando eu comecei a escrever essas ideias, que eu falei assim: “Pode ser que, um dia, essa ideia volte. Mas eu preciso escrever para ela ficar ali, em algum lugar”. Então, foram tantas, tantas ideias, que eu estou escrevendo. Dessas escritas, veio mais uma ideia, que é fazer um livro das ideias. Ele começou como caderninho de planos, ele se chama “Caderninho de Planos”, eu não sei se vai ser o nome do livro, mas, por enquanto, ele é meu alívio para a quantidade de ideias que eu tinha, de empreendedorismo, de novos negócios, e falta de tudo, falta de tempo para focar em tudo aquilo. Então, eu coloquei em um papel. Esse livro está sendo escrito à mão, é um manuscrito.

## PRODUTIVIDADE

Eu coloco, todo dia, no papel, o que eu vou fazer. Todo dia, não, assim, de dois em dois dias. Para eu me cobrar, para entender o que é trabalho,

o que é criatividade, o que você pode viajar. O papel te ajuda bastante, eu me relaciono com o papel. Cada um, acho que tem que saber o que quer, como é melhor seu dia, então, cada um vai testando para saber como funciona melhor. Para mim, funcionou a organização. Eu não nasci uma pessoa organizada. Então, aprender a me organizar, ter uma agenda de papel, me ajuda. Passando uma dica de produtividade, no meu jeitinho, seria essa. Organização, escrever no papel.

**ADQUIRA SUA BOLSA OU COLETE PARA FOTÓGRAFOS  
NA PRESS FASHION: [PRESSFASHION.COM.BR](http://PRESSFASHION.COM.BR)**



C  
U  
L  
T

# CARLOS CÂNDIDO

## ESPECIALISTA EM DRONES

O Carlos já vive no futuro antes mesmo do futuro chegar. Já pensou em se especializar em drones? O Carlos não só é especialista, como desenvolve projetos incríveis com essa máquina que é tema de tantos roteiros de futuros distópicos. Sócio da Drone Lab e organizador da primeira corrida de drones do Brasil, Carlos conta suas experiências e nos desperta a vontade de construir e pilotar um drone. Você vai sair transformado dessa leitura!

## CIENTISTA NA ECONOMIA CRIATIVA

Eu fiz a graduação na Ciência da Computação, e as derivações são especializações dentro desse tema, dessa área da computação, que procura estudar os algoritmos, como essa máquina funciona, com enfoque mais no ponto de vista lógico e não tanto no físico (hardware).

No mestrado, eu fiz uma pesquisa que tentava utilizar autômatos celulares, que é um ramo, dentro da inteligência artificial, para poder fazer reconhecimento de padrões. E isso sempre foi um assunto que me interessou muito, que é olhar para elementos da natureza e se inspirar, para poder colocar, dentro dos mecanismos não-naturais, como o computador. A computação natural tem esse enfoque, que é se inspirar na natureza e em como a natureza resolve problemas, para poder, através daí, buscar soluções para problemas da computação.

Por exemplo, para não ficar tão etéreo: a gente estuda o comportamento de insetos sociais, por exemplo, formigas, abelhas, para ver como eles resolvem questões do dia a dia. Vamos supor: como a formiga encontra o alimento, e como a colônia funciona para que esse alimento venha de volta, e aquela estrutura se dê, ali, com performance. E é muito interessante, porque, na natureza, de maneira geral, não existe a figura de um líder. A gente vê, por exemplo, as formigas têm a rainha, mesmo as abelhas, e o papel não é de liderança, no sentido de botar ordem. A organização emerge naturalmente, sem que ninguém tenha que dizer nada para ninguém. Já está programado. E aí, quando a gente olha para isso, por exemplo, no caso das formigas, a gente vê que ali tem uma estrutura de funcionamento que é muito boa pra gente derivar para problemas de rota, por exemplo, dentro da computação. Hoje, todo mundo usa Google Maps, Waze, para encontrar os melhores caminhos, e boa parte daqueles algoritmos ali foram inspirados em como que as formigas fazem para encontrar outro caminho. E que nada mais é do que um braço da inteligência artificial, que é encontrar

essas inteligências e tentar colocar isso dentro de mecanismos artificiais: redes neurais artificiais, que se inspiram nas redes neurais do cérebro, mesmo, de pessoas e de seres; algoritmos genéticos; sistemas imunológicos artificiais. Tudo isso é olhar como funciona a parte natural, pegar insights da natureza e tentar implementar algo dentro dos algoritmos triviais.

## **NOVOS PARADIGMAS**

Tenho quarenta formigas tatuadas no braço e uma abelha no meio. É um pouco disso, de trazer para mim esse sentimento do coletivo. É muito o que a gente tem, hoje, de tendência, do ponto de vista de organização social. Seja das redes sociais, seja da nossa sociedade, a gente fala muito sobre a colaboração, sobre o trabalho em equipe. E o fundamento disso, no meu entendimento, é você ter vários agentes, várias pessoas ou sistemas individuais, que, quando se juntam, criam ali um potencial, uma capacidade, que vários indivíduos sozinhos não teriam como atingir. E aí, tudo misturado, sem necessariamente uma estrutura hierarquizada, com papel de um coordenador, de uma liderança. Pelo contrário, cada pessoa exerce uma função. Juntos, esse comportamento é muito rico, que é o que tem acontecido, hoje, no mundo, quando a gente fala de novas economias, de indústria 4.0. É quebrar totalmente as estruturas que a gente estava acostumado, para ver nascer algo que não coloca muita distinção. Você tem pessoas de diversas idades trabalhando juntas, de diversas experiências, e nem sempre uma pessoa que começou agora é uma pessoa que vai exercer uma função de menor valor. Pelo contrário, às vezes a novidade ou um olhar menos viciado traz uma inovação dentro daquele sistema, que é o diferencial. E aí, naquele momento, aquela pessoa é o destaque.

## **FILOSOFIAS**

As ciências exatas, de maneira geral, têm toda uma carga densa de

matemática, de números, mas, é só a linguagem que se usa para poder traduzir. Talvez seja a linguagem mais eficiente pra gente poder traduzir esses fenômenos. Eu acho que a maneira como elas são colocadas, na nossa vida, ao longo da nossa formação na escola e tal, muitas vezes não trazem esse brilho, porque não se explica o objetivo dessas coisas todas. Então, por que você está fazendo uma conta  $x$ ,  $x + y$ ... Eu vou usar isso pra quê? Qual a ligação disso com meu dia a dia?

Se a gente for ver no passado ainda mais distante, a gente vê que, na verdade, era tudo uma coisa só. Eram filosofias, no início disso tudo. Uma pessoa que estudava matemática, ela também estudava artes, também estudava música, também estudava pintura. A gente vê os grandes gênios da nossa história. Eu procuro sempre trazer isso toda vez que eu converso com alguém que me fala: “Ah, eu não gosto de matemática”, eu entendo que não goste, mas, muitas vezes, eu acho que é por conta do método. No fundo, todo mundo exercita essas coisas. Quando eu falo, por exemplo, das formigas e dessas relações naturais, é difícil a pessoa não se interessar, porque faz parte do dia a dia da gente. Todo mundo já viu uma formiga andando atrás da outra, esses rastrinhos, e aí, quando eu falo que isso pode ser derivado em uma fórmula matemática dentro de um sistema de lógica, dentro de uma máquina computacional, a pessoa às vezes se assusta um pouco, mas é só uma maneira de traduzir.

## **É TUDO UMA COISA SÔ**

Dentro da Ciência da Computação, a gente acaba ficando muito condicionado a esse olhar do mundo por funções, por módulos, processos, serviços. Eu tomo um certo cuidado com isso, porque a gente acaba restringindo; às vezes, o pensamento fica discreto demais. Mas, no fundo, dá pra gente extrapolar um pouco e olhar tudo com essa ótica de funções, ou seja: você tem uma entrada, algo, que é a função, que processa essa entrada e gera uma saída. E é isso. Se olhar tudo sob

essa ótica, de algo que entra, processa e sai, dá para extrapolar para muita coisa. Então, eu gosto muito de olhar o mundo assim, sob essa ótica de que é tudo uma coisa só. E aí, cada pessoa encontra aquilo que lhe faz mais sentido para traduzir esse mundo, para se expressar dentro desse mundo.

## DRONE LAB

Durante esse processo todo, desde a infância até os dias atuais, teve um denominador comum, que era, dentre todas as coisas que sempre me interessaram, as coisas que voam sempre mexiam um pouco mais. Tem gente que gosta das coisas que nadam, tem as que gostam das que correm, eu gosto das que voam. Mas eu nunca tinha me envolvido com isso. Nunca mexi nem com aeromodelismo, como muita gente acaba indo para esse hobby porque gosta. Acabei indo para o lado da computação, muito motivado por isso que eu já falei, de encontrar ali uma maneira de criar algo.

Em um determinado momento, quando eu já trabalhava com sistemas de maneira geral, em empresa, eu resolvi olhar para o mundo com um ar mais provocativo: “Gente, eu estou aqui, mas eu acho que eu preciso me provocar mais”. Eu trabalhava há muitos anos em uma mesma empresa, e estava incrível. Meu chefe era meu amigo, o salário era bom, tinha estabilidade, o trabalho era legal, eu tinha uma equipe. Só que aí eu comecei a me incomodar com esse conforto demais. Eu comecei a ficar mais velho, pensei: “Eu já estou aqui há muitos anos, acho que, se eu eu continuar aqui, sei lá, quando eu tiver 50 anos, se eu olhar para trás e ver que eu deveria ter feito algo diferente, talvez seja tarde demais”. Então, eu resolvi provocar. Foi um caos na vida de todo mundo. Minha família não entendeu, o pessoal do trabalho não entendeu, esse meu amigo, que era meu chefe, falava: “Cara, mas... É o que? É o salário? É a função? A gente pode mudar”, e eu falei: “Não, está tudo bem, mas é por isso que eu acho que tem que ser a hora,

senão eu não tenho outra desculpa”. Eu pedi as contas, me desliguei desse cordão umbilical que me sustentava e falei: “Agora é a hora de eu ir cada vez mais atrás das coisas que me brilham os olhos”.

E aí, coincidiu que os drones estavam ficando mais populares. Isso eu estou falando em 2014. Eu estava disponível, com tempo, eu tinha me permitido parar para olhar o que eu queria fazer da vida. Sei que não é todo mundo que tem essa oportunidade, mas eu tive. E aí, eu falei: “Agora é a hora de eu me envolver com isso”. E fui fazer um curso. Quando eu vi o primeiro drone voando na minha frente, eu falei: “Eu sei lá o que eu quero fazer, mas é com esse negócio”. E fui atrás de entender como é que funcionava, de ter um drone, de aprender a montar. Acabei surfando uma onda que estava começando. Eu falei: “Bom, esse negócio é o que eu quero trabalhar”. Então, era muito divertido, porque eu brincava com isso, ao mesmo tempo, aprendia e colocava também em prática as coisas que eu já tinha estudado, porque o drone tem muito de computação envolvida. Nessa época, foi quando eu achei que deveria ter um espaço físico, um laboratório, mesmo, para poder alimentar aquela criança que adorava desmontar as coisas e fuçar. Falei: “Bom, agora é a minha vez”.

Comecei a trabalhar com muita coisa em 2015, do que se fala, hoje, da nova revolução industrial, de fabricação digital, impressão 3D, eletrônica básica, arduíno, essa coisa toda. E o drone, também. Acontece que o drone foi roubando a cena. Eu percebi que eu tinha uma carta do baralho muito poderosa na manga. Quando eu colocava um drone para voar, eu roubava a cena, onde eu estivesse, o mesmo encantamento que eu tive quando eu vi o primeiro. Eu comecei a pirar sobre isso: “O que eu posso fazer com esse negócio? Vou criar coisas”.

E aí, a gente promoveu, dentro do laboratório, um primeiro curso de montagem de drones. Até então, eu não sabia, eu não tinha o conhecimento. Então, a gente trouxe um espanhol, que é um cara que

eu admiro, um grande amigo, o Lot Amorós. E ele foi dar um primeiro curso que a gente fez no espaço, no laboratório, para ensinar as pessoas. Foi chocante. As pessoas pagaram para fazer. Eu falei: “Cara, dá dinheiro, né? Dá pra viver disso”. E aí, isso foi encorpando, encorpando, até que eu falei: “Bom, esse laboratório, que mexe com um monte de tecnologias, hoje, só está mexendo com drones”. Então, a gente usa o drone pra tudo quanto é coisa. E aí foi que surgiu o “Drone Lab”, que é um laboratório de drones.

## O QUE É UM DRONE?

É uma máquina que voa, é incrível! É o super-herói. Mexe com esse imaginário da gente, de que todo super-herói ou, sei lá, a maioria, eles voam. Porque é uma coisa que a gente não faz, por conta própria.

O drone também é uma máquina fotográfica que voa. Eu acho que poderia dizer que é a parte mais popularizada do uso dele, como uma máquina fotográfica que voa. Acho que foi isso que ajudou, também, a difundir cada vez mais. Mas eu sempre olhei do ponto de vista assim: “Bom, eu preciso me diferenciar de alguma forma, estrategicamente falando. Se eu usar o drone pelo que ele é mais conhecido, eu vou estar competindo com um monte de gente”. Mas, eu sempre olhei pra ele e falei: “Esse negócio é muito poderoso. Ele vai muito além desse escopo da máquina fotográfica”. E aí, comecei a pirar em outras possibilidades.

Foi aí que surgiu a ideia de fazer a corrida de drones. Claro, não é uma ideia original minha. A corrida já tinha acontecido mundo afora, já vinha acontecendo. Mas, no Brasil, nunca tinha tido uma corrida com público, voltada para o pessoal conhecer esse esporte. E aí, quando eu olhei isso, eu falei: “Gente, está aí uma grande oportunidade que ninguém ainda olhou”. Isso foi 2016, e aí eu inventei de fazer uma corrida de drones aqui em São Paulo, que nunca tinha tido. Eu também nunca tinha feito evento, nem nada. Foi um mergulho em um mar totalmente

desconhecido. Mas foi muito legal, a gente encontrou várias pessoas que apoiaram a ideia. A primeira corrida aconteceu dentro da Galeria do Rock, graças à turma de lá, o Glauber, o Marcone, o Toninho. Os meninos abraçaram a ideia. Eles administram a galeria e falaram: “Vamos fazer isso aqui dentro”, e a gente fez.

Quando a gente anunciou que ia ter a corrida de drones, a gente nem sabia direito o que ia acontecer. Mas, assim, coisa de dez, quinze dias antes do dia do evento, o meu telefone começou a tocar, da imprensa. De forma orgânica. Nunca imaginei. Era do tipo:

*“Ah, a gente soube que vai ter uma corrida de drones em São Paulo. É verdade isso?”*

*“Gente, acho que é, né? A gente que tá inventando esse negócio”*

E foi uma loucura, eu tive que contratar uma assessoria de imprensa. Eu não estava dando conta. Eu não sabia nem como lidar. No dia, a gente teve cobertura de tudo quanto é canal. Eu conto muito essa história porque ela resume uma série de coisas. Eu acho que é uma questão de você ter a ousadia de fazer uma coisa diferente e se arriscar. A gente suou, aconteceu de tudo, mas aconteceu. E, depois disso, o quanto que a vida pivotou, também em função de ter feito esse evento.

A gente fez a primeira corrida em novembro de 2016. Quando foi em 2017, a Campus Party nos convidou para fazer uma corrida dentro da Campus Party. A Campus Party é a maior experiência de tecnologia do mundo. De lá pra cá, a gente já fez mais de 30 eventos. Então, antes, eu tinha zero experiência de fazer algum evento. Hoje, se eu disser para você qual é a principal receita do Drone Lab, é com eventos, onde a gente leva o drone, leva o que é possível fazer com ele. Hoje, a gente usa o drone para muita coisa, mesmo. Eu venho repetindo que o drone é um coringa. Consegue transformá-lo na carta que você quiser em quase qualquer jogo.

## **DRONES FOR GOOD**

A gente tem essa frente, hoje, dentro do laboratório, que a gente chama de “Drones for Good”, que é o olhar do drone como meio para ações de impacto social positivo. E aí, eu estou falando desde a questão da saúde pública, que é o drone que procura foco do mosquito da dengue, tem o drone que leva bolsa de sangue entre hospitais, tudo situações que já são reais, do dia a dia.

Também tem o viés do drone como uma ferramenta, principalmente do ponto de vista de educação, para ele despertar olhares em estudantes dentro da sala de aula, reunir uma comunidade para que eles olhem para essa tecnologia e vejam como ela pode resolver problemas do seu entorno. E a gente foi percebendo que o drone é muito poderoso para isso. É algo que a gente vem fazendo cada vez mais, e é muito no sentido de democratizar o acesso a essa tecnologia. Dentro da sala de aula, a gente tem usado o drone para mostrar, por exemplo, como programar um computador, como você trabalha com a lógica, física, matemática. Mas, também, a gente usa para falar de ética, de privacidade, uso do espaço aéreo.

## **POSSO CONSTRUIR UM DRONE?**

Um drone nada mais é do que o tal computador que voa, então muito de todos os benefícios, de todas as funcionalidades que o drone tem, hoje, se devem à computação.

Para fazer um drone, você precisa de uma placa que seja um computador, a gente chama de placa controladora, que é ela que vai ter os softwares necessários para que o drone, minimamente, se estabilize no ar. Você também precisa de sensores. Os sensores básicos são os mesmos que estão no celular: acelerômetro, giroscópio, magnetômetro, que é tudo para a placa saber como o drone está se movimentando. Se ele está

inclinado, se não está, os motores. Normalmente, a gente tem os drones com quatro motores, e esses motores geralmente giram muito rápido. Então, são motores de velocidade, e não tanto de força. E tem as hélices e o corpinho, o frame, que a gente fala. E aí o frame, normalmente é plástico injetado, mas pode ser de madeira, que a gente já fez, pode ser de fibra de carbono, no caso dos drones de corrida, porque precisa ser mais resistente, mas não pode deixar de ser leve. A gente já fez de cano de PVC, de garrafa pet, de um monte de coisa. Na verdade, o que a gente precisa, mesmo, é de uma estrutura que segure o motor e que não vibre tanto. Em essência, é isso, basicamente, porque, depois que você tem esses elementos, você monta. É quase como um lego. Você junta tudo isso, é o que a gente ensina nas oficinas.

## **DRONE COMO MISSÃO**

Assim como o drone entrou na minha vida, em particular, e de todas as pessoas que estão comigo, como uma maneira de você protagonizar algo, a gente tem procurado colocar o drone no colo de qualquer pessoa para que elas também se sintam capazes de protagonizar sua própria vida.

**CONHEÇA O DRONE LAB: [WWW.DRONELAB.COM.BR](http://WWW.DRONELAB.COM.BR)**



C  
U  
L  
T

# JÉSSICA PEREIRA

## SÓCIA DO BELLATUCCI CAFÉ

Sócia do Bellatucci Café, Jéssica comanda a cozinha e o atendimento do estabelecimento. Ela é a primeira empreendedora com Síndrome de Down a se formalizar no Brasil, e incentiva a contratação de colaboradores com Síndrome de Down, também. É uma história de dedicação, comidas deliciosas e muito amor!

## **BELLATUCCI CAFÉ**

Eu escolhi as cores, por exemplo, eu escolhi o verde, rosa, a mesa branca, a cadeira azul. Tudo bonitinho. Para mim, parece uma casa de boneca.

Eu faço bastante coisa boa, faço massa de panquecas, omeletes, acompanhamento, salada, arroz. Bolo do dia, torta de palmito, frango, faço quiche, também. Tem doce, também. Tem bolinho de chuva, tem torta de limão, tem coxinha, tem café, cappuccino, tem chocolate quente, tem café com leite. Tem bastante coisa boa.

Eu fico de manhã, lá, até duas horas. Tem Instagram @bellatuccicafe, tem Facebook, tem nosso telefone e WhatsApp, também.

## **A EQUIPE DO CAFÉ**

É um projeto da minha família, a minha família também trabalha junto comigo. Tem a minha mãe, Ivania; meu pai, Carlos, também ajuda o Bellatucci, ele vai ao mercado, compra coisas; a minha irmã, Priscila, responsável por colocar fotos nas redes sociais; o meu irmão, Nelson, responsável pelos eventos fora; e o Douglas é meu sócio e meu cunhado. Nós trabalhamos todos os dias.

Eu tenho meus funcionários: minha amiga Larissa, tenho minha amiga Deborah, tenho meu amigo Gian, e o Philippe, que é meu funcionário e meu namorado, também.

## **PAIXÃO PELA GASTRONOMIA**

Eu sempre gostei de cozinhar, desde que eu era criança. Quando eu era criança, eu ajudava minha mãe. Eu não sabia mexer numa faca, eu olhava minha mãe, ela me ensinou a usar faca, fogão. Eu ajudo minha mãe até hoje.

Eu arrumo a mesa, eu arrumo suco, salada, também faço sobremesa bem gostosa no Natal, faço pavê bem gostoso, gelatina, mousse de maracujá, mousse de chocolate, de limão, bastante coisa boa.

## **ONDE TRABALHOU ANTES?**

Eu fiz curso de cabeleireira, eu fiz curso de massagem, eu já trabalhei em farmácia, fiquei um ano lá, aí falei pra minha mãe: “Mãe, eu não gostei daqui, porque aqui é muito parado. Não quero ficar parada”. Minha mãe procurou, procurou, aí falei assim: “Eu quero fritar batata”. Minha irmã Priscila falou assim pra mim: “Ah, Jéssica, agora chega de fazer curso, né? Então, vamos procurar, de verdade, um curso disso [culinária], né?”. Eu aprendi, lá no Instituto Chefs Especiais, o nhoque de mandioquinha. Eu conheci a Reymi lá no Chefs Especiais, ela que me ensinou a fazer o nhoque de mandioquinha, que eu faço lá no café. Todo dia 29 tem.

## **AGENDA CHEIA**

Eu faço bastante coisa. Eu faço fono, eu estou aprendendo a falar direitinho, fica na Mooca, o nome dela é Simone, ela me ensina bastante coisa boa. Eu faço teatro, com o Leonardo Cortez. Eu faço academia pertinho da minha casa, zumba, com o Rafael. Eu faço palestra, faço entrevista. A minha vida é chique!

Eu estou feliz com tudo. Meu trabalho, meu estudo, meus amigos, primos maravilhosos, que eu adoro de paixão. E família, que dá apoio pra mim. Eu tenho uma sobrinha linda. E tenho o meu namorado.

## **SORTE NO AMOR E NO JOGO**

Eu estou terminando o Ensino Médio, meu sonho é fazer faculdade de gastronomia. Eu queria que todos os famosos provassem minha

comida, lá no Bellatucci. Depois, eu quero casar com meu namorado Phillippe, ter muitos filhos com ele, quero morar junto com ele... Felizes para sempre!

**VISITE O BELLATUCCI CAFÉ: [WWW.BELLATUCCICAFE.COM](http://WWW.BELLATUCCICAFE.COM)**

## FICHA TÉCNICA

Organização e Coordenação editorial: Thais Polimeni

Seleção de textos: Igor Preciso

Transcrição: Thábata Bauer

Revisão: Thais Polimeni e Thábata Bauer

Projeto gráfico e diagramação: Bemd Comunicação

Apoio: BM Neto Advogados

Estagiária: Thábata Bauer

Realização e Produção: ProAC, Cult Cultura, Carbono 60, Secretaria de Cultura e Economia Criativa, Governo do Estado de São Paulo

**APROVEITE E CONFIRA A WEBSÉRIE "PROFISSÕES DA ECONOMIA CRIATIVA" EM [YOUTUBE.COM/CULTCULTURA](https://www.youtube.com/cultcultura)**



**@CULTCULTURA**

Apoio:



Produção:



Realização:



| Secretaria de Cultura e Economia Criativa