

UNIVERSIDADE CATÓLICA DE PERNAMBUCO
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA, PÓS-GRADUAÇÃO E INOVAÇÃO
MESTRADO PROFISSIONAL EM INDÚSTRIAS CRIATIVAS

PAULA SANTOS LOURENÇO

**DA PISADA DO BARRO AO *STREAMING*: UM ESTUDO DO SAMBA DE COCO DE
ARCOVERDE-PE COMO INDÚSTRIA CRIATIVA PARA O DESENVOLVIMENTO
LOCAL**

**RECIFE, PE
Fevereiro/2024**

PAULA SANTOS LOURENÇO

**DA PISADA DO BARRO AO *STREAMING*: UM ESTUDO DO SAMBA DE COCO DE
ARCOVERDE-PE COMO INDÚSTRIA CRIATIVA PARA O DESENVOLVIMENTO
LOCAL**

Dissertação para apresentação do produto à banca do mestrado profissional em Indústrias Criativas da Universidade Católica de Pernambuco (Unicap), como exigência para obtenção do grau de Mestre em Indústrias Criativas.

Orientador: Professor Dr. Dario Brito Rocha Júnior
Coorientadora: Professora Dra. Carla Teixeira.

**LINHA DE PESQUISA 2: GESTÃO,
MERCADO E SOCIEDADE.**

RECIFE, PE

Fevereiro/2024

UNIVERSIDADE CATÓLICA DE PERNAMBUCO

L892d

Lourenço, Paula Santos.

Da pisada do barro ao streaming : um estudo do samba de coco de Arcoverde-PE como indústria criativa para o desenvolvimento local / Paula Santos Lourenço, 2024.
397 f. : il.

Orientador: Dario Brito Rocha Júnior.

Coorientadora: Carla Teixeira.

Dissertação (Mestrado) - Universidade Católica de Pernambuco. Programa de Pós-graduação em Indústrias Criativas. Mestrado Profissional em Indústrias Criativas, 2024.

1. Coco (dança) - Arcoverde (PE). 2. Cultura popular.
3. Indústrias culturais. 4. Política cultural. 5. Economia criativa.
I. Título.

CDU 398.84(81)

Luciana Vidal – CRB-4/1338

Da pisada do barro ao streaming: um estudo do samba de coco de Arcoverde-PE como indústria criativa para o desenvolvimento local. © 2024 by Paula Santos Lourenço is licensed under CC BY-NC-ND 4.0

PAULA SANTOS LOURENÇO

DA PISADA DO BARRO AO *STREAMING*: UM ESTUDO DO SAMBA DE COCO DE ARCOVERDE-PE COMO INDÚSTRIA CRIATIVA PARA O DESENVOLVIMENTO LOCAL

BANCA EXAMINADORA

 Documento assinado digitalmente
DARIO BRITO ROCHA JÚNIOR
Data: 13/06/2024 09:26:08-0300
Verifique em <https://validar.it.gov.br>

Prof. Dr. Dario Brito Rocha Júnior (Orientador)

 Documento assinado digitalmente
CARLA PATRÍCIA PACHECO TEIXEIRA
Data: 12/06/2024 14:37:18-0300
Verifique em <https://validar.it.gov.br>

Prof. Dra. Carla Patrícia Pacheco Teixeira (Coorientadora)



Prof. Dr. João Guilherme de Melo Peixoto (Examinador interno)



Prof. Dra. Maria Salett Tauk Santos (Examinadora externa)

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho a todos os artistas das mais diversas culturas populares do Nordeste brasileiro que resistem para preservar a tradição de suas origens.

AGRADECIMENTOS

A aprendizagem é um processo coletivo, pois requer apoio de vários atores na jornada. Por isso, é preciso agradecer sempre! Começo agradecendo ao presidente do Sistema Fecomércio/Sesc/Senac em Pernambuco, Bernardo Peixoto, à diretora-executiva da Fecomércio-PE, Cleide Pimentel, ao diretor regional do Sesc em Pernambuco, Oswaldo Ramos, à diretora de Administração e Finanças do Sesc PE, Socorro Costa, à gerente de Gestão de Pessoas do Sesc PE, Anna Karla Rabêllo, e à coordenadora de Desenvolvimento de Pessoas do Sesc PE, Kátia Carrera, por acreditarem no projeto de pesquisa, bem como autorizarem e viabilizarem a Política de Incentivo Educacional da instituição. Sem a valorização do objeto de estudo e o suporte financeiro do Sesc, eu não teria conseguido realizar o mestrado.

Agradeço a Rudimar Constâncio, meu grande incentivador, à Ana Rosa Cavalcanti, à Rita Marize e a Izaías Trajano Neto, pelas trocas no dia a dia e leituras do pré-projeto e artigos. À Susy Souza pela ajuda no design do meu material de apresentação na defesa desta dissertação. Ao meu marido, parceiro de todas as horas, Jaime Alheiros, que me ajudou com diálogos e trocas durante a elaboração da dissertação e do Planejamento Estratégico, além de toda a compreensão pelas ausências, com horas a fio de estudo. À minha família e aos meus amigos pela compreensão das sucessivas faltas nesse período. Aos meus professores orientadores, Dario Brito e Carla Teixeira, por construir um processo de orientação eficaz, objetivo e extremamente humano. À Thaís Paranhos pelo apoio na revisão do trabalho.

Meus agradecimentos à Vera Jardim, que sempre me apoia no dia a dia, à Maria Aparecida Soares por me ajudar com muito carinho nos documentos, nos livros, nas agendas de viagens para que tudo transcorresse com tranquilidade em meio à correria do dia a dia, junto com a equipe de Turismo Social do Sesc. Gratidão os motoristas do Sesc que me levaram para Arcoverde com muita segurança e tranquilidade, em especial para Almir Delgado Lobo, André Mota de Oliveira e Flávio da Silva Simões.

Agradeço aos grupos de samba de coco que sempre me acolheram muito bem. Sem eles, o Festival não existiria. À Teresa Urso, do Sesc Caruaru, a todos os entrevistados que dedicaram uma parte de seu tempo para conceder depoimentos valiosos ao trabalho, à equipe do Sesc Arcoverde, sobretudo Edva Amanda dos Santos Feitoza, Ermiro (Miro) José Carvalho, Tammara Nery e Ticiania Prudêncio.

E, por fim, dois agradecimentos extremamente especiais: a Eduardo Espinhara, que, ao apresentar a proposta do Festival, fez meus olhos brilharem de alegria para escolher esse tema como objeto de estudo, além de todo o apoio no decorrer do estudo; e à Águida Cardeal,

incansável, dia e noite comigo, na lida e até nas orações, para que eu entregasse essa dissertação.
Sem esses dois, esse trabalho não seria possível!

“Salve Deus. Maior do que Deus ninguém!”

Adiel Luna, Coco Raízes de Arcoverde

RESUMO

Esta dissertação busca compreender de que maneira os grupos de samba de coco de Arcoverde-PE podem contribuir com o desenvolvimento local. Para isso, empregou-se um estudo de caso do Festival Sesc PE de Economia Criativa: Na Pisada dos Cocos do Nordeste, uma iniciativa de indústria criativa protagonizada por coquistas e realizada nos anos de 2021, 2022 e 2023 na cidade. O projeto foi criado pelo Serviço Social do Comércio (Sesc), com apoio de entes públicos e privados. O presente trabalho contou com revisão bibliográfica, entrevistas em profundidade e observações diretas e participativas dos artistas e de diversos atores desse processo. Foram usados como referenciais teóricos: Almeida (2011) e Lima (2018) para a manifestação popular do coco; Canclini (1983) e Abib (2015) para culturas populares; Barbalho (2007), Calabre (2019), Canclini (1998) e Rubim (2007) para políticas culturais; Bendassolli (2009), Howkins, (2013) e Leitão (2011 e 2023) para economia criativa e Indústrias Criativas; Serrão e Costa (2020) e Jara (2001) para desenvolvimento local; Tauk Santos (2015 e 2016) e Reis (2018) para desenvolvimento local e comunicação; e Chiavenato e Sapiro (2004) para planejamento estratégico. O estudo pretende responder a seguinte pergunta de pesquisa: como um festival pautado na cultura popular contribui com o desenvolvimento local? Dessa forma, espera-se identificar os impactos culturais, sociais e econômicos gerados pelo projeto nos grupos de coco e no município. Como produto de intervenção, foi elaborado um planejamento estratégico destinado ao festival. A proposta de solução pode servir de inspiração para o Sesc e instituições culturais atuarem em outros contextos e lugares.

Palavras-chave: Samba de Coco, Cultura Popular; Políticas Culturais; Indústrias Criativas; Desenvolvimento Local.

ABSTRACT

This dissertation seeks to understand how coconut samba groups from Arcoverde-PE can contribute to local development. For this, a case study of the Sesc PE Festival of Creative Economy: Na Pisada dos Cocos do Nordeste, a creative industry initiative led by coconut artists and held in the years 2021, 2022 and 2023 in the city. The project was created by the Social Service of Commerce (Sesc), with support from public and private entities. This work included a bibliographical review, in-depth interviews and direct and participatory observations of the artists and various actors in this process. Almeida (2011) and Lima (2018) were used as theoretical references for the popular demonstration of coconut; Canclini (1983) and Abib (2015) for popular cultures; Barbalho (2007), Calabre (2019), Canclini (1998) and Rubim (2007) for cultural policies; Bendassolli (2009), Howkins, (2013) and Leitão (2011 and 2023) for creative economy and Creative Industries; Serrão e Costa (2020) and Jara (2001) for local development; Tauk Santos (2015 and 2016) and Reis (2018) for local development and communication and Chiavenato and Sapiro (2004) for strategic planning. The study aims to answer the following research question: how does a festival based on popular culture contribute to local development? In this way, it is expected to identify the cultural, social and economic impacts generated by the project on the coconut groups and the municipality. As a product of intervention, a strategic plan was developed for the festival. The proposed solution can serve as inspiration for Sesc and cultural institutions to act in other contexts and places.

Keywords: Samba de Coco; Popular Culture; Cultural Policies; Creative Industries; Local Development.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

- Abav – Associação Brasileira de Agências de Viagens
- ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas
- Abramus – Associação Brasileira de Música e Artes
- ACA – Associação Comercial de Arcoverde
- Adepe – Agência de Desenvolvimento Econômico de Pernambuco
- Alaic – Associação Latino-Americana de Pesquisadores em Comunicação
- Arcottrans – Autarquia de Trânsito, Transporte e Segurança de Arcoverde
- Astur-PE – Associação das Secretarias de Turismo de Pernambuco
- BNB – Banco do Nordeste
- CDL – Câmara de Dirigentes Lojistas
- Cecora – Centro Comercial Regional de Arcoverde
- CGA – Centro de Gastronomia e Artesanato Municipal de Arcoverde
- CNPJ – Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica
- Cocar – Coletivo Cultural de Arcoverde
- DCMS – *Department for Digital, Culture, Media and Sport* (Departamento de Digital, Cultura, Mídia e Esporte, tradução nossa)
- DR – Departamento Regional
- Ecad – Escritório Central de Arrecadação e Distribuição
- Empetur – Empresa Pernambucana de Turismo
- FIG – Festival de Inverno de Garanhuns
- Firjan – Federação das Indústrias do Rio de Janeiro
- Funarte – Fundação Nacional de Artes
- Funcultura – Fundo Pernambucano de Incentivo à Cultura
- Fundarpe – Fundação do Patrimônio Histórico e Artístico de Pernambuco
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
- IDH – Índice de Desenvolvimento Humano
- Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
- Iphan – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
- ISS – Imposto Sobre Serviços
- MEI – Microempreendedor Individual
- MinC – Ministério da Cultura

MST – Movimento dos Trabalhadores Sem Terra
ODS – Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
ONU – Organização das Nações Unidas
PIB – Produto Interno Bruto
Sebrae – Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
Secult-PE - Secretaria de Cultura de Pernambuco
Senac – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial
Serta – Serviço de Tecnologia Alternativa
Sesc – Serviço Social do Comércio
SGP – Sistema de Gestão de Projetos
TVU – TV Universitária
UBC – União Brasileira de Compositores
UFPE – Universidade Federal de Pernambuco
UNCTAD – Conferência das Nações Unidas Sobre Comércio e Desenvolvimento
Unesco – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura
Unicap – Universidade Católica de Pernambuco
UPE – Universidade de Pernambuco

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

- Figura 1 – Caravana do Coco
- Figura 2 – Lula Calixto
- Figura 3 – Letra de música de Assis Calixto
- Figura 4 – Primeiro “ganzá” improvisado das Irmãs Lopes
- Figura 5 – Assis Calixto e seus tamancos
- Figura 6 – Tamancos do mestre Ciço
- Figura 7 – Mestre Ciço e o tablado
- Figura 8 – Saia de integrante do Coco Trupé
- Figura 9 – Calças de integrantes do Coco Trupé
- Figura 10 – Caderno de Assis Calixto com mensagens de turistas
- Figura 11 – Perfil de Lia de Itamaracá
- Figura 12 – Perfil de Jackson do Pandeiro
- Figura 13 – Perfil de Jacinto Silva
- Figura 14 – Perfil de Dona Selma do Coco
- Figura 15 – Perfil de Aurinha do Coco
- Figura 16 – Perfil de Cila do Coco
- Figura 17 – Perfil de Bule-Bule
- Figura 18 – Perfil do Samba de Coco Raízes de Arcoverde
- Figura 19 – Perfil do Samba de Coco Irmãs Lopes
- Figura 20 – Perfil do Coco Trupé de Arcoverde
- Figura 21 – Perfil do Coco Fulô do Barro
- Figura 22 – Perfil do Grupo Pisada Segura
- Figura 23 – Print do site do *Onerpm*
- Figura 24 – Roda de conversa
- Figura 25 – Coco do Mundo Novo de Buíque (PE)
- Figura 26 – Assis Calixto na sua exposição
- Figura 27 – Artesão no Giro Criativo
- Figura 28 – Mestre Cícero em escola do Sesc Arcoverde
- Figura 29 – Mestre Cícero em escola do Sesc Arcoverde
- Figura 30 – Mesa de debate
- Figura 31 – Show do Coco Trupé na Praça Winston Siqueira

Figura 32 – Show do Coco Trupé na Praça Winston Siqueira
Figura 33 – Apresentação do Boi Diamante
Figura 34 – Mediação da exposição “Minha Arte é Sonorosa”
Figura 35 – Turistas na Rota dos Cocos
Figura 36 – Primeira *famtour* no Cruzeiro
Figura 37 – Visitantes na sede do Coco Raízes
Figura 38 – Estande do Giro Criativo
Figura 39 – Quiosque na Praça de Alimentação
Figura 40 – Estação de reciclagem
Figura 41 – Desfile de moda Veste Cena com coquistas na passarela
Figura 42 – Desfile de moda Veste Cena com coquistas na passarela
Figura 43 – Equipe do Sesc e coquistas no balanço do Festival 2022
Figura 44 – Show de Lirinha no palco principal
Figura 45 – Espaço Acessibilidade
Figura 46 – Apresentação das Irmãs Lopes
Figura 47 – Irmãs Lopes em cortejo até o palco secundário
Figura 48 – Irmãs Lopes em cortejo até o palco secundário
Figura 49 – Entrada do Cecora
Figura 50 – Exposição “Louças de Brincar”
Figura 51 – Rodada de negócios na Estação da Cultura
Figura 52 – Rodada de negócios na Estação da Cultura
Figura 53 – Modelos com o Coco Fulô do Barro
Figura 54 – Feira de artesanato
Figura 55 – Público no Festival
Figura 56 – Restaurante na Cena Gastrô
Figura 57 – Restaurante na Cena Gastrô
Figura 58 – Loja do Coco Raízes no CGA
Figura 59 – Centro de Informações ao Turista no CGA
Figura 60 – Acervo do Museu das Irmãs Lopes na casa da mestra Severina
Figura 61 – Acervo do Museu das Irmãs Lopes na casa da mestra Severina
Figura 62 – Cocos e Sesc reunidos para avaliação do Festival de 2023
Figura 63 – Cocos e Sesc reunidos para avaliação do Festival de 2023
Figura 64 – Assis e Ilma Calixto em museu e loja do grupo
Figura 65 - Assis e Ilma Calixto em museu e loja do grupo

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – Parcerias estabelecidas

TABELA 2 – Organização da terceira edição do festival

TABELA 3 – Impactos culturais para os grupos

TABELA 4 – Impactos culturais para a comunidade

TABELA 5 – Reuniões sistemáticas dos grupos

TABELA 6 – Impactos sociais para os grupos

TABELA 7 – Impactos sociais para a comunidade

TABELA 8 – Formações realizadas com os grupos

TABELA 9 – Impactos econômicos para os grupos

TABELA 10 – Impactos econômicos para a comunidade

TABELA 11 – Impactos econômicos para o comércio formal e informal

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	18
1. AS INDÚSTRIAS CRIATIVAS E A CULTURA NO BRASIL	28
1.1. As Indústrias Criativas e as Culturas Populares no Nordeste	30
1.2. A invisibilidade das culturas de tradição nas políticas culturais brasileiras	31
1.3. Políticas culturais para o fortalecimento das culturas populares	35
2. DA PISADA DO BARRO AO <i>STREAMING</i>	40
2.1. A origem do samba de coco de Arcoverde-PE e seus processos de criação	40
2.2. Uma brincadeira para assentar o piso de barro das casas	43
2.3. As transformações na música	45
2.4. Preservação da originalidade mesmo com a inclusão de instrumentos	47
2.5. Das palmas aos trupés	49
2.6. Improvisos cedem lugar à disciplina para apresentações	52
2.7. As influências das tecnologias digitais	54
2.8. Uma manifestação contemporânea	55
3. CONTRIBUIÇÕES DO <i>SPOTIFY</i> PARA OS SAMBAS DE COCO	57
3.1. A evolução na forma de consumir música	59
3.2. O coco da “Era do Ouro” do Rádio e da TV à “Era das Nuvens”	62
3.3. Preservação e difusão dos sambas de coco no mundo virtual	66
3.4. As interferências digitais na criação, na produção e no consumo do ritmo	72
3.5. Os desafios do novo mercado da música para os coquistas	74
4. SAMBANDO NOS MEANDROS DIGITAIS	76
4.1. As culturas populares na sociedade da atenção fragmentada	76
4.2. As adaptações do samba de coco aos tempos do consumo digital	77
4.3. A presença nas redes sociais	82
4.3.1. Análise dos perfis no <i>Instagram</i>	82
4.3.2. Análise dos canais no <i>Youtube</i>	84
4.3.3. Potencial para crescimento de audiência e monetização	85

4.4.	Tradição preservada em meio à disrupção	85
5.	O FESTIVAL SESC PE DE ECONOMIA CRIATIVA: NA PISADA DOS COCOS DO NORDESTE	87
5.1.	Aprendendo economia criativa com o Festival	89
5.2.	A integração do projeto ao HUB PE Criativo	94
5.3.	Mudança de patamar na segunda edição	97
5.4.	Entre lampejos, peijas e triunfos	106
6.	FESTIVAL SINALIZA TRANSFORMAÇÃO DE TERRITÓRIO	120
6.1.	Impactos culturais, sociais e econômicos na visão dos grupos e dos organizadores	122
6.1.1.	Impactos culturais	122
6.1.2.	Impactos sociais	128
6.1.3.	Impactos econômicos	132
6.2.	Percepções e conexões externas	139
6.2.1.	Inspiração para representantes do Sesc de outros estados	139
6.2.2.	Convergências com os parceiros Senac, Sebrae e TV Universitária	141
6.2.3.	Integração do ecossistema criativo	144
6.2.4.	Governos estadual e municipal explicam seus papéis	148
6.2.5.	O Festival sob a ótica do comércio arcoverdense	151
6.3.	Caminhos para a Rota dos Cocos	154
7.	POTÊNCIAS, DESAFIOS E PERSPECTIVAS DE GESTÃO E SUSTENTABILIDADE	158
7.1.	A cultura de tradição no protagonismo da economia criativa	158
7.2.	Dificuldades relatadas	159
7.3.	Sugestões de aperfeiçoamento	163
7.4.	Planejar para perseguir a longevidade	166
	CONSIDERAÇÕES FINAIS	168
	REFERÊNCIAS	172
	APÊNDICES	180
	ANEXOS	408

INTRODUÇÃO

As culturas populares podem contribuir para o desenvolvimento local? Os grupos de samba de coco de Arcoverde-PE, município situado a 255 quilômetros do Recife, mostram que podem colaborar com a transformação do território quando protagonizam iniciativas de Indústrias Criativas, como o Festival Sesc PE de Economia Criativa: Na Pisada dos Cocos do Nordeste. O projeto é organizado pelo Serviço Social do Comércio (Sesc) em parceria com entes públicos e privados e já ocorreu nos anos 2021, 2022 e 2023 na cidade. A quarta edição está prevista para 2024.

O presente estudo teve como objetivo geral compreender como o Festival colabora com o desenvolvimento local, a partir dos sambas de coco, analisando de que maneira isso pode acontecer. De modo específico, esta dissertação buscou identificar os impactos culturais, sociais e econômicos que o Festival gerou para os grupos e para o município ao longo de três edições.

Outro intuito mais focalizado deste trabalho foi entregar como produto de intervenção o Planejamento Estratégico do Festival, haja vista que o projeto não possui um documento desse tipo com indicadores para mensuração de impactos e aferição de resultados. No planejamento, foram levados em consideração os eixos cultural, social, de sustentabilidade e de gestão.

Dessa forma, espera-se colaborar com o Festival para que o projeto consiga evoluir na mudança de território, por meio da cultura popular, podendo servir de inspiração para outros contextos e lugares. Entretanto, esse trabalho não pretende exaurir as possibilidades, apontando apenas um caminho a ser percorrido em caso de ações similares em outras localidades.

Em 2022, a população estimada de Arcoverde, cidade situada na mesorregião do Sertão do Moxotó, era de 77.742 habitantes, o que conferia à cidade a 22ª posição em número de habitantes em relação aos 185 municípios de Pernambuco. Os dados são do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)¹, que também aponta o município como a 40ª economia do estado, registrando um Produto Interno Bruto (PIB) per capita de R\$ 16.141,61 em 2021. O comércio de bens, serviços e turismo – mantenedor do Sesc – é o ponto forte da economia. Segundo a Prefeitura de Arcoverde, há mais de 1,3 mil leitos de hospedagem na cidade, distribuídos entre 17 hotéis, pousadas e imóveis cadastrados para aluguéis temporários².

¹ IBGE. **Arcoverde**. Como visto em <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pe/arcoverde/panorama>>. Acesso em 11/2/2024.

² PREFEITURA de Arcoverde. **Arcoverde anuncia a programação festiva do São João 2023**. Publicado em 26 de abril de 2023. Como visto em <<https://www.arcoverde.pe.gov.br/noticias/6614/arcoverde-anuncia-a-programacao-festiva-do-sao-joao>>.

Em 2021, 14,48% dos arcoverdenses tinham ocupação, o equivalente a 10.901 cidadãos. Em 2010, 44,8% da população viviam com um rendimento nominal mensal per capita de até meio salário-mínimo. Os dados mais recentes no site do IBGE sobre educação também datam de 2010. As informações apontam que “a taxa de escolarização do município de 6 a 14 anos de idade era de 97,3%. Na comparação com outros municípios do estado, ficava na posição 52 de 185”. Porém, a cidade conta atualmente com pelo menos 11 faculdades, das quais, um campus da Universidade de Pernambuco (UPE) e a Faculdade de Medicina do Sertão.

Uma pesquisa da Organização das Nações Unidas (ONU)³ que colheu informações de educação, saúde, expectativa de vida, renda e emprego de todas as cidades brasileiras, divulgada em 2013, apontou que o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) de Arcoverde era de 0,667 em 2010. O IDH de Pernambuco era de 0,6731 no mesmo período. O maior IDH era de São Caetano do Sul, em São Paulo, com 0,811.

Na área cultural, Arcoverde apresenta o samba de coco como um dos seus destaques. Os grupos dessa cultura popular estão presentes na abertura da Festa de São João que, conforme a administração municipal, é a principal da cidade. Em 2023, o festejo gerou aproximadamente 6 mil empregos diretos e indiretos e movimentou R\$ 60 milhões na economia local.⁴

As comemorações juninas mobilizaram 800 mil pessoas, entre nativos e turistas, durante 13 dias em dez polos descentralizados. A ocupação hoteleira chegou a 100% nos dias 23 e 24 de junho, com pessoas de vários lugares do País e do mundo, muitas delas para conhecer os grupos de coco, assistindo a seus shows e visitando suas casas e museus na cidade.

Fundado em 1928, o município de Arcoverde tem o samba de coco como base de suas culturas populares. O brinquedo surgiu há mais de cem anos no local, quando Arcoverde ainda era um povoado denominado Olho D'Água dos Bredos. O folguedo iniciou com o canto das pessoas e a pisada do barro para aplainar o chão das casas da comunidade. A manifestação tornou-se tão expressiva que o município hoje é conhecido como “a terra do samba de coco”. Neste trabalho, entende-se como um dos conceitos de cultura popular o apresentado por Nestor García Canclini (1983). Para o autor:

As culturas populares (termo que achamos mais adequado do que a cultura popular) se constituem por um processo de apropriação desigual dos bens

2023#:~:text=De%20acordo%20com%20a%20organiza%C3%A7%C3%A3o,turistas%20e%20excursionistas%2C%20assim%20como>. Acesso em 10/2/2024.

³ ANPM. **Pesquisa realizada pela ONU aponta os 50 melhores municípios brasileiros para morar**. Publicado em 20 de janeiro de 2014. Como visto em <<https://anpm.com.br/noticias/pesquisa-realizada-pela-onu-aponta-os-50-melhores-municipios-brasileiros-para-morar>> Acesso em 10/2/2024.

⁴ FOLHA DAS CIDADES. **Prefeitura de Arcoverde divulga balanço do São João 2023**. Publicado em 4 de julho de 2023. Como visto em <<https://www.afolhadascidades.com.br/2023/07/prefeitura-de-arcoverde-divulga-balanco.html?m=1>>. Acesso em 10/2/2024

econômicos e culturais de uma nação ou etnia por parte dos seus setores subalternos, e pela compreensão, reprodução e transformação, real e simbólica, das condições gerais e específicas do trabalho e da vida. (Canclini, 1983, p. 42).

Outro entendimento complementar sobre cultura popular advém de Hall (2009):

[...] o essencial em uma definição de cultura popular são as relações que colocam a ‘cultura popular’ em uma tensão contínua (de relacionamento, influência e antagonismo) com a cultura dominante. Trata-se de uma definição de cultura que se polariza em torno dessa dialética cultural. Considera o domínio das formas e atividades culturais como um campo sempre variável. Observa o processo pelo qual as relações de domínio e subordinação são articuladas. Trata-se de um processo pelo qual algumas coisas são ativamente preferidas para que outras possam ser destronadas (Hall, 2009, p.241, *apud* Abib, 2015, p. 110).

Atualmente, existem sete grupos samba de coco arcoverdenses. Três deles são mais antigos: Irmãs Lopes, Raízes de Arcoverde e Trupé de Arcoverde, fundadores e difusores do ritmo na cidade. Outros três grupos são mais recentes, como o Fulô do Barro, o Pisada Segura e o Quebra Coco Aliança, criados por jovens que conviveram com o samba de coco desde a infância e investiram no ritmo com amigos e familiares. Há ainda um sétimo grupo, o Erêmin, formado em sua maioria por crianças e adolescentes, os futuros mestres e mestras da tradição.

Mesmo com a longevidade, o reconhecimento e a diversidade dos sambas de coco, não existem políticas públicas culturais sistemáticas que deem suporte a esses artistas, o que não impede que os grupos, sobretudo os mais tradicionais, façam apresentações em espaços privados e eventos públicos fora de Arcoverde, a exemplo do Carnaval nas cidades do Recife e Olinda. Os grupos mais antigos também já superaram as delimitações do estado: realizaram e realizam shows Brasil afora e até em outros países. Quase todos os grupos estão presentes nas redes sociais e plataformas *streaming*, como o *Spotify*, contando com milhares de seguidores.

Os exemplos citados acima demonstram como os coquistas podem colaborar com o desenvolvimento de seu território mesmo que de forma não planejada. No sentido de apoiar esses artistas para que se percebam como atores do desenvolvimento local, o Departamento Regional (DR) do Sesc em Pernambuco lançou, em 2021, o projeto Festival Sesc PE de Economia Criativa: Na Pisada dos Cocos do Nordeste. Trata-se de uma proposta de indústria criativa, embora a instituição não empregue este termo, realizada em conjunto com o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e em parceria com entes públicos e privados.

Mariana Reis (2018) recorda o elo entre cultura e desenvolvimento:

A aproximação das noções de cultura e desenvolvimento local sustentável ocorreu pela primeira vez em 1995, quando a Comissão Mundial para a Cultura da Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura (Unesco) gerou o relatório *Nossa Diversidade Criadora*, em que a cultura e o desenvolvimento são sinônimos. (Reis, M., 2018, p. 24).

As Indústrias Criativas são atividades que têm sua origem na criatividade e talento individual, com potencial para criação de trabalho e riqueza por meio da geração e exploração da propriedade intelectual, segundo definição do *Department for Digital, Culture, Media and Sport* (DCMS) do Reino Unido, pontuado por Bendassolli et. al., 2009. Elas englobam áreas como artesanato, cinema, música, artes performáticas, museus, galerias e atividades relacionadas às tradições culturais.

A primeira edição do Festival ocorreu de 10 a 14 de novembro de 2021, em formato híbrido, sendo transmitida pelo *YouTube* devido à pandemia da Covid-19. A segunda edição foi realizada de 3 a 20 de novembro de 2022 em formato presencial. A terceira edição, também totalmente presencial, ocorreu de 3 a 12 de novembro de 2023. A quarta edição está agendada para acontecer de 1º a 10 de novembro de 2024.

Entre as ações do festival em 2021, 2022 e 2023, destacaram-se as diversas reuniões sistemáticas para estreitar diálogos e entendimentos entre os grupos de samba de coco. Outras ações foram qualificações de aperfeiçoamento técnico, economia criativa e empreendedorismo voltadas aos artistas, ao ecossistema criativo e aos empresários do comércio de bens, serviços e turismo da cidade. No intuito de levar a tradição adiante, os mestres visitaram escolas no centro e na periferia do município.

Nos meses de novembro de 2021, 2022 e 2023, foram realizadas as apresentações e intervenções artísticas do Festival no próprio Sesc Arcoverde, em praças públicas e feiras livres, com artistas da cidade e outros de ritmos diferentes e reconhecimento nacional. Na Praça Winston Siqueira, localizada no centro da cidade, aconteceram os shows musicais gratuitos. No espaço, o público também pôde adquirir produtos da feira de economia criativa e gastronomia.

Em outra vertente, foi articulada uma cena gastronômica na cidade, envolvendo bares, lanchonetes e restaurantes com pratos em homenagem ao festival. Além disso, foram organizadas *famtours*⁵ com atores do *trade* turístico para vivenciar uma experiência nas sedes dos sambas de coco.

⁵ *Famtours* são “viagens de familiarização” para que agentes de viagens, revendedores de propostas de turismo possam aprender sobre o assunto e levar clientes. Fonte: SEBRAE. **Famtour: investimento que vale a pena.** Publicado em 17 de novembro de 2022. Como visto em <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/famtour-investimento-que-vale-a->

O projeto recebeu um investimento de mais de R\$ 1,5 milhão em três edições, somando aportes do Sesc, do Sebrae, do Governo do Estado, da Prefeitura de Arcoverde e de parceiros privados. Gerou 122.232 atendimentos ao público, o que significa que uma pessoa pode ser atendida mais de uma vez pelo projeto, participando de um espetáculo ou de uma palestra, por exemplo. Cerca de 174 artistas por ano estiveram à frente dessas atividades.

A iniciativa movimentou economicamente 30 empresas do comércio formal na primeira edição, 200 empresas do comércio formal na segunda edição e 200 empresas na terceira edição. A ocupação hoteleira de três dos quatro principais hotéis da cidade chegou a 90% na terceira edição. Nos âmbitos social e cultural, os grupos de samba de coco perceberam que, depois do Festival, eles estão se sentindo mais unidos e mais valorizados pela comunidade e pelo poder público. Outro aspecto observado: os jovens da cidade estão querendo aprender o ritmo.

Os dados levantados pela gestão do Sesc Arcoverde e as percepções dos grupos de samba de coco mostram que essa cultura popular pode contribuir com o desenvolvimento local, tendo o Festival como indutor desse processo. “(...) O desenvolvimento local entendido como um ‘processo endógeno de mudança que leva ao dinamismo econômico e à melhoria da qualidade de vida da população em pequenas unidades territoriais e grupamentos humanos’”. (Buarque, 2002, p. 25 *apud* Tauk Santos, 2016, p. 80). Reis (2018) complementa a explicação:

Em linhas gerais, pode-se explicar o desenvolvimento local como um processo no qual a comunidade identifica e reconhece os seus potenciais endógenos e utiliza os recursos humanos e materiais locais para produção, articulando parcerias públicas e privadas e promovendo ações educativas e inclusivas que permitam a participação dos próprios membros em diversos níveis, independentemente do gênero e idade. Os potenciais endógenos seriam, nesse sentido, o patrimônio vivo e imaterial da localidade: um município com vocação para o turismo rural, as riquezas da floresta, os sabores regionais – do bolo-de-roló ao queijo minas -, um engenho revitalizado para atividades culturais. E, ainda, as habilidades, próprias ou adquiridas, pelos moradores, como o ofício do seringueiro e da parteira, o trabalho do agricultor, passado de pai para filho, que pode ser potencializado, qualificado, melhorado para maior geração de renda. (Reis, M., 2018, p. 46)

Diante dessa hipótese, o presente trabalho trouxe em sua metodologia um estudo de caso do Festival em suas três edições. Duarte (2009) informa que “há várias as definições encontradas para o estudo de caso, porém a mais citada é de Yin”:

[..]o estudo de caso é uma inquirição empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto de vida real, quando a fronteira entre o

pena,505d72b910684810VgnVCM100000d701210aRCRD#:~:text=Famtours%20s%C3%A3o%20viagens%20de%20familiariza%C3%A7%C3%A3o,propriedade%20e%20em%20maior%20volume>

fenômeno e o contexto não é claramente evidente e onde múltiplas fontes de evidência são utilizadas. Ele enfatiza ser a estratégia preferida quando é preciso responder questões do tipo “como” e “por que” o pesquisador tem pouco controle sobre os eventos e quando o foco se encontra em fenômenos contemporâneos inseridos em algum contexto da vida real. (Yin, 2001, p.32 *apud* Duarte, 2009., p.216, in: Duarte & Barros 2009).

A autora reforça o entendimento:

O estudo de caso deve ter preferência quando se pretende examinar eventos contemporâneos, em situações onde não se podem manipular comportamentos relevantes e é possível empregar duas fontes de evidências, em geral não utilizadas pelo historiador, que são a observação direta e série sistemática de entrevistas. Embora apresente pontos em comum com o método histórico, o poder diferenciador do estudo de caso reside em “sua capacidade de lidar com uma ampla variedade de evidências - documentos, artefatos, entrevistas e observações” (Yin, 2001, p.27, *apud* Duarte, M.Y.M., p.219, in: Duarte & Barros 2009)

Para este trabalho, aplicou-se o recurso da entrevista em profundidade. Conforme Duarte & Barros (2009):

A entrevista em profundidade é um recurso metodológico que busca, com base em teorias e pressupostos definidos pelo investigador, recolher respostas a partir da experiência subjetiva de uma fonte, selecionada por deter informações que se deseja conhecer. Dessa maneira, como na análise de Demo (2001, p.10), sobre pesquisa qualitativa, os dados não são apenas colhidos, mas também resultado de interpretação e reconstrução pelo pesquisador, em diálogo inteligente e crítico com a realidade. Nesse percurso de descobertas, as perguntas permitem explorar um assunto e aprofundá-lo, descrever processos e fluxos, compreender o passado, analisar, discutir e fazer perspectivas. Possibilitam ainda identificar problemas, microinterações, padrões e detalhes, obter juízos de valor e interpretações, caracterizar a riqueza de um tema e explicar fenômenos de abrangência limitada. (Duarte & Barros, ORG. 2009, p. 62-63)

Na metodologia utilizada na presente pesquisa, foram realizadas duas entrevistas semiestruturadas com cada grupo de samba de coco, em julho de 2022 e em novembro de 2023, totalizando 12 entrevistas. Nesses momentos, foram ouvidos integrantes dos sambas de coco Fulô do Barro, Irmãs Lopes, Pisada Segura, Quebra Coco Aliança, Raízes de Arcoverde e Trupé de Arcoverde. O grupo Erêmin não foi incluído por se tratar de um grupo composto, em sua maioria, por crianças e adolescentes.

As entrevistas foram gravadas e acompanhadas de fotografias reproduzidas do acervo pessoal dos entrevistados ou tiradas pela entrevistadora/pesquisadora observadora em campo.

Houve o emprego da Escala Likert ⁶ para colher avaliação de alguns aspectos do Festival com os coquistas.

Outras 28 entrevistas semiestruturadas foram realizadas, em novembro e em dezembro de 2023, com profissionais ligados às áreas de Cultura, Políticas Culturais e Indústrias Criativas de Arcoverde, bem como de outros municípios de Pernambuco e de outros estados; da Secretaria de Cultura de Pernambuco (Secult-PE); da Agência de Desenvolvimento Econômico de Pernambuco (Adepe); além dos secretários de Cultura, Turismo e Desenvolvimento Econômico de Arcoverde; de agentes de turismo criativo e de experiência; e de empresários e/ou profissionais de equipamentos e/ou associações do comércio de bens, serviços e turismo do município.

Afora as entrevistas, buscou-se, ainda no âmbito metodológico, fazer um diagnóstico do Festival, por meio da análise de dados do Sistema de Gestão de Projetos (SGP) do Sesc, de planilhas de organização, atas de encontros dos grupos e relatórios de avaliação das três edições do evento. Houve o emprego de técnicas de revisão bibliográfica sobre os grupos de coco de Arcoverde-PE, culturas populares, economia criativa, Indústrias Criativas, desenvolvimento local, políticas culturais e comunicação. Foi realizada, ainda, uma pesquisa de reportagens e vídeos disponíveis na internet, que colaboraram para a compreensão do contexto desse patrimônio cultural no município, além de estudo dos perfis das redes sociais e dos canais das plataformas *streaming* dos grupos de samba de coco. Utilizaram-se fotografias das edições do Festival na presente dissertação cedidas pela Gerência do Sesc Arcoverde ou tiradas pela pesquisadora.

O presente estudo relacionou os depoimentos obtidos nas entrevistas, os documentos e as observações com as revisões bibliográficas pautadas nos referenciais teóricos de Almeida (2011) e Lima (2018) para manifestação popular do coco; de Canclini (1983) e Abib (2015) para culturas populares; de Barbalho (2007), Calabre (2019), Canclini (1998) e Rubim (2007) para políticas culturais; Bendassolli (2009), Howkins, (2013) e Leitão (2011 e 2023) para economia criativa e Indústrias Criativas; Serrão e Costa (2020) e Jara (2001) para desenvolvimento local; Tauk Santos (2015 e 2016) e Reis (2018) para desenvolvimento local e comunicação; e Chiavenato e Sapiro (2004) para planejamento estratégico.

O trabalho visou atender as conclusões de Bendassolli et. al. (2009), ao pontuar os limites e as possibilidades das Indústrias Criativas.

⁶ Trata-se de um dos formatos mais populares e indicados para montar perguntas para realizar pesquisas de opinião e pesquisas de satisfação. Fonte: MIND MINERS. **O que é a Escala Likert** – Como visto em <<https://help.mindminers.com/pt-br/article/o-que-e-a-escala-likert-1bcv6bm>> Acesso em 15/2/2024

[...] seria desejável ter mais trabalhos de investigação empírica, com estudos tipo *grounded research*, que avaliassem aspectos variados de gestão em Indústrias Criativas, tais como: formulação e gestão de recursos humanos. (...) seria também necessário ter investigações focadas no trabalho do artista, ou do indivíduo criativo, no âmbito das Indústrias Criativas. (...) poder-se-iam realizar estudos de caso sobre as margens das Indústrias Criativas, e focar o trabalho de indivíduos e grupos de artistas, ou empreendedores culturais, que ajudam a fomentar a matéria-prima criativa e a inovação de seus respectivos setores (Becker, 1982; Zolberg & Cherbo, 1997 *apud* Bendassolli. et. al., 2009, p. 17)

Tratando as questões de desenvolvimento local, já conceituado, e de políticas culturais esta dissertação apresenta a aderência à linha de pesquisa “Gestão, mercado e sociedade” do Mestrado Profissional em Indústrias Criativas da Universidade Católica de Pernambuco (Unicap).

Sobre os conceitos de políticas culturais utilizados nesta dissertação há o de Canclini, que o atesta como:

“[...] o conjunto de intervenções realizadas pelo Estado, pelas instituições civis e pelos grupos comunitários organizados a fim de orientar o desenvolvimento simbólico, satisfazer as necessidades culturais da população e obter consenso para um tipo de ordem de transformação social” (Canclini, 1998, página 78, tradução nossa, *apud* Rubim P. 13).

Ainda sobre políticas culturais, Barbalho (2007) traz sua percepção:

“[...] por política cultural se entende não apenas as ações concretas, mas a partir de uma concepção mais estratégica, ‘o confronto de ideias, lutas institucionais e relações de poder na produção e circulação de significados simbólicos (McGuigan, 1996, p.01).’ Nesse sentido, elas são criativas, propositivas, ao produzirem discursos, detentoras de poder simbólico atuante no campo cultural”. (Barbalho, A. 2007, p. 39)

No âmbito da Comunicação, o presente estudo apresenta alinhamento com o Grupo de Trabalho Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), uma vez que nele ocorre, conforme a ementa:

A análise dos processos que a relação da comunicação para o desenvolvimento no território e nos contextos populares, tendo como objetos de estudo as instâncias da produção, da circulação e da recepção de mensagens, frente aos processos atuais de exclusão social e às dinâmicas econômicas agrícolas e não agrícolas, incluindo as Indústrias Criativas. (Intercom [s/data])

Pode-se trabalhar mais estritamente no Grupo Temático 12 - Comunicação para Mudança Social, da Associação Latino-Americana de Pesquisadores em Comunicação (Alaic), tendo em vista que o grupo busca renovar teoria e prática da comunicação para a mudança social, “que aborda aspectos de diálogo, participação e reapropriação de dois processos de comunicação para o fortalecimento organizacional e a mudança social”.

Os modelos emergentes das experiências de independência na África, na Ásia e na América Latina estão intimamente ligados aos acontecimentos políticos e sociais, e num sentido mais amplo aos valores e expressões das identidades culturais. Uma de suas principais premissas é que as causas do subdesenvolvimento são estruturais, relacionadas à posse da terra, falta de liberdades coletivas, opressão das culturas indígenas, injustiça social e outras questões políticas e sociais, e não apenas por falta de informação e conhecimento. (Alaic [s/data])

Para elaborar o produto de intervenção, ou seja, o Planejamento Estratégico do Festival, houve o estudo do conceito do que é planejamento estratégico com base nos autores Chiavenato e Sapiro (2004).

O planejamento estratégico é um processo de formulação de estratégias organizacionais no qual se busca a inserção da organização e de sua missão no ambiente em que está atuando. Para Drucker, “planejamento estratégico é o processo contínuo de, sistematicamente e com maior conhecimento possível do futuro contido, tomar decisões atuais que envolvem riscos; organizar sistematicamente as atividades necessárias à execução dessas decisões e, através de uma retroalimentação organizada e sistemática, medir o resultado dessas decisões em confronto com as expectativas alimentadas”. (CHIAVENATO & SAPIRO, 2004, p. 39)

O Planejamento Estratégico do Festival teve como base o Plano de Ação para micro e pequenas empresas do Sebrae, fazendo-se as adaptações necessárias, contemplando missão, visão, valores, análise da Matriz SWOT ⁷(do inglês *strengths, weaknesses, opportunities and threats* – em português forças, fraquezas, oportunidades e ameaças), eixos estratégicos, objetivos, macro ações, ações, subações, atividades e indicadores.

O primeiro capítulo do presente estudo apresenta o conceito e o contexto das indústrias criativas no mundo, no Brasil e no Nordeste, trazendo informações de órgãos internacionais e brasileiros sobre esse setor, incluindo o segmento da Cultura e da Cultura Popular e seu desempenho na Região Nordeste. Trata também da questão das políticas culturais brasileiras, da

⁷ <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/conheca-a-analise-swot,202f64e8feb67810VgnVCM1000001b00320aRCRD>

invisibilidade da cultura de tradição no Brasil e de políticas culturais para o fortalecimento das culturas populares, incluindo o samba de coco de Arcoverde.

No segundo capítulo, é abordada a origem do coco no País e no município arcoverdense. São detalhadas as transformações ao longo de mais de cem anos dessa tradição na cidade, desde quando era apenas uma brincadeira para assentar o piso de barro das casas na comunidade até seu diálogo contemporâneo para as tecnologias digitais.

O terceiro capítulo contempla informações sobre as mudanças na forma de consumir, produzir e difundir música da “Era do Ouro” do Rádio e da TV até a chegada das plataformas *streaming*, como o *Spotify*, e como isso tem sido absorvido pelos grupos de samba de coco de Arcoverde. Mesmo com um mercado competitivo, os artistas populares têm buscado formas de se adaptar às novas tendências.

Além das plataformas *streaming*, os coquistas vêm conseguindo atuar nas redes sociais. O quarto capítulo mostra como os artistas estão se encaixando nesse universo digital, trazendo uma análise dos perfis dos grupos no *Instagram* e no *Youtube*, que possuem milhares de seguidores.

No quinto capítulo, foi reservado espaço para o detalhamento das três edições do Festival, narrando o desenvolvimento de sua metodologia, a integração com a rede do HUB PE Criativo e as dificuldades apresentadas pela organização do projeto.

O sexto capítulo busca identificar os impactos culturais, sociais e econômicos que o Festival gerou para os grupos de samba de coco e para o município em três anos de realização. As percepções foram obtidas por meio de dados e entrevistas com os coquistas, organizadores do evento e participantes externos entrevistados para o presente estudo.

No sétimo capítulo, são elencadas as potências do projeto, bem como os seus desafios para a sustentabilidade. Além das dificuldades, são apresentadas perspectivas em busca da longevidade dessa iniciativa de Indústria Criativa, apontando a elaboração do Planejamento Estratégico do projeto, que é o produto de intervenção desta dissertação, como um caminho para vislumbrar soluções em médio prazo.

Dessa forma, o presente estudo espera contribuir com o Festival para que o projeto consiga proporcionar desenvolvimento local por meio da cultura popular, podendo servir de inspiração para outros contextos e lugares. Contudo, entende-se que este trabalho não exaure, de forma alguma, as possibilidades, apontando apenas um caminho a ser percorrido em caso de ações similares em outras localidades.

1 – AS INDÚSTRIAS CRIATIVAS E A CULTURA NO BRASIL

“Eu sou de Arcoverde, meu povo, venha conhecer. Essa terra tem muita cultura, chegue cá que você vai ver” – **Pisada Segura**

As Indústrias Criativas, que envolvem áreas como cinema, música, museus, galerias, artes performáticas e atividades relacionadas às tradições culturais, começaram a ser estudadas nos anos 1990 na Austrália. Contudo, o assunto tomou corpo na Inglaterra e se propagou mundo afora no início deste século. Leitão C.S. et. al. (2011) trazem o conceito de Indústrias Criativas descrito na Conferência das Nações Unidas Sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD). De acordo com a entidade, Indústrias Criativas são:

[...] os ciclos de criação, produção e distribuição de bens e serviços que usam a criatividade e o capital intelectual como principais insumos. Elas compreendem um conjunto de atividades baseadas no conhecimento e que produzem bens tangíveis e intangíveis, intelectuais ou artísticos, com conteúdo criativo, valor econômico e voltados para o mercado. (UNCTAD, 2008, p. 4, *apud* Leitão et. al., 2011, p. 544)

Segundo Jambero e Ferreira (2012, p.183), “na primeira década dos anos 2000, diversos países e regiões subnacionais incorporaram as Indústrias Criativas na sua agenda política em função do potencial de desenvolvimento econômico associado a elas”. Leitão C.S. et. al. (2011) descrevem que:

O tema ‘Indústrias Criativas’ está no foco das discussões de órgãos e comunidades internacionais, nos últimos anos, sendo destacado como estratégico para o crescimento e o desenvolvimento econômico e social de países desenvolvidos e em desenvolvimento, seja através da geração de emprego e renda, seja por meio da promoção da inclusão social, da diversidade cultural ou do desenvolvimento humano. (Leitão et. al. 2011, p. 544)

De acordo com a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), a cultura e os produtos criativos contribuem fortemente para a economia mundial, “impulsionando o crescimento e ajudando a diversificar as economias nacionais de baixa, média e alta renda” (UNESCO, 2014, tradução nossa, p. 22). Atualmente, a economia criativa é uma das mais pungentes do Século XXI. Só no Reino Unido, movimentou 91,8 bilhões de libras (equivalente a R\$ 576,504 bilhões em fevereiro de 2024) e gerou 3,04 milhões de empregos em 2016 (HM Government, 2018).

Levantamento⁸ da Federação das Indústrias do Rio de Janeiro (Firjan) divulgado em 2022 revelou que, em 2020, o PIB Criativo do Brasil totalizou R\$ 217,4 bilhões, o equivalente a 2,9% do PIB total do País, percentual idêntico ao da construção civil. No mesmo ano, existiam 935.314 profissionais criativos formalmente empregados, mais que em 2017 – ano do mapeamento que antecedeu o de 2022 –, quando esse número era de 837,2 mil. Ou seja, no Brasil, “a economia criativa passou a ser parte essencial da cadeia produtiva, um insumo tão relevante quanto o capital, o trabalho e as matérias-primas para uma quantidade cada vez maior de setores” (Firjan, 2019, p.10).

Porém, o mesmo crescimento não aconteceu no ramo da Cultura. Em 2022, só foram contabilizados 60.166 empregos no setor, o menor entre as áreas de Indústrias Criativas detalhados pela Firjan. Em 2017, esse total havia sido de 64.863 postos de trabalho. A queda esteve ligada à pandemia da Covid-19 e às intervenções do Governo Federal antes da crise sanitária.

O desempenho das Indústrias Criativas nos estados do Nordeste, assim como os de outros setores da economia, mostrou-se mais retraído do que em federações do Sudeste e do Sul, conforme mapeamento da Firjan. Enquanto a taxa de participação do PIB Criativo por estado atingiu 4,6% no Rio de Janeiro e 4,4% em São Paulo, nos estados do Nordeste esse percentual variou de 0,5% no Maranhão a 2,5% no Ceará. Em Pernambuco, o percentual atingiu 2% em 2022.

A região nordestina gerou 10.886 dos 60.166 postos de trabalho de cultura no País em 2020, o que representa 18,09% do total. São Paulo, líder de empregos nesta área, ofertou mais que o dobro de postos de trabalho: 22.284. O maior empregador nordestino foi a Bahia, com 3.510 empregos, e o menor foi Sergipe, com 378 vagas ocupadas, desempenho que ficou à frente apenas de estados do Norte do País. Pernambuco gerou 1.758 empregos em 2020, menos que os 2.144 em 2017.

Além de esclarecer o que são as Indústrias Criativas, sua relevância para a economia e os dados da Firjan sobre o tema, o presente capítulo busca contextualizar o assunto, entrelaçando-o com informações do segmento da Cultura e da Cultura Popular no Brasil e Nordeste. Trata também da questão das políticas culturais brasileiras, da invisibilidade da cultura de tradição no País e de políticas culturais para o fortalecimento das culturas populares, incluindo o samba de coco de Arcoverde.

⁸ O Mapeamento da Indústria Criativa de 2022 analisa 13 segmentos da Indústria Criativa separados em quatro grandes Áreas Criativas: Consumo (Design, Arquitetura, Moda e Publicidade & Marketing), Mídias (Editorial e Audiovisual), Cultura (Patrimônio e Artes, Música, Artes Cênicas e Expressões Culturais) e Tecnologia (P&D, Biotecnologia e TIC).

1.1. As Indústrias Criativas e as Culturas Populares no Nordeste

Mesmo com desempenhos numéricos das Indústrias Criativas inferiores ao eixo do Sul-Sudeste, o Nordeste é reconhecido pela riqueza de suas culturas populares. E foi justamente nas expressões populares que o mapeamento da Firjan deu ênfase no impacto negativo em 2020 devido à pandemia:

Diante das dificuldades impostas pela pandemia, todos os segmentos dessa área apresentam contração na comparação entre 2020 e 2019. Para os segmentos de Artes cênicas (-26,6% em relação a 2017) e Patrimônio e artes (-20,6% no mesmo período), a tendência de queda já era observada mesmo antes da imposição de restrições sanitárias. A dependência de financiamento público em um período de grandes restrições fiscais, associada a mudanças nas leis de incentivo à cultura que dificultam o acesso a esses recursos, tem impactado negativamente esses segmentos há alguns anos (...). Já Música e Expressões Culturais são afetadas sobretudo na pandemia (-13,3% e -7,1% de recuo em 2020). (Firjan, 2022, p. 21)

Tendo em vista as dificuldades da área da cultura nas Indústrias Criativas, principalmente nas manifestações populares (de alto valor simbólico e baixo retorno financeiro), a entidade indica a necessidade de um trabalho alinhado de políticas públicas para o desenvolvimento, enxergando as diferenças entre as diversas áreas das Indústrias Criativas.

A Federação assegura que há “desconexões entre os instrumentos tradicionais de política cultural e política industrial e as Indústrias Criativas”, pontuando que:

[...] o desafio principal da política pública não deve ser apenas sanar falhas de mercado, mas falhas sistêmicas: a ausência ou fragilidade em laços ou atores do ecossistema criativo local. Por outro lado, limitar a intervenção sobre a EC às políticas industriais como forma de elevar a produtividade da economia pode desestimular produções criativas com elevado valor cultural e simbólico, mas baixo valor comercial ou econômico, incluindo produções que não são distribuídas por meio de mercados. (Firjan, 2022, p. 72)

Assim como a Firjan traz uma reflexão sobre a necessidade de separar as políticas públicas entre as áreas das Indústrias Criativas, observando maior necessidade de amparo à cultura popular, muito presente no Nordeste, autores que estudam políticas culturais enxergam o potencial da cultura popular da região e instigam o Estado a fomentar essa nova economia:

Ora, a Região Nordeste é reconhecida nacionalmente como celeiro da criatividade brasileira. Seu potencial turístico, seu empreendedorismo no setor tecnológico, a riqueza e a diversidade de seu patrimônio material e imaterial

exemplificam essa criatividade. Ironicamente, os governos não transformam essa criatividade em ativos estratégicos para suas economias e, desse modo, continua a ser reconhecida pelos seus baixos índices de desenvolvimento humano. A vocação da Região Nordeste para a produção de bens e serviços criativos não deveria ser reconhecida pelo Estado, concretizando-se em políticas e programas de fomento a essa nova economia? (Leitão *et. al.*, 2011, p. 544)

Os autores citados abordam a proposta de um desenvolvimento endógeno para a Região Nordeste que:

[...] permitiria às regiões pobres e desiguais, como é o caso do Nordeste brasileiro, uma nova alternativa de crescimento econômico, não mais construído de fora para dentro, mas resultado de uma dinâmica econômica local capaz de dialogar com o mundo. Ao mesmo tempo, esse desenvolvimento se fundamentaria em profundas raízes culturais, pois valorizaria éticas, socialidades e expressões culturais locais, necessárias, por sua vez, à consolidação de práticas cooperativas, ao crescimento da confiança entre indivíduos e grupos, além da proteção ao patrimônio cultural e ambiental dos territórios envolvidos. (Leitão *et. al.*, p. 543).

Considerando que o Nordeste historicamente mostra dificuldades de desenvolvimento social e econômico e que a cultura popular, em suas diversas manifestações, é uma área das Indústrias Criativas a ser trabalhada na região, torna-se premente o desenvolvimento de políticas, públicas e/ou privadas, para que essas expressões populares sejam fortalecidas e contribuam para o desenvolvimento de seus territórios. Assim, será possível proporcionar uma maior distribuição de riqueza na região.

1.2. A invisibilidade das culturas de tradição nas políticas culturais brasileiras

Da visão inovadora sobre Cultura de Mário de Andrade no início dos anos 1920 até o início do terceiro Governo Lula em 2023, passaram-se mais de cem anos de incertezas e poucos avanços nas políticas culturais no Brasil. Ao longo desse período prevaleceu certa miopia – intencional ou não – para enxergar a cultura como elemento antropológico e social, sem observar a diversidade, sem respeitar as diferenças e sem coexistir com os conflitos inevitáveis neste campo.

Rubim (2007) reforça a importância de Mário de Andrade quando era secretário de Cultura de São Paulo para além daquele território no início do Século XX, pois ele enviou expedições para as regiões Norte e Nordeste do País, buscando relatar as manifestações culturais existentes naquela época, entre elas o coco em seus diversos estilos. De certa forma, houve a

contribuição para o registro de vários folgedos e sua conseqüente preservação, conforme detalha o autor:

“[...] pode-se afirmar que Mário de Andrade inova em: 1. estabelecer uma intervenção estatal sistemática abrangendo diferentes áreas da cultura; 2. pensar a cultura como algo “tão vital como o pão”; 3. propor uma definição ampla de cultura que extrapola as belas artes, sem desconsiderá-las, e que abarca, dentre outras, as culturas populares; 4. assumir o patrimônio não só como material, tangível e possuído pelas elites, mas também como algo imaterial, intangível e pertinente aos diferentes estratos da sociedade; 5. patrocinar duas missões etnográficas às regiões amazônica e nordestina para pesquisar suas populações, deslocadas do eixo dinâmico do país e da sua jurisdição administrativa, mas possuidoras de significativos acervos culturais (modos de vida e de produção, valores sociais, histórias, religiões, lendas, mitos, narrativas, literaturas, músicas, danças etc.). (Rubim, 2007, p. 15-16)

Entretanto, Rubim entende que houve uma visão iluminista para com as culturas de tradição.

[...] Dentre outras críticas ao seu projeto, cabe destacar: uma certa visão iluminista de imposição da cultura de elite e a desatenção com o tema do analfabetismo em uma sociedade tão excludente com a brasileira, em especial nos anos 30 (Raffarin, 2001). Mas tais limitações não podem obscurecer a exuberância e criatividade deste marco inicial das políticas culturais no Brasil. (Rubim, 2007, p. 15-16)

Barbalho (2007), por sua vez, esclarece que, no Governo de Getúlio Vargas, a elite intelectual no poder à época trabalhou para encontrar uma identidade nacional por meio da cultura, esta que sempre foi enquadrada e perseguida pelos governos de perfil ditatorial. Criaram-se instituições culturais voltadas ao patrimônio, ao teatro, à música, ao audiovisual, entre outras áreas, porém sem espaço para as manifestações populares.

O mesmo comportamento elitista aconteceu no período do regime militar, quando houve uma interferência sistemática na área da cultura, não para contribuir, mas para desvirtuar o seu papel para a sociedade, utilizando-a como ferramenta para garantir uma suposta integração nacional.

[...] Nesse momento, a preocupação das elites dirigentes não é mais “criar uma nação”, e sim garantir sua integração. No entanto, mais uma vez, a cultura é percebida como elemento central na garantia da nacionalidade. [...] A “Mitologia Verde-Amarela”, sempre retrabalhada pelas elites brasileiras de acordo com o contexto, assume agora o lema Proteger e Integrar a Nação. Com isso, a cultura popular, elemento central dessa mitologia, é apropriada pela

classe dominante através de determinada visão do nacional-popular que representa a nação de forma unificada. (Barbalho, A., 2007, p.43)

Após o regime militar, não houve preocupação com a manutenção de uma unicidade da nação. No Governo Sarney, o mercado começou a ter poder de decisão no campo da cultura e, no Governo Collor, foi criada a Lei de Incentivo à Cultura, mais conhecida como a Lei Rouanet (1991) em vigência até os dias de hoje. No Governo Itamar Franco, foi instituída a Lei Audiovisual (1993) e, no Governo Fernando Henrique Cardoso, a cultura foi tratada como um nicho de mercado, com destaque para o lançamento da cartilha “Cultura é um bom negócio”.

De 1985 ao ano 2000, foi um longo período em que a renúncia fiscal tomou o papel das políticas públicas culturais. Isso afetou sobremaneira a cultura popular, no que dependesse da esfera federal, pois os artistas populares não tinham, e até hoje não têm, acesso a patrocínios obtidos dessa forma por não atenderem à lógica do sistema capitalista, que preconiza a escalabilidade do consumo.

Com o início do primeiro Governo Lula em 2001, o então ministro da Cultura Gilberto Gil inaugurou um novo momento no País. O Estado passou a ter um real protagonismo na construção das políticas culturais e mais: a cultura passou a ser vista em seu perfil antropológico, com um perfil mais inclusivo. Assim, houve um olhar para a cultura popular respeitando os seus princípios e espaços com o Programa Cultura Viva.

A preocupação do MinC com os grupos e redes excluídos do raio de alcance do Ministério motivou a criação de um dos mais importantes programas da gestão Gilberto Gil, o Programa Nacional de Cultura, Educação e Cidadania – Cultura Viva. Na compreensão de Célio Turino, coordenador do programa, o Cultura Viva se volta para aqueles que denomina de “os sem Estado”, ou seja, os milhares de brasileiros e brasileiras que não acessam os direitos básicos da cidadania, inclusive o cultural. (Barbalho, A., 2007, p. 54)

Calabre (2019) explica como os invisíveis, que, neste caso, enfatizamos os artistas populares, passaram a ser vistos pelo Governo Federal:

A ideia básica do programa, criado em 2004, era fomentar, por determinado período, iniciativas culturais já realizadas, prioritariamente nas diversas comunidades, nas áreas periféricas ou ainda nos grupos em situação de vulnerabilidade social. As instituições eram reconhecidas como “pontos de cultura” e, a partir de um edital, acessariam recursos públicos por um período de três anos. O programa gerou o processo de reconhecimento de uma série de atividades, saberes e fazeres, de certa forma, antes invisíveis para o Poder Público. (Calabre, L. 2019, p. 158)

Apesar dos avanços, Barbalho (2007) critica o Governo Lula por querer encontrar uma harmonização das culturas do País, quando, segundo ele, não se deve cobrar por isso, pois a diferença faz parte da realidade brasileira.

No entanto, mesmo fazendo referências às diferentes culturas, a gestão do ministro Gilberto Gil não consegue romper com a busca de uma harmonia entre os brasis. Não se coloca na sua radicalidade (no sentido de raiz e não de sectarismo) a questão da identidade em seu conflito com a alteridade, com a diferença. A relação identidade/diversidade é fundamental para se perceber as diversas manifestações culturais que funcionam como referências identitárias, e muitas vezes efêmeras, para os vários grupos de uma sociedade. Os sentidos assumidos, portanto, não são fixos e sim processuais e a identidade deixa de ser um fato consumado para ser uma produção. (Barbalho, A., 2007, p. 56)

O Governo Dilma Rousseff foi marcado pela retração das políticas culturais e o encerramento de alguns projetos criados no Governo Lula. Freitas, Targino e Granato (2021) citam que o Ministério da Cultura “teve perda significativa do simbolismo e de sua centralidade política. [...] o que se viu foi a diminuição do fomento à cultura e a extinção de muitas políticas criadas ao longo da gestão Lula” (2021, p. 223).

O movimento de enfraquecimento foi acentuado no Governo Michel Temer, que rebaixou o Ministério da Cultura a uma secretaria do Ministério da Educação, voltando a trabalhar apenas a política de renúncia fiscal. E, com o Governo Bolsonaro, o Ministério da Cultura foi extinto, sendo repassado ao Ministério da Cidadania e, posteriormente, ao Ministério do Turismo. Em 2019, o governo federal interferiu na área da Cultura, estabelecendo novas regras à Lei de Incentivo à Cultura, visando dissociá-la do nome da Lei Rouanet. Comprovadamente, também tomou uma postura de censura e de repressão a qualquer manifestação artística não alinhada aos pensamentos conservadores.

[...] um dos correligionários de Bolsonaro, o dramaturgo Roberto Alvim, nomeado secretário de Cultura do governo federal em novembro de 2019, chegou a convocar publicamente os artistas “alinhados aos valores conservadores” para criarem uma “máquina de guerra cultural”. (Freitas, Targino e Granato, 2021. p. 229).

Mais uma vez, as ações na esfera federal afetaram as culturas populares, que, em 2020, sofreram novo revés com a pandemia da Covid-19, a qual fez com que muitos artistas mudassem de ramo para sobreviver. Uma das formas encontradas para garantir a sobrevivência dos artistas foi a Lei Aldir Blanc (Lei nº 14.017, de 29 de junho de 2020) que dispõe sobre as ações emergenciais destinadas ao setor cultural a serem adotadas durante o estado de calamidade pública provocado pela pandemia.

Outra iniciativa para fomentar o setor foi a Lei Paulo Gustavo (Lei Complementar nº 195, de 08 de julho de 2022) que também dispõe sobre ações emergenciais destinadas ao setor cultural a serem adotadas em decorrência dos efeitos econômicos e sociais da pandemia da Covid-19.

Com o término do Governo Bolsonaro e o início do terceiro mandato do Governo Lula, em 2023, houve o restabelecimento do Ministério da Cultura, tendo a cantora Margareth Menezes à frente da pasta. Nesta nova composição, e depois de cem anos de idas e vindas nas políticas culturais no Brasil, os criativos esperam uma visão progressista da área.

Mesmo antes do terceiro Governo Lula, Calabre (2019) já pontuava o que precisava ser feito no País, sobretudo como os excluídos, que, no caso desta dissertação, reforça-se que são os artistas das culturas populares:

Uma política cultural atualizada deve reconhecer a existência de uma diversidade de públicos, sendo estes portadores de visões e interesses diferenciados, devendo ter seus direitos culturais garantidos pelo Estado. No caso brasileiro, há a premência de reverter um histórico processo de exclusão, de uma significativa parcela da sociedade, das oportunidades de consumo e da criação cultural. Determinadas práticas culturais e grupos sociais se mantiveram secularmente fora do escopo daquilo que o Estado considerava cultura; ele tinha alguma responsabilidade de fomentá-la, mantê-la e lhe garantir o acesso. (Calabre, L. 2019. p. 158)

Se esta visão sobre políticas culturais fosse implementada por parte dos governos, os artistas populares poderiam passar a ter visibilidade, colaborando para o seu desenvolvimento e da comunidade em que atuam.

1.3. Políticas culturais para o fortalecimento das culturas populares

Na ausência de políticas públicas efetivas na área da Cultura no Brasil, entidades como o Sesc, que têm quase 80 anos de existência e atuação em todo o território nacional, muitas vezes assumem esse papel, contribuindo para o fortalecimento do setor, incluindo as culturas populares. A entidade possui Política Cultural própria que tem como princípios os direitos culturais e a diversidade cultural, garantindo continuidade em suas ações. A saber:

Em suas diretrizes, traz como linhas norteadoras: “1) Promover as produções artístico-culturais nacionais; 2) Enfatizar o processo de criação e experimentação; 3) Manter diálogo permanente com os diversos públicos; e 4) Garantir equipe técnica especializada e infraestrutura adequada”. (...) Em seus pressupostos e intenções, a Política Cultural reafirma (...) a ação cultural do Sesc como força motriz de transformação e mudança, vinculando cultura e

educação na promoção do bem-estar e nos esforços para o desenvolvimento humano e social. (Sesc, 2016, pág. 8)

Em Pernambuco, o Sesc tem 110 profissionais de cultura nos 17 municípios onde atua (Recife, Jaboatão dos Guararapes, São Lourenço da Mata, Goiana, Sirinhaém, Surubim, Caruaru, Garanhuns, Belo Jardim, Arcoverde, Buíque, Floresta, Serra Talhada, Triunfo, Bodocó, Araripina e Petrolina), fomentando a cultura popular em cada um desses territórios.

A entidade implementou a Coordenação de Economia Criativa em agosto de 2020, vislumbrando as Indústrias Criativas e o desenvolvimento dos territórios. Em 2021, criou o Festival Sesc PE de Economia Criativa: Na Pisada dos Cocos do Nordeste, em Arcoverde, dialogando com grupos de coco, entre eles Coco Raízes, Irmãs Lopes e Coco Trupé.

O samba de coco, através de sua musicalidade e dança, comunica e se caracteriza como uma forma de resistência dos indivíduos, as situações sociais de opressão vivenciadas por negros, indígenas e mestiços, cujos direitos de exercício da cidadania foram durante boa parte da história da sociedade brasileira negados. (Lima, 2018, p. 58).

De acordo com Lima (2018), os grupos de coco tomam para si a responsabilidade pela reprodução da arte, pois estão conscientes de suas contribuições “para a revitalização de diversas práticas que influenciam na sua expansão e assimilação por sujeitos que apresentam uma demanda de consumo em consonância com a sociedade contemporânea” (Lima, 2018, p. 64).

Para além das práticas culturais, o Festival tem buscado suscitar o espírito empreendedor dos artistas que integram os sete grupos de samba de coco do município, levando em consideração que o perfil do artista muito se assemelha ao do empreendedor que pode, a partir de ideias criativas, enxergar oportunidades de negócios.

Veiga (2005) discorre que há várias definições sobre empreendedorismo, entre as quais, as mais simplistas, como a de Fillion (1991), que diz que “um empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões” (Fillion, 1991, *apud* Veiga, 2005, p. 14). Porém, para empreender, é preciso fazer uso de instrumentos de gestão, que muitas vezes causam estranheza e resistência por parte do artista, que não quer ver a sua arte precificada. Todavia, o Sebrae, que foi parceiro do projeto com aporte de recursos para formações empreendedoras aos coquistas e ecossistema criativo, aborda o assunto de maneira didática.

Os empreendedores dos demais setores econômicos, assim como os artistas, precisam sustentar os seus negócios e a si próprios. Mas essa sustentação não se dá apenas no campo econômico. Ela é complexa e requer uma mudança no modo de perceber e se relacionar com o mundo. (...) Mudar de atitude pode

dinamizar e qualificar a relação do empreendedor cultural com o seu negócio, estabelecendo níveis de conhecimento técnico e conceitual sobre gestão, produção, controle, investimento, comunicação, a fim de torná-lo estável, competitivo e passível de expansão. (Sebrae, 2015, p.11)

Se forem orientados à gestão, os grupos de coco podem gerar benefícios financeiros para si e para o ecossistema.

[...] as atividades culturais promovem a criação de novos postos de trabalho, incrementam a renda da região e ampliam sua base de crédito, ao promover a maior movimentação de recursos. (...) Ainda mais intangíveis são os benefícios não mensuráveis, a exemplo do enriquecimento intelectual da sociedade; da promoção da identidade de um povo; do fomento à criatividade, à tolerância, à análise crítica; da facilitação da inserção social de segmentos marginalizados da sociedade [...]. (Reis, A.C, 2006, p. 52)

Em 2021, o Festival movimentou aproximadamente R\$ 150 mil em Arcoverde. Em 2022, esse volume chegou a R\$ 715.260,95 e, em 2023; a R\$ 876.561,00. A circulação da economia é apenas um dos aspectos positivos que este tipo de evento, do qual participam diversos atores, públicos e privados, proporcionam ao território, além de seus desdobramentos. Segundo Serrão, S. e Costa, R., (2020):

Os eventos culturais incluem a colaboração de múltiplos *stakeholders*, entre os quais: autoridades governamentais, empresas, organizações sem fins lucrativos, voluntários, funcionários, residentes e turistas (Quinn, 2013). De acordo com a literatura, a realização de eventos tem sido utilizada como elemento-chave nas estratégias de desenvolvimento regional (Vassenska; Stankova, 2015), pelo que possibilitam oportunidades de lazer para os residentes; constituem um meio de obtenção de benefícios econômicos e comunitários; contribuem significativamente para os setores culturais e criativos; proporcionam rendimento direto aos produtores culturais (Richards; Palmer, 2010; Getz, 2007). Estes tipos de evento podem igualmente contribuir para o aumento do sentido de pertença da população local; introduzir novas ideias e desafios capazes de revitalizar a cultura e as tradições e reforçar a identidade territorial, concedendo uma experiência mais autêntica aos turistas (Gomes; Deville, 2017). Do ponto de vista social, proporcionam efeitos positivos para as comunidades anfitriãs, destacando-se a união de grupo/família; socialização; entretenimento, entre outros (Yolal *et. al.*, 2016). (Serrão; Costa, 2020, p.153)

O projeto gerou 8.050 atendimentos ao público em 2021. Em 2022, saltou para 54.031 atendimentos. Em 2023, avançou para 59.520 atendimentos. Entre as ações, aconteceram apresentações culturais, exposições, cursos, oficinas, feira de economia criativa, rodadas de negócios, rodas de conversa com artistas e visitas às escolas.

Nesse período, foi desenvolvida a proposta do roteiro de turismo criativo, com visita aos ateliês e museus dos mestres. A iniciativa ficou em terceiro lugar 3º Prêmio Pernambuco de Turismo da Empresa Pernambucana de Turismo (Empetur)⁹ em roteiros de turismo criativo em dezembro de 2022. Ou seja, o trabalho dos profissionais da cultura extrapola seu microcosmo, atingindo um ecossistema ao seu redor, pois a cultura contribui para o desenvolvimento de outros setores, entre os quais, o turismo criativo. Isso se alinha com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas.

A Agenda 2030 reflete uma visão ampla da cultura que engloba a contribuição da cultura para o desenvolvimento sustentável, incluindo o patrimônio cultural, as Indústrias Criativas, a cultura e os produtos locais, a criatividade e inovação, as comunidades locais, os materiais locais e a diversidade cultural. (...) A cultura (...) também contribui transversalmente para muitos dos ODS - incluindo os de cidades sustentáveis, trabalho decente e crescimento econômico, redução das desigualdades, meio ambiente, promoção da igualdade de gênero, inovação e paz e inclusão social. (Unesco, 2019, tradução nossa, p. 12)

Segundo Almeida, o turismo criativo “tem como objetivo oferecer uma experiência de aprendizagem autêntica e participativa, motivada pelo desejo do visitante aprender algo peculiar sobre o local visitado” (Almeida, L., 2021, p. 41). Ainda acrescenta:

O turismo criativo, especificamente, tem como premissa a valorização dos ativos culturais locais, fortalecendo a cultura e promovendo a autoestima da comunidade. Essas duas características, aliadas, fazem com que o turismo criativo se apresente como profícua ferramenta de desenvolvimento territorial, uma vez que agrega a questão econômica, cultural e afetiva de modo a estimular o desenvolvimento regional integral. (Almeida, L. 2021, p. 39).

Com o Festival, o Sesc busca fortalecer os coquistas para que eles possam difundir seus saberes e vivências, subsistir de sua arte e se verem como indutores de desenvolvimento local. Para isso, torna-se imprescindível trabalhar com eles e entre eles as narrativas territoriais, com o uso do diálogo como transformação social.

Na nova proposta de construção do desenvolvimento local e sustentável, a comunicação para o desenvolvimento tem um novo e fundamental papel para

⁹ SESC PERNAMBUCO. **Sistema Fecomércio/Sesc/Senac recebe troféus no Prêmio Pernambuco de Turismo**. Publicado em 13 de dezembro de 2022. Como visto em <<https://www.sescpe.org.br/2022/12/13/sistema-fecomercio-sesc-senac-recebe-trofeus-no-premio-pernambuco-de-turismo/>>
EMPETUR. **3º Prêmio Pernambuco de Turismo consagrou vencedores no Cais do Sertão**. Publicado em 13 de dezembro de 2022. Como visto em <<https://empetur.pe.gov.br/blog/11-blog/1367-3-premio-pernambuco-de-turismo-consagrou-vencedores-no-cais-do-sertao>>

garantir ações como mobilizar as populações para o aproveitamento dos recursos e energias endógenas; ampliar a capacidade de autogestão das populações envolvidas nos processos de desenvolvimento; estimular a participação das populações nas instâncias de representação política e nas redes sociais; garantir a oportunidade para que os projetos de desenvolvimento sejam resultado das aspirações das pessoas envolvidas; estabelecer parcerias entre organizações governamentais e não-governamentais e populações locais; e, sobretudo, mobilizar as populações para a construção da sustentabilidade econômica, ambiental e social das ações do desenvolvimento (Tauk Santos, 2014; Tauk Santos, 2016, p. 82).

Devidamente empoderados, os grupos de samba de coco podem cobrar políticas dos entes públicos, tendo em vista seu valor sociocultural, ao passo que também têm condições de empreender com seu trabalho. O reconhecimento dessa manifestação popular, por parte dos atores públicos e privados e da população, pode desencadear a realização de projetos e ações que fortaleçam o desenvolvimento socioeconômico do município.

2 – DA PISADA DO BARRO AO *STREAMING*

“Eu vi um raio de luz dentro dos seus olhos” –

Irmãs Lopes

2.1. A origem do samba de coco de Arcoverde-PE e seus processos de criação

O Brasil é um país rico em bens culturais. Um deles é o coco, ritmo de origem africana e indígena que surgiu no Nordeste, na época em que negros escravizados cantavam nos engenhos com o objetivo de passar o tempo enquanto quebravam o fruto para alimentação e para aliviar a opressão. Há indícios de que o ritmo nasceu no estado de Alagoas, quando este ainda integrava a capitania hereditária de Pernambuco, porém falta consistência à informação. O que se sabe, verdadeiramente, é que o coco está presente em toda a região, com destaque para Paraíba, Pernambuco, Rio Grande do Norte e Ceará, trazendo elementos diferenciados em cada um deles (Carvalho, R.V., 2021).

Embora impreciso em seu berço, o coco está marcado por vários gêneros: coco de roda, coco de pareia e samba de coco, por exemplo; e suas variedades, como coco de praia, coco de zambê, coco de milindô, coco de sertão e coco de usina, entre outros. Além disso, há o coco de embolada e o de literatura de cordel, conforme relata Lima (2018).

Em Pernambuco, o coco está presente do litoral ao sertão. Um deles é o samba de coco de Arcoverde, município situado a 255 quilômetros do Recife. Esse ritmo começou na cidade, também conhecida como “terra do samba de coco”, no início do Século XX. Apareceu como uma brincadeira de família e amigos que cantavam e dançavam batendo os pés para assentar o barro que formava o piso das casas de taipa da época.

O samba de coco de Arcoverde-PE tem origens africanas e indígenas (Jales, 2016, *apud* Carvalho, R.V., 2021). Ao longo do tempo, foi trazendo elementos dos trovadores sertanejos e do baião. Do ponto de vista de religiosidade, possui influência, para uns, da umbanda, do candomblé e da jurema e, para outros, do catolicismo, haja vista que o coco foi e é cantado no período de maio, mês do novenário de Maria, mãe de Jesus, e no período de festas juninas.

Reconhecido legalmente como patrimônio imaterial e cultural de Arcoverde¹⁰, esse samba de coco sertanejo tem como característica, desde seus primórdios, quatro instrumentos musicais: o ganzá, o pandeiro, o triângulo e o surdo. Nos anos 1990, ganhou um quinto elemento, o tamanco, para realizar as pisadas conhecidas como trupés.

¹⁰ ARCOVERDE (PE). **Lei Ordinária nº 2.681, de 22 de junho de 2023.**

O grupo mais antigo do município é o das Irmãs Lopes, hoje comandado pela mestra Severina Lopes. Em 1916, sua família saiu de Garanhuns e de Correntes, municípios do Agreste pernambucano, para se instalar em Arcoverde, que ainda era chamada “Olho D’Água dos Bredos”, em busca de sobrevivência a partir da agricultura. Os avós de dona Severina, Pedro Gomes da Silva e Clara Maria da Conceição, deram início à brincadeira na família, até como uma forma se comunicar e se integrar socialmente.

Com o passar das décadas, o ritmo saiu estritamente dos lares e foi ganhando espaço nas festas de aniversário, casamento e batizados, adentrando na comunidade. Entre os partícipes dessas brincadeiras, estavam os integrantes das famílias Gomes e Calixto. O mestre Assis Calixto – patrimônio vivo de Pernambuco – lembra que, aos sete anos de idade, em 1952, saiu do município de Sertânia (PE) para Arcoverde, com seus pais e irmãos e, depois que chegou na cidade, vivia dançando coco nas salas das famílias, entre elas, a dos Galegos.

Nos anos 1970, o folguedo aumentou sua projeção na cidade e na circunvizinhança graças a Ivo Lopes (1931-1987), irmão de dona Severina e personagem-chave nessa história, pois foi ele quem criou a Caravana do Samba de Coco (Figura 1), um caminhão-palco onde o grupo de coco se apresentava com figurino próprio em festas públicas e particulares. Nesse período, o coco deixou de ser um brinquedo e tomou ares de produto, pois os integrantes passaram a cantar e dançar com figurino, em palco e recebendo cachê.

Figura 1 – Caravana do Coco



Fonte: Reprodução de foto do acervo pessoal de Cícero Gomes. Paula Lourenço/2022.

Após a morte de Ivo Lopes, o samba de coco passou por um período de ostracismo, sendo retomado por outro personagem emblemático na cidade: Lula Calixto (Figura 2), vendedor ambulante que passava o dia comercializando cocadas e outros produtos, tocando pífano e

dançando coco nas ruas. Chegou a ser tido como louco por muitos arcoverdenses, mas foi graças à sua liberdade de expressão que ele conseguiu chamar atenção de uma funcionária da Fundação do Patrimônio Histórico e Artístico de Pernambuco (Fundarpe), Maria Amélia Campello, a qual propôs realizar o resgate do coco, por meio de diálogo com as famílias brincantes. Em 1992, constituiu-se o grupo Samba de Coco Raízes, com 35 integrantes.

Figura 2 – Lula Calixto



Fonte: Reprodução de foto do acervo da Família Calixto. Paula Lourenço/2022.

No dia 15 de novembro de 1999, Lula Calixto faleceu precocemente, aos 41 anos, vítima da Doença de Chagas. Mesmo com a morte de sua nova liderança, o grupo manteve-se firme e, em 2000, gravou o primeiro CD, intitulado “Coco Raízes de Arcoverde”, financiado pela Fundação Nacional de Artes (Funarte).

Apesar da gravação e dos shows, o grupo apresentou dificuldades para permanecer unido. Em 2004, houve uma cisão entre os artistas, com a formação do grupo de samba de coco Irmãs Lopes liderada pela mestra Severina Lopes. O Samba de Coco Raízes manteve-se até o ano de 2009 com a família Calixto e o mestre Cícero Gomes, quando ele saiu e formou seu próprio grupo, o Samba de Coco Trupé de Arcoverde. A família Calixto, por sua vez, seguiu com o Samba de Coco Raízes de Arcoverde.

No início dos anos 2000, os grupos de samba de coco de Arcoverde-PE ganharam projeção nacional e internacional, com turnês em várias cidades brasileiras, entre as quais, Rio de Janeiro e São Paulo, e no exterior, como Alemanha, França e Noruega. Um grupo musical arcoverdense que traz elementos do coco, o Cordel do Fogo Encantado, também realizou viagens

nacionais e internacionais, apresentando uma proposta musical inovadora, como aponta Lima (2018).

Nesse período, outros grupos de samba de coco foram constituídos e, atualmente, há sete deles na cidade. Além dos tradicionais Irmãos Lopes, Raízes de Arcoverde e Trupé de Arcoverde, existem o Quebra Coco Aliança (2004), Pisada Segura (2015) e Fulô do Barro (2016), formado por adolescentes, jovens e adultos. Este último foi fundado por moradores do bairro periférico de São Cristóvão, onde há muitas crianças e jovens em vulnerabilidade social. Eles encontraram arte uma forma de resgate social da comunidade, segundo o líder do grupo, Marcelo Cavalcanti da Silva.

Além disso, há o grupo Erêmin (2016), composto, em sua maioria, por crianças e adolescentes, contribuindo para manter viva a tradição entre os jovens. A maioria dos grupos sofreu fortemente os impactos provocados pela pandemia da Covid-19 e, em 2022, começaram a retomar suas atividades com os festivais e o ciclo junino.

O interessante é que os grupos de samba de coco buscam, de uma maneira ou de outra, assegurar a tradição desse bem cultural, com foco nos instrumentos, letras das músicas e/ou na pisada, entre outros componentes. Entretanto, todos eles possuem características diferentes e alguns trazem elementos novos, proporcionando renovação, mas, ao mesmo tempo, reforçando a importância da manutenção do legado dos mestres coquistas.

O presente capítulo procura detalhar, sem esgotar, como aconteceu o processo de criação desse ritmo na cidade ao longo dos anos, especialmente dos anos 1970 até o momento. Busca contribuir, dessa forma, com o registro dos grupos de samba de coco de Arcoverde-PE, ainda muito pautados na oralidade. Dessa forma, procura contribuir com a preservação dessa cultura de tradição do município e do estado.

2.2. Uma brincadeira para assentar o piso de barro das casas

Quem vê um grupo de samba coco de Arcoverde se apresentando no palco nem sempre tem dimensão de que tudo começou com uma brincadeira para que as pessoas pudessem, de forma mais leve e divertida, assentar o piso de barro de suas casas de taipa no início do Século XX. Ao longo dos anos, esse folguedo foi ampliado e transformado em suas letras, na melodia, nos instrumentos, na forma de dançar, no figurino e no modo de se apresentar e lidar com público. Apesar das mudanças, os mestres e coquistas da nova geração têm um propósito: preservar essa cultura popular. Almeida, M. (2011) pontua que:

[...] a apresentação de um grupo que canta e dança embute repetições e transformações que valem como fundação e renovação de referenciais para a construção de sentidos históricos, na comunidade à qual o grupo pertence ou além dela. (Almeida, M., 2011, p. 11)

Quando começou, os puxadores de coco cantavam nas casas e homens e mulheres faziam o coro, com a dança nas casas noite adentro, animados por cachaça – temperada – para assentar o barro no piso das casas, e depois, para embalar batizados, casamentos ou novenas. O brincar era dessa forma. O improviso estava em tudo, desde os versos até os instrumentos, pois o primeiro ganzá foi uma lata de leite com grãos.

Nos anos 1970, Ivo Lopes enxergou a possibilidade de transformar esse brinquedo em algo mais comercial, em produto, como frisa Amanda Lopes, criando a Caravana do Coco com sua família e outros integrantes, animando festas da cidade. Os brincantes não cantavam mais no chão, agora se apresentavam na carroceria de um caminhão, tinham instrumentos profissionais e vestuário adequado para as ocasiões. O resultado do esforço resultou no pagamento de cachês ao grupo, o que incentivou o crescimento do coco, ritmo que consagrou o paraibano Jackson do Pandeiro (1919-1982) e foi influenciado na época pelo rei do baião, Luiz Gonzaga (1912-1989).

Depois do hiato provocado pela morte de Ivo Lopes, em 1986, e o surgimento do grupo Raízes de Arcoverde, em 1992, que trazia 35 integrantes das famílias Lopes, Gomes e Calixto, o samba de coco se fortaleceu no município, muito embora tenha havido, posteriormente, a cisão e a formação dos grupos Irmãs Lopes, Trupé de Arcoverde, e a manutenção do Raízes de Arcoverde, entre 2004 e 2009.

A tradição familiar deu espaço para o surgimento de novos coquistas periféricos, que aprenderam com os mestres e, junto com eles, buscaram, neste início de século, manter o folguedo vivo para as futuras gerações, com a realização de shows e oficinas de arte-educação para as crianças e adolescentes nas escolas públicas ou em outros ambientes, que aprendem a cantar e a dançar o coco.

Atualmente, os sete grupos de coco existentes na cidade tentam se reestruturar pós-pandemia da Covid-19, com a retomada das apresentações tanto em Arcoverde quanto em outras cidades de Pernambuco ou fora do estado. Querem levar para o palco o sentimento de que estão vivos e fortes. E não só nos palcos. Como perspectiva, enxergam a tecnologia digital como agente potencializador do coco. As redes sociais já atuam como amplificadoras de sua arte para o público além do território arcoverdense e as plataformas *streaming* servem como instrumentos valiosos para a manutenção da cultura de tradição no âmbito global, já que as gravações de boa parte dos grupos já estão no *Spotify*, no *Deezer* e no *SoundCloud*, com possibilidade de monetização.

2.3. As transformações na música

Na época dos negros escravizados, o coco se deu através do canto como forma de alívio à opressão. Em Arcoverde, o canto também foi a base dos puxadores de coco e continua até hoje, seguido dos coristas. Nos primórdios do brinquedo na cidade, os puxadores geralmente eram homens e as mulheres davam suporte no vocal. Hoje em dia, já é possível ver mulheres puxando o coco, tendo como pioneira delas a mestra Severina Lopes, cujo grupo é, em sua maioria, formado por mulheres.

Afora relatar a composição dos puxadores e puxadoras e coristas, torna-se premente falar sobre as canções propriamente ditas. Os grupos começaram entoando músicas de domínio público, o que continuam fazendo, mas já há uma produção de quase três centenas de canções próprias. Só das Irmãs Lopes, no acervo de Ivo Lopes, há pelo menos 120 músicas. O grupo tem letras de Ivo Lopes que já foram regravadas por Genival Lacerda e Lirinha, do Cordel de Fogo Encantado (Carvalho, R.V., 2021). O mestre Assis Calixto já escreveu cerca de 70 músicas. O mestre Cícero Gomes possui pelo menos 10, e os outros grupos também têm algumas dezenas de músicas escritas, embora algumas não estejam registradas.

A maioria dos compositores de coco diz que a música vem de inspiração e não de processo produtivo sistematizado. No caso do mestre Assis Calixto, todas as suas músicas foram compostas depois que ele ficou proibido de cantar as músicas de Ivo Lopes, no início dos anos 2000, conforme relata:

Parece que foi uma coisa que Deus mandou ela (a promotora de Justiça que o proibiu de cantar as músicas de Ivo Lopes, que ele disse que não cantava) fazer isso para mim, porque, no outro dia, eu comecei a andar e fazer música. Teve dia de eu sair de casa de manhãzinha e voltava com uma melodia. Eu até hoje penso como é que eu fazia essas músicas se eu nunca estudei nada. Abriu a mente assim. (Calixto, A., 2022).

Essa “abertura de mente” do mestre Assis se alinha com o que Fayga Ostrower (1975) aborda sobre o *insight*:

É verdade que até agora os processos intuitivos se mostraram inabordáveis por investigações racionais e fogem mesmo à autoanálise. Surgindo de modo espontâneo das profundezas do ser, não é possível explicar o como e o porquê do caminho. Trata-se, contudo, de processos dos mais complexos estruturados dentro do ser humano, pois no *insight* estruturam-se todas as possibilidades que um indivíduo tenha de pensar e sentir, integrando-se noções atuais com anteriores e projetando-se em conhecimentos novos, imbuída a experiência de toda carga afetiva possível à personalidade do indivíduo. E não há como não ver o caráter dinâmico e criativo do *insight*; o conhecimento é novo, a maneira

de conhecer renovando-se dentro do próprio ato de conhecer, também é renovado. (Ostrower, 1975, p.67).

Outro artista do coco cujas músicas surgem da inspiração é Cícero Gomes, também conhecido como mestre Ciço.

Uma música surgiu eu indo para a Chapada dos Veadeiros (GO). Quando eles (os colegas) disseram: - quando foi que você fez esse coco. Eu disse: - tô fazendo agora, pega a caneta aí”, afirmou. “Quando vem a letra assim, eu já boto a melodia. (Gomes, 2022).

Apesar desse sentimento de pura inspiração, ambos dizem que constantemente estão pensando no coco. No caso de Assis Calixto, suas letras retratam o cotidiano, os animais, as histórias de vida. Cícero Gomes, por sua vez, compôs a “A vida tava tão boa”, em homenagem à sua mãe que morreu nos anos 1970 - a música foi tocada no encerramento das Olimpíadas de 2016, no Rio de Janeiro. O cotidiano, os animais e as atividades mais lúdicas também são retratados no coco das Irmãs Lopes.

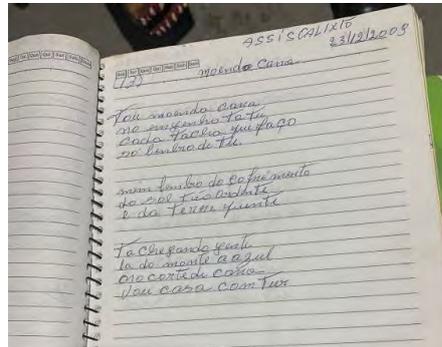
Em outra vertente, os integrantes de grupos mais novos, como Fulô do Barro, Pisada Segura e Quebra Coco Aliança, como Marcelo Cavalcanti e Neydson Lira, relatam que existe a inspiração, mas há momentos em que param para compor, mesmo que a rotina de trabalho não permita certa regularidade. Suas temáticas são mais contemporâneas, abordando o dia a dia da periferia, enaltecendo a cidade de Arcoverde-PE e também retratando o amor. O Fulô do Barro, por exemplo, tem um CD intitulado Pré-Urbano, e uma das suas músicas, “Forró do Cão”, faz uma crítica à violência sofrida pelos moradores de sua comunidade, que tem a maior vulnerabilidade social no município. Essas criações corroboram para o que pontua Fayga Ostrower (1975, p.56) sobre caminhos intuitivos e inspiração:

Assim como o próprio viver, o criar é um processo existencial. Não abrange apenas pensamentos nem apenas emoções. Nossa experiência e nossa capacidade de configurar formas e de discernir símbolos e significados se originam nas regiões mais fundas de nosso mundo interior, do sensório e da afetividade, onde a emoção permeia os pensamentos ao mesmo tempo que o intelecto estrutura as emoções. São níveis contínuos e integrantes que fluem as divisas entre consciente e inconsciente e onde desde cedo em nossa vida se formulam os modos da própria percepção. São os níveis intuitivos do nosso ser. (Ostrower, 1975, p.56)

A coexistência do tradicional com o contemporâneo se faz presente também na forma de documentar essas músicas. Enquanto Assis Calixto anota suas canções em cadernos (Figura 3), contando com o apoio de suas sobrinhas para passar os arquivos a limpo e fazer o registro das músicas; Cícero Gomes, contemporâneo dele, por exemplo, faz uso do celular para gravar as

melodias e as letras, já que, como ele mesmo argumenta, não tem muito estudo e a tecnologia o ajudou nisso. Os novos compositores também lançam mão da gravação no celular, como Neydson Lira, do Pisada Segura.

Figura 3 – Letra de música de Assis Calixto



Fonte: Paula Lourenço/2022.

2.4. Preservação da originalidade mesmo com a inclusão de instrumentos

O primeiro instrumento do samba de coco da família Lopes foi uma lata de leite com grãos para sacolejar, que pode ser vista ainda hoje no museu que mantêm em sua casa, em Arcoverde-PE (Figura 4). Com o tempo, o samba de coco da cidade se consolidou com o ganzá, o pandeiro, o triângulo e o surdo. Nos anos 1990, Lula Calixto introduziu o quinto instrumento: o tamanco para que as crianças e adolescentes prendiam a dançar o coco nas escolas pudessem ouvir o som com mais força.

Figura 4 – Primeiro “ganzá” improvisado das Irmãs Lopes



Fonte: Paula Lourenço/2022.

Pouco depois da criação dos tamancos, que hoje são produzidos e comercializados pelos mestres Assis Calixto (Figura 5), e Cícero Gomes (Figura 6), surgiu o tablado (Figura 7) para o

som o tamanco ficar mais audível nos palcos e evitar que os tamancos se quebrassem ou ficassem em algum desnível, mas ninguém sabe ao certo quem inventou. Menciona-se que a ideia surgiu no coletivo, ainda na composição original o Samba de Coco Raízes.

Figura 5 – Assis Calixto e seus tamancos



Fonte: Paula Lourenço/2022.

Figura 6 – Tamancos do mestre Ciço



Fonte: Paula Lourenço/2022.

Figura 7 – Mestre Ciço e o tablado



Fonte: Paula Lourenço/2022.

Percebe-se, com esses elementos, que um formar no processo de criação, coadunando-se ao que Fayga Ostrower (2014, p. 69) relata sobre o fazer:

[...] Seja qual for a área de atuação, a criatividade se elabora em nossa capacidade de selecionar, relacionar e integrar os dados do mundo externo e interno, de transformá-los com o propósito de encaminhá-los para um sentido mais completo. (...) Formar é mesmo fazer. É experimentar. É lidar com alguma materialidade e, ao experimentá-la, é configurá-la. [...]. (Ostrower, 1975, p. 69)

Atualmente, o Fulô do Barro, traz o maracá e apitos que imitam pássaros, para lembrar os povos originários da região, Atikun e Kapinawá, e o Pisada Segura fabrica o seu próprio pandeiro de material reciclado – e até o vende –; usa instrumentos comuns ao brinquedo do “Boi”, como a alfaia; e agrega o timbau para fazer a marcação do coco, no lugar do surdo.

A marcação tradicional do coco, aliás, como é conhecida hoje, foi introduzida Biu Neguinho, nos anos 1990. Essa marcação já passa por algumas adaptações, como a do grupo Quebra Coco Aliança, que gosta de se diferenciar dos outros justamente por realizá-la de forma mais acelerada. Essas alterações, embora dialoguem com o tradicional, confluem com o que diz Fayga Ostrower (2014, p.71), que “(...) a atividade criativa consiste em transpor certas possibilidades latentes para o real.”

2.5. Das palmas aos trupés

No início do samba de coco em Arcoverde, houve o canto e, em seguida, a dança, que, consoante Amanda Lopes, não se dissociavam, porém a separação teria surgido para efeitos didáticos. Hoje em dia, a dança é um dos elementos mais fortes desta manifestação popular. E a

dança é um elemento muito rico no samba de coco, conforme pontuam Alboreda e Nogueira (2017), especificamente para o Raízes de Arcoverde, mas que serve para os outros:

Como a performance é livre, a dança acontece dos modos mais variados, com gestos pouco submissos a regras pré-definidas e sem qualquer registro de formas padronizadas. Os passos das brincadeiras dos diferentes grupos apresentam-se, também, de modo diferente, movidos por um eixo condutor que mais parece regulados pelo trupé, que é o elemento central. Em alguns lugares, a grande roda dá destaque a um casal que, frente a frente, inclinam-se, como querendo encostar os umbigos, a imbigada, popularmente chamada. O samba de coco do grupo Raízes de Arcoverde não faz a imbigada, mas todas as apresentações terminam na grande roda, posterior ao sapateado ou trupé (tropel ou sapateado desordenado que surge do movimento das pernas semidobradas e o bater dos pés no chão com um tamanco de madeira). (Alboreda; Nogueira, 2017, p. 7-8)

Amanda Lopes menciona como se deu o processo de criativo da dança em Arcoverde-PE:

Antes, a dança começava com as mãos e, depois, passou para os pés. Tirou-se a borracha (do solado das sandálias) e se criou a marcação que hoje chamamos de trupés. Há seis tipos de trupés a partir do Lula (Calixto). Tem a parcela, que é padrão, um, dois, três, e os outros trupés. Os condutores diretos dos trupés de Arcoverde são Valete (Gomes) e Daiane (Calixto), que participaram desse processo de criação e maturação. (Lopes, 2022)

Na linha do tempo, foi na Caravana de Ivo Lopes que as pessoas que dançavam o coco passaram a usar alpercatas padronizadas para se apresentar ao público. A mestra Severina Lopes, ainda segundo Amanda, relata que a alpercata que dançava coco naquela época era muito mais pesada que o tamanco utilizado atualmente pelos coquistas mais jovens. Os cocos das Irmãs Lopes, Raízes de Arcoverde e Trupé mantêm a tradição dos trupés, inclusive com o uso dos tamancos introduzidos por Lula Calixto.

Nos grupos formados por integrantes que não são dessas famílias, há inovações na dança. O Quebra Coco Aliança realiza, além da dança e da formação da roda, algumas performances, conforme relata João Paulo Ferreira:

A gente criou a Velha do Ribeirão – performada por Wellington Santos vestido de mulher –, que vai para a frente do palco dançar e o “macuqueto” (sic), que é uma brincadeira que surgiu dentro do grupo, que a gente pegou o maculelê e juntou com folguedo e fez o “macuguedes” (sic), que é dançando e batendo com os facões. Esse é um tipo de performance que só cabe quando o show é maior, quando o palco é maior, uma coisa mais estruturada. (Lima, 2022)

O grupo Pisada Segura atualmente não faz uso tamancos – eles utilizavam no começo nas mãos, solicitando adaptação ao mestre Assis Calixto –, mas Neydson Lira informou que vai retomar seu uso. Ele argumenta que alguns turistas preferem a apresentação sem os tamancos, para que possam ouvir melhor as vozes dos integrantes do grupo.

Para dar um reforço no efeito da dança para o público, os grupos investem no visual, geralmente muito colorido, feito de chita, retalhos ou até viscose. Amanda Lopes esclarece que sua avó Severina Lopes não abre mão do figurino padrão para todos os integrantes. As mulheres usam as saias godês tradicionais do grupo, contribuindo para o efeito de roda e a mestra escolhe até os adereços a serem utilizados. No coco Trupé, as mulheres também usam saias rodadas (Figura 8), os homens mais jovens vestem calças folgadas para garantir o movimento dos trupés e Cícero Gomes uma calça de cóis (Figura 9), conforme explica dona Maria, a esposa do mestre e costureira do grupo.

Figura 8 – Saia de integrante do Coco Trupé



Fonte: Paula Lourenço/2022.

Figura 9 – Calças de integrantes do Coco Trupé



Fonte: Paula Lourenço/2022.

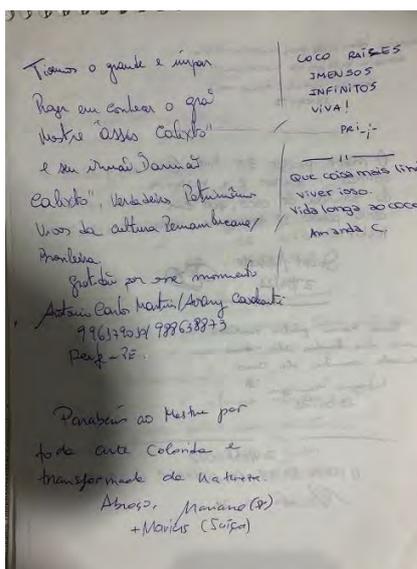
O grupo Raízes de Arcoverde busca trazer vestimentas semelhantes ao Irmãos Lopes e ao Trupé, porém com as cores verde e branco para enaltecer a cidade de Arcoverde. Os grupos mais recentes também investem no mesmo estilo de roupa e em tonalidades que remetam a alguns elementos próprios.

A maioria dos grupos gostaria de trocar de figurino anualmente, entretanto, como o número de integrantes de cada um gira em torno de 15 pessoas, o custo fica muito elevado. Dessa forma, tem-se optado por manter a vestimenta por dois anos, alguns deles por até três anos, já que houve a pandemia e não há recursos para promover a troca.

2.6. Improvisos cedem lugar à disciplina para apresentações

Os grupos de samba de coco de Arcoverde são chamarizes do São João da cidade, festa que todos os anos atrai turistas de várias localidades de Pernambuco, de outros estados e até do exterior (FIGURA 10). Quando no município, esses visitantes costumam frequentar as casas dos mestres de coco, bem como assistir aos shows.

Figura 10 – Caderno de Assis Calixto
com mensagens de turistas



Fonte: Paula Lourenço/2022.

Para se apresentarem ao público, os integrantes dos grupos ensaiam, no mínimo, quatro vezes por mês, mas a média é de duas noites por semana. As alterações de frequência ocorrem devido ao horário e ao dia de trabalho das pessoas. O ensaio pode ser geral ou por partes – as músicas, as danças, os instrumentos –, com duração de uma hora a até três horas. A maioria acontece na casa dos próprios coquistas, mas ocorrem os ensaios abertos ao público, momento em que alguns grupos faturam com a venda de alimentos e bebidas.

Quando há shows programados, os grupos escolhem o repertório em sua maioria no coletivo e partem para os ensaios mais regulares. Dias antes, há o descanso da voz e do físico, e todos alegam que os integrantes dos grupos não bebem antes de subir ao palco. Tanto Cícero Gomes quanto Assis Calixto alegam estar há mais de 30 anos sem ingerir álcool, o que antes era comum nos festejos, com a chamada temperada – álcool com especiarias. O álcool agora só é da bebida carraspana, uma cachaça com a infusão de ervas, vendida por alguns coquistas, que assim como o coco é considerado patrimônio da cidade, com mais de 60 produtores, segundo a Prefeitura de Arcoverde. Alguns deles são integrantes dos grupos de samba de coco.

No processo de criação do espetáculo, percebe-se que alguns grupos já conseguem formatar a apresentação conforme a necessidade do contratante, reduzindo o número de integrantes para o tamanho do palco ou do cachê. Chegam a até seis integrantes, mas geralmente têm 12 ou 15 integrantes, o que onera os custos e reduz o valor pago a cada participante. O tempo da apresentação também se adapta às necessidades, podendo durar, em média, 40 minutos, uma

hora a até uma hora e meia de show. Terminado o serviço, cada integrante fica livre para aproveitar a noite como o aprouver.

2.7. As influências das tecnologias digitais

O processo de criação das músicas dos grupos de samba de coco de Arcoverde não apresenta, por ora, elementos digitais integrados à sua composição que tenham sido elaborados pelos participantes do próprio grupo. O que se encontra mais perto disso, no momento, é a facilidade que a tecnologia proporciona ao mestre Cícero Gomes, que, por não ter estudo formal, pode gravar suas canções no celular, para apresentar ao grupo e ensaiá-las.

Inicialmente gravadas em CD e, depois, em DVD, as músicas foram repassadas para as plataformas *streaming*, como o *Spotify*, o *Deezer* e o *SoundCloud*, sem a inclusão de elementos que ressignificam esse ritmo para a contemporaneidade de consumo. Isso seria distorção da tradição na visão de alguns coquistas, embora haja no *Spotify* o álbum *Maga Bo apresenta Samba de Coco Raízes de Arcoverde* (2018), com 14 músicas, do DJ estadunidense-brasileiro que viaja o mundo pesquisando ritmos locais, e uma versão remix (modificada por DJs) do mesmo ano.

Ainda que não exista a fusão do samba de coco tradicional com elementos digitais, seus integrantes entrevistados, inclusive os mais velhos, são unânimes em relatar que as plataformas de reprodução de música pela internet são importantes para a difusão da sua arte e para a manutenção da tradição, uma vez que estão “nas nuvens”, disponíveis a qualquer momento, em qualquer lugar, o que será visto no próximo capítulo desta dissertação. Além disso, as plataformas podem, dentro em breve, contribuir para a geração de renda para os grupos, a depender do número de audições.

Graças à tecnologia, alguns integrantes dos grupos de coco já demonstram o interesse de otimizar seu processo produtivo em estúdio. Em vez de gravar um álbum completo, desejariam gravar *singles*, como fazem as bandas conhecidas do ritmo “piseiro”, para lançá-las nas redes sociais *Instagram* e *Tik Tok*, conforme detalha Amanda Lopes, do grupo Irmãs Lopes. No entanto, faltam recursos. O mesmo pensamento de gravar *single* é compartilhado por Marcelo Cavalcanti, do Fulô do Barro, até para reduzir custos de gravação de um álbum completo em estúdio.

Observando a influência do digital no processo de divulgação ao público e de contato para contratações de shows, nota-se uma revolução. Todos os integrantes dos grupos de coco entendem que as redes sociais potencializaram a presença dos grupos para além dos limites

físicos de Arcoverde e do próprio estado, sobretudo após a pandemia da Covid-19. Desde então, eles estão mais presentes no *Instagram* e no *Facebook*, o que será relatado no capítulo 4.

Todavia, a presença digital de boa parte dos grupos requer maior atenção em seu processo criativo de elaboração, esclarecendo, por exemplo, as origens do coco, seu processo de produção musical, da dança, entre outros itens que poderiam chamar a atenção do público. Alguns já perceberam isso e vêm contando com um integrante da equipe, geralmente mais jovem, para se dedicar às redes sociais. Portanto, acredita-se que, em pouco tempo, aperfeiçoamentos sejam percebidos, assim como foi, no mundo físico, com a inclusão dos tamancos e dos tablados, confirmando que tudo está em processo de mudança.

2.8. Uma manifestação contemporânea

Em mais de um século de existência, o samba de coco de Arcoverde manteve sua tradição, mas se aproximou da contemporaneidade ao confluir com as mudanças inerentes do tempo. Antes, o brinquedo existia para integrar as famílias, com o pisar do barro para aplainar os pisos das residências de taipa; depois, atingiu a comunidade, animando festas de batizado, casamento, novenas e afins; hoje, é o produto de destaque para atração dos turistas no São João da cidade, um dos mais famosos do estado junto com Caruaru e Petrolina, do Festival Sesc PE de Economia Criativa: Na Pisada dos Cocos do Nordeste, e está presente além dos limites físicos arcoverdenses, através das plataformas de *streaming* e das redes sociais.

A sobrevivência dessa cultura popular se deve, principalmente, à resiliência das famílias Lopes, Calixto e Gomes. Elas passaram pela expansão do coco nos anos 1970 com Ivo Lopes e pelo ostracismo desse bem cultural ocasionado após a morte deste personagem. Participaram da retomada com o Raízes de Arcoverde, tendo como ícone Lula Calixto; estiveram no auge do reconhecimento, com viagens nacionais e internacionais; sofreram problemas de relacionamentos interpessoais, no início do Século XXI e até enfrentaram a inimaginável pandemia da Covid-19, sem perder o orgulho desse patrimônio cultural e a vontade de repassar o ritmo para as futuras gerações.

As tradicionais famílias coquistas arcoverdenses inspiraram jovens de vários lugares da cidade, trazendo-os para seu convívio, transmitindo seu processo de criação. Para as crianças, ofereceram e oferecem oficinas de coco. Com a juventude, mantiveram, em maior ou menor grau, um diálogo, mesmo que de forma orgânica, não articulada. Essa troca contribuiu para formar os grupos Quebra Coco Arcoverde, Pisada Segura e Fulô do Barro. Importante mencionar

que, mesmo que não seja alvo deste estudo, o grupo Erêmin também tem seu valor, devendo ser reconhecido como uma preparação de novos artistas para os grupos já existentes.

O samba de coco passou por incrementos e transformações ao longo dos anos. As inovações aconteceram na forma de cantar, incluindo mulheres como puxadoras, e tocar, com a introdução do tamanco e, mais recentemente, de instrumentos indígenas, como os apitos e maracás (ainda não “sacramentados”). Houve mudanças na maneira de dançar, com os trupés e as performances, bem como na forma de se apresentar para o público, com a sistematização dos ensaios para os shows, escolha de repertório, definição de tempo de espetáculo, preparo de figurinos e dedicação antes de subir ao palco.

A manifestação arcoverdense também vem se adequando ao digital. Os grupos estão presentes nas plataformas digitais e nas redes sociais, potencializando sua presença para o público além dos limites arcoverdenses, e já vêm garantindo a colocação de suas músicas nas plataformas *streaming*, de modo a perpetuar a tradição para as futuras gerações.

3 – CONTRIBUIÇÕES DO *SPOTIFY* PARA OS SAMBAS DE COCO

Lampião subiu a serra. Lampião descia a ladeira. Maria Bonita cantava *Mulher Rendeira*” –
Quebra Coco Aliança

A tecnologia tem impactado todas as áreas do conhecimento de forma cada vez mais veloz, ampliando a oferta de novos produtos e serviços ou reformulando os existentes. Para Domingues (2003), “a história mostra que as civilizações nunca voltaram para trás, que as descobertas e inventos são acumulados e servem de *background* para outros inventos (...)” (Domingues, 2003, p.15).

Um segmento da indústria criativa em que as mudanças ocorrem de modo bastante acentuado é o da música, que convive com constantes alterações na criação, produção tecnológica, reprodução e difusão. Antes do rádio, os artistas cantavam em seus espetáculos e recebiam por isso. Com o advento desse recurso tecnológico, ficaram inicialmente sem saber o que fazer para garantir o controle e o pagamento de seus direitos autorais.

Entre as décadas de 1930 a 1980, os cantores passaram a frequentar os estúdios das gravadoras, que atuaram no registro dessa produção musical, com a massificação dos discos (De Marchi, 2011, *apud* Pires 2017). No âmbito externo, a transmissão das músicas ficou a cargo de grandes meios de comunicação de massa, como a rádio e a televisão. Os aparelhos de som dos automóveis contribuíram e ainda contribuem para a propagação dessa arte. A difusão no âmbito doméstico, as músicas eram ouvidas nas vitrolas e depois nos aparelhos de som, além dos rádios portáteis.

Na década de 1980, apareceram o *walkman* e a fita cassete. Seus usuários passaram a escutar canções a qualquer tempo e em qualquer lugar com fones de ouvido, bem como ganharam a capacidade de editar o conteúdo que desejavam escutar. Dos anos 1980 aos 2000, os LPs e as fitas cassetes migraram para o CD, com a inclusão do CD regravável, e para o DVD, com DVD regravável. Esses novos suportes tecnológicos modificaram a forma de consumo da música. Porém, no mesmo compasso de evolução, aconteceu o fenômeno da pirataria.

Dos anos 1990 aos 2000, as canções começaram a ser compartilhadas pela internet. Se, por um lado, houve a ampliação do acesso à música, antes restrita à forma física de um CD ou DVD, por outro, houve dificuldade em controlar essa transmissão virtual. Como resultado, a pirataria avançou e os artistas e as gravadoras tiveram suas remunerações prejudicadas. Essa foi a época dos primeiros softwares de compartilhamento, como o *Napster*. Legislações foram elaboradas para proteger os direitos autorais e reduzir o caos.

Paralelamente a esse contexto, novos modelos de negócio surgiram e desapareceram, entre os quais, a venda individual de fonogramas (uma gravação de uma faixa de um álbum), como aconteceu com o *iTunes*, da *Apple*. Pires (2017) sentencia sobre o momento:

É consenso que, a partir do final do século XX, percebe-se uma reconfiguração na produção e distribuição de música. Essa reconfiguração ocorre através da ruptura que a desmaterialização do suporte causa na estrutura da indústria musical [...] (Pires, 2017, p.21)

Na primeira década dos anos 2000, mais uma transformação: as plataformas *streaming*. Os novos suportes digitais despontaram e seguem como uma tendência viável para o segmento musical em todo o mundo, pois trazem consigo modelos de negócio com assinaturas (pagas ou gratuitas com publicidade) que difundem a música e realizam o pagamento dos direitos autorais, consoante detalha Pires (2017):

Ao longo da última década, foram tentados vários modelos de negócio para a comercialização de música através da web, desde a venda de música de forma unitária, cobrando-se por faixa, até as plataformas de música sob demanda, ou seja, um modelo de negócio no qual o usuário faz uma assinatura mensal e tem acesso a milhões de músicas sem infringir os direitos autorais dos artistas, já que essas plataformas possuem acordos legais tanto com gravadoras como com artistas. (Pires, 2017, p. 31)

Do LP ao *streaming*, cantores e grupos renomados, até mesmo gravadoras de grande porte, enfrentaram altos e baixos, mas conseguiram se adaptar e seguem modelando novas oportunidades de negócios no mundo digital. No entanto, como ficam os artistas populares nesse contexto de transformações? A pergunta é necessária visto que as culturas populares compõem o elo mais fraco da cadeia no mundo capitalista, ficando à margem de muitos processos de mudança por não apresentarem produtos com grande capacidade de venda e geração de lucros financeiros.

Antes de responder ao questionamento, é importante compreender e refletir sobre o conceito de culturas populares, que neste trabalho tem o entendimento do autor Nestor García Canclini. Para ele:

As culturas populares (termo que achamos mais adequado do que a cultura popular) se constituem por um processo de apropriação desigual dos bens econômicos e culturais de uma nação ou etnia por parte dos seus setores subalternos, e pela compreensão, reprodução e transformação, real e simbólica, das condições gerais e específicas do trabalho e da vida. (Canclini, 1982, p. 44)

Diante do entendimento sobre as culturas populares e seu propósito, percebe-se que por muito tempo ela teve um papel subalterno na sociedade no mundo e no Brasil. Isso também se reproduziu e continua na indústria criativa da música. Esse tipo de cultura sofreu e sofre para ter seu espaço nesse mercado, seja por ser transmitida pela oralidade, por não ter um método produtivo padronizado ou pela falta de reconhecimento do seu papel social, tanto que, até hoje, são poucos os artistas tradicionais que tiveram ou têm contratos com grandes gravadoras ou divulgação garantida nos grandes meios de comunicação de massa.

Na trilha de construção, destruição e reconstrução do processo de produção e difusão da música, os artistas de culturas populares seguem em desvantagem em relação aos “grandes nomes da música”. Todavia, com o advento das plataformas *streaming*, os criativos de bens culturais passaram a preservar, produzir, difundir e ampliar o alcance sua arte de maneira mais acessível, tanto econômica quanto tecnologicamente. A produção musical está mais barata, dependendo do que se queira, e não é necessário ter uma gravadora. Ademais, do ponto de vista do consumidor, basta que o usuário tenha *smartphone* com internet e uma assinatura de aplicativo para que o artista seja ouvido a qualquer momento e em qualquer lugar do mundo.

Os grupos do samba de coco de Arcoverde compreenderam o novo cenário musical desenhado pelas plataformas *streaming*, bem como suas possibilidades, e estão investindo na abertura de perfis nesses canais digitais. Já é possível encontrar alguns deles no *Spotify*, no *Deezer*, que é muito similar ao primeiro, e no *SoundCloud*, uma plataforma de áudio gratuita para criadores, como os artistas da cultura popular.

O presente capítulo procura entender como o *Spotify*, a maior plataforma *streaming* de áudio do mundo, colabora para preservar, difundir e ampliar o alcance da arte produzida pelos grupos de samba de coco de Arcoverde. Sabe-se que essa plataforma *streaming*, assim como as outras, suscita um novo jeito de criar, produzir, distribuir e consumir música. Por isso, esta parte da dissertação também pretende identificar essas influências sobre o gênero musical. Desse modo, espera-se avaliar as contribuições do *Spotify* para os sambas de coco arcoverdenses.

3.1. A evolução na forma de consumir música

Se, no início do século XX, as pessoas ouviam música no gramofone, na contemporaneidade, as plataformas *streaming* dominam a forma de consumo dessa produção artística em todo o mundo. De acordo com o *Global Music Report State of the Industry 2022*¹¹, o mercado da música gravada cresceu 18,5% no planeta em 2021 e o *streaming* representou 65%

¹¹ Revista anual do mercado global da indústria fonográfica (Site Oficial: <https://globalmusicreport.ifpi.org/>)

das receitas da música gravada. Em 2020, a participação era de 61,9%. Na América Latina, que representa 3,9% do mercado global, o faturamento aumentou 31,2% e as receitas de *streaming* representaram 85,9% do total. O Brasil e o México somaram, juntos, 66,5% das receitas latino-americanas. Os dados convergem para o que esclarece Passos (2015):

[...] O mundo está vivenciando novas formas de consumo de música, com outros mediadores, plataformas de escuta e formas de disseminação. Essas dinâmicas estabelecem novas formas de consumo marcadas pela expansão no formato de escuta, possibilitando uma difusão social e cultural mais ampla. A prática cada vez mais comum de ouvir música em qualquer lugar e a qualquer momento traduz um comportamento simbólico da contemporaneidade. (Passos, 2015, p.2)

Décimo primeiro no mercado fonográfico do mundo, o Brasil faturou R\$ 2,1 bilhões com música em 2021, um crescimento de 32% em relação a 2020. As receitas com *streaming* subiram 34,6%, somando R\$ 1,8 bilhão, o que representou 85,6% de todas as receitas do setor no período (ÉPOCA NEGÓCIOS, 2022). O consumo digitalizado da música, que pode ser feito por meio de *smartphones* ou assistentes virtuais, com a *Alexa*, da *Amazon*, corrobora o que descreve Pires (2017):

Os comportamentos de consumo decorrentes da cultura digital são fator determinante para a distribuição da música nos dias atuais, especialmente porque a música não se define mais como uma experiência prioritariamente social, mas antes como um hábito subjetivo e individual de consumo, o que em nossos dias é evidente pela quantidade de pessoas que usam seus fones de ouvido como uma peça indispensável do vestuário. (Pires, 2017, p.27)

Os números nem sempre foram assim, pelo menos na história recente. Dos anos 1980 até os anos 1990, o auge esteve com os LPs e os CDs, conforme aponta Tschmuck (2010):

(...) Os formatos de vinil atingiram seu apogeu em 1981, com 1,1 bilhão de unidades vendidas em todo o mundo. A fita cassete de música dominou de 1984 a 1994. Em 1984, o mesmo número de LPs de vinil e cassetes de música – 800 milhões de unidades – foram vendidos. A essa altura – no segundo ano após seu lançamento – o CD contabilizava apenas 20 milhões de cópias vendidas em todo o mundo. Nos anos seguintes, porém, o segmento CD começou a se multiplicar. Em 1989, mais CDs foram vendidos em todo o mundo (600 milhões) do que LPs (400 milhões). No entanto, o cassete de música foi o líder de mercado com uma alta histórica de 1,5 bilhão de unidades vendidas. Em 1993, o CD (1,42 bilhão) superou os cassetes de música (1,38 bilhão) e se tornou quase a única fonte de vendas no mercado. (Tschmuck, 2010 - Tradução nossa)¹²

12 Texto Original : Long-play vinyl formats reached their zenith in 1981 with 1.1 billion sold worldwide. In 1984, the same number of vinyl LPs and music cassettes – 800 million units – were sold. At this point – in the second year after its launch – the

A partir dos anos 2000, as vendas de faixa de música on-line começaram a crescer de forma acelerada ano a ano. Em 2005, foram comercializados 582 milhões de *singles* e 18 milhões de álbuns digitais. Até 2007, a venda da música on-line foi crescendo, mas os CDs mantinham a liderança. Em 2008, a situação mudou: a comercialização pela internet atingiu 1,5 bilhão de *singles* e 113 milhões de álbuns digitais, superando a de CDs, com 1,3 bilhão de unidades vendidas. (Tschmuck, 2010).

Justamente no ano da virada do CD para a música-online, surgiu o *Spotify*. Hoje, a empresa de origem sueca detém a plataforma *streaming* de áudio mais popular do mundo, tendo um acervo de mais de 30 milhões de músicas e contrato com as principais gravadoras: Universal Music, Sony BMG, EMI Music e Warner Music Group. Só no primeiro trimestre de 2022, a plataforma atingiu 422 milhões de usuários ativos e 2,66 bilhões de receita bruta total. Do total de usuários, 182 milhões são assinantes *premium*, que renderam 2,37 bilhões de euros à empresa de origem sueca. No Brasil, a assinatura mensal do *Spotify* custa R\$ 19,90 mensais. A companhia também faturou 282 milhões em publicidade

Cerca de 70% desse faturamento da empresa vai para pagar as grandes gravadoras e artistas de sucesso e os outros 30% para banda larga e infraestrutura (PIRES, 2017). Seu lucro líquido no período foi de 131 milhões de euros, quase seis vezes que o de 2021, que foi de 23 milhões de Euros, o equivalente a cerca de R\$120.000.000, 00. Uma das gravadoras que devem faturar bastante com o *Spotify* no Brasil é a Som Livre, responsável pela cantora Marília Mendonça (1995-2021). A rainha da “sofrência” (estilo de música sertanejo) foi a artista mais ouvida na plataforma no primeiro semestre de 2022, com 9,7 milhões de ouvintes mensais (RAMOS, 2022). A cada clique, estima-se que um artista receba US\$ 0,0049 do *Spotify*. Em 2021, os cinco gêneros musicais mais escutados na plataforma no país foram: sertanejo pop, sertanejo universitário, sertanejo, *funk* carioca e *pop*¹⁶.

Os números e as informações de consumo sobre o tipo de produção musical no mundo e no Brasil impressionam ao mesmo passo que preocupam os produtores da indústria criativa (FIRJAN, 2002):

Amazon, Netflix e Spotify possuem produções originais, canibalizando estúdios e produtoras. Métricas de engajamento e visualização, alimentadas por

CD accounted only for 20 million sold copies worldwide. In the following years, however, the CD-segment began to multiply. In 1989, more CDs were sold worldwide (600 million) than LPs (400 million). However, the music cassette was the market-leader with a historical high of 1.5 billion units sold. In 1993, the CD (1.42 billion) outperformed music cassettes (1.38 billion) and became almost the sole source of sales in the market. (Fonte: TSCHMUCK. P. “The recession in the music industry - a cause analysis,” Music Business Research, 29-Mar-2010. [Online]. Available: <<http://musicbusinessresearch.wordpress.com/2010/03/29/the-recession-in-the-music-industry-a-cause-analysis/>>. Acesso em 03/08/2022.

algoritmos, levam à produção de fórmulas comuns e franquias, levando potencialmente à uma redução de variedade. (...) O poder de mercado que os canais de distribuição possuem no atual contexto digital termina por reforçar as fragilidades dos segmentos de criação e produção. (...) (Firjan, 2022, p. 88)

Antes mesmo da constatação da Firjan, Domingues (2003) já fazia a seguinte reflexão, em contraponto à limitação da criação: “(...) O surgimento de sistemas que concentram informações em memórias está convidando muitos artistas a trabalharem impregnados de uma outra cosmovisão (...)” (Domingues, 2003, p.19).

Ao se deparar com as cifras e as tendências da música no digital, o artista da cultura popular pode sentir dificuldades para se integrar nesse cenário. No entanto, é necessário compreender e dialogar com as plataformas *streaming* para, pelo menos, continuar tendo o registro de sua arte em um suporte tecnológico vigente, já que os LPs e CDs estão em extinção, assim como os aparelhos que os reproduzem.

3.2. O coco da “Era do Ouro” do Rádio e da TV à “Era das Nuvens”

O Nordeste brasileiro é um celeiro de cultura popular, abrangendo manifestações como o maracatu, o frevo, a ciranda e o coco, que é um ritmo de origem africana e indígena, presente em toda a região, com diversos gêneros estilísticos. Embora tenha surgido na época da escravidão, quando os negros cantavam no seu fazer laboral para aliviar o sofrimento só passou a ser conhecido pelo grande público brasileiro no século XX, com a chegada do rádio e da televisão.

Artistas como o paraibano Jackson do Pandeiro (1919-1982) e o alagoano Jacinto Silva (1933-2001) popularizaram o coco nos anos 1950 e 1970, “Era de Ouro” desses veículos de comunicação de massa. Nesse período, o baião também despontava com o pernambucano Luiz Gonzaga.

Nas décadas seguintes, o coco foi revisitado por alguns artistas importantes no cenário da música brasileira, mas não chegou a ter o protagonismo de outros gêneros musicais considerados sucesso de vendas. O mercado não absorvia os artistas dessa e de outras manifestações de cultura popular devido aos custos de produção e ao baixo retorno financeiro. O problema não era somente no Brasil, mas também em outros lugares do planeta, tendo em vistas as limitações de suporte tecnológico (gravação) e de logística (distribuição física).

Com a expansão da internet nos anos 2000, o mundo ingressou na “Era da Abundância”, com descreve Anderson (2006). Segundo o autor, as diferenças do século XXI são profundas em

relação ao anterior. Ao comparar o mercado da música, até os anos 1990, ele constata que existia a “tirania da localidade”:

Em geral, as lojas de CDs precisam vender pelo menos quatro exemplares de CD por ano para que compense mantê-lo em estoque – o custo de pouco mais de um centímetro de espaço de prateleira. (...) os varejistas se interessam apenas pelo conteúdo capaz de gerar demanda suficiente para pagar os custos da estocagem” (Anderson, 2006, p.16).

Essa lógica de produção e distribuição física estimulava a produção dos estilos musicais de sucesso de público, devido à escassez. Na contemporaneidade, a difusão acontece de modo on-line, sem a necessidade dos custos físicos de logística, o que mantém tanto o mercado dos lançamentos quanto oportuniza o mercado de nichos, como a cultura popular.

Anderson (2006) identifica que os nichos – a cauda longa – chegam a centenas de gêneros, possibilitando a integração entre o novo e o gravado há muitos anos. O interessante é que o *Spotify* foi criado dois anos depois dessa inferência teórica e atua justamente com a transmissão dos lançamentos de consumo de massa e abertura de espaço para as músicas de nichos, que envolvem as produções de artistas de bens culturais. Dessa maneira, ritmos como a ciranda e o coco conseguem atingir o público sem precisar de gravadoras ou grandes meios de comunicação de massa.

A cantora de ciranda Lia de Itamaracá (Figura 11) é um exemplo desse espaço virtual conquistado diretamente com o público. Ela tinha um perfil no *Spotify* com 68.347 ouvintes mensais, de acordo com consulta realizada em 04 de agosto de 2022. No canal, apresentava dois álbuns: *Eu Sou Lia* (2000) e *Ciranda Sem Fim* (2019), e três singles: *Mar e Fogo* (2021), *Quem Me Deu Foi Lia* (2021) e *Odocyá* (2022). A música mais ouvida era *Meu São Jorge*, com 1.021.932 audições. A artista também tem *playlists* (músicas geradas pelos algoritmos com base no gosto dos ouvintes ou montada pelos próprios ouvintes – como as extintas fitas cassetes).

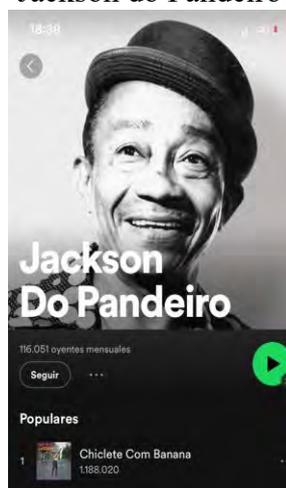
Figura 11 – Perfil de Lia de Itamaracá



Fonte: Reprodução do *Spotify*. Paula Lourenço/2022.

No samba de coco, artistas falecidos como Jackson do Pandeiro e Jacinto Silva, cujas canções são entoadas pelos grupos de coco de Arcoverde-PE, têm sua memória musical preservada e apreciada pelo público no *Spotify*. Jackson do Pandeiro (Figura 12) possuía 116.051 ouvintes mensais no mesmo período da pesquisa realizada para Lia de Itamaracá, tendo como principal sucesso de audiência a canção *Chiclete com Banana*, com 1.188.020 cliques, quantidade superior à da música mais ouvida da cantora pernambucana. O perfil de Jacinto Silva (Figura 13) contava com 8.828 ouvintes mensais e sua música mais tocada era *Puxe o Fole Zé*, com 73.551 cliques, em igual período de consulta à plataforma.

Figura 12 – Perfil de Jackson do Pandeiro



Fonte: Reprodução do *Spotify*.
Paula Lourenço/2022.

Figura 13 – Perfil de Jacinto Silva



Fonte: Reprodução do *Spotify*.
Paula Lourenço/2022.

Outras duas cantoras de coco, que também já morreram, Dona Selma do Coco (1935-2015) – Figura 14 – e Aurinha do Coco (1959-2022) – Figura 15 –, apresentam perfis registrados. A primeira com 32.291 seguidores e a segunda com 3.201 ouvintes mensais, respectivamente. No período do levantamento realizado para esta dissertação em agosto de 2022, a música mais ouvida de dona Selma era *Ô Moreninha do Dente de Ouro*, com 290.600 cliques, e de Aurinha de Coco, era *Seu Grito*, com 16.383 audições.

Figura 14 – Perfil de Dona Selma do Coco



Fonte: Reprodução do *Spotify*.
Paula Lourenço/2022.

Figura 15 – Perfil de Aurinha do Coco



Fonte: Reprodução do *Spotify*.
Paula Lourenço/2022.

Personagem atual do ritmo, a pernambucana Cila do Coco (Figura 16) possuía 25.267 ouvintes mensais em agosto de 2022. Seu álbum *E Seus Pupilos*, de 1997, que tem 11 canções, está na plataforma. Como músicas mais tocadas, foram registradas: *Movimento da Cidade*, com 270.387 reproduções; *Coração de Papel*, com 54.158, e *Tirar Onda*, com 38.661 cliques. Outro intérprete do coco, o artista Bule-Bule (Figura 17), cujas músicas são cantadas pelo mestre Cícero Gomes, do Coco Trupé de Arcoverde, tinha 293 ouvintes mensais no período. Sua música mais acessada era *Máquina de Lavar Roupas*, com 5.690 cliques.

Figura 16 – Perfil de Cila do Coco



Fonte: Reprodução do *Spotify*.
Paula Lourenço/2022.

Figura 17 – Perfil de Bule-Bule



Fonte: Reprodução do *Spotify*.
Paula Lourenço/2022.

3.3. Preservação e difusão dos sambas de coco no mundo virtual

A origem do samba de coco em Arcoverde-PE tem mais de cem anos. Os mestres Severina Lopes, Cícero Gomes e Assis Calixto aprenderam as canções com os mais antigos e têm passado a tradição para filhos, netos e sobrinhos. A preservação dessa cultura acontece muito pela oralidade. Até hoje, os grupos cantam músicas de domínio público em suas apresentações.

Além de transmitir o passado, os mestres Assis Calixto e Cícero Assis compõem canções. Ambos têm baixa escolaridade formal, mas isso não é impeditivo para a criação. O primeiro anota as músicas em vários cadernos, o outro, grava as melodias no celular. E assim ambos ajudam a preservar e ampliar esse bem cultural. Os novos coquistas à frente dos grupos, que têm escolaridade de nível médio ou superior, esbarram no pouco tempo do dia a dia para dialogar e compor canções. Mesmo assim, elaboram músicas nos intervalos dos seus afazeres profissionais cotidianos.

Nessa toada, os grupos de coco de Arcoverde somam quase 300 canções, registradas ou não, conforme depoimentos dos entrevistados. Amanda Lopes informou que no acervo das Irmãs Lopes há mais de 130 músicas, das quais 10 que ela mesma compôs. O mestre Assis Calixto, do Raízes de Arcoverde, possui mais de 70 músicas. O mestre Cícero Gomes, do Coco Trupé de Arcoverde, calcula ter 10 músicas registradas. Marcelo Cavalcanti, do Fulô do Barro, diz ter 40 composições entre registradas e não registradas. Neydson Lira, do Pisada Segura, não possui música própria, mas garante que há 30 canções do grupo registradas, afora as não registradas.

De 2000 a 2021, esses grupos buscaram gravar CDs em estúdios locais de modo a preservar a memória da cultura popular e vender sua arte ao público. Há pelo menos oito álbuns gravados, com dezenas de músicas. Três deles são do Raízes de Arcoverde: *Coco Raízes Arcoverde* (2000), *Godê Pavão* (2002), *A Caravana Não Morreu nem Morrerá* (2011). As Irmãs Lopes possuem os álbuns *Anda a Roda* (2014) e *Meus Canário Cantadô* (2018). O Pisada Segura tem álbum homônimo de 2018, o Trupé de Arcoverde traz o seu álbum *Vamos Pra Lá Vamos Pra Cá* (2021) e o Fulô do Barro, tem o *Pré-Urbano* (2021).

Os CDs gravados, porém, não são mais uma garantia de preservação, nem de difusão dessa cultura popular, como descreve Neydson Lira, do Pisada Segura:

O CD físico a gente já não pensa mais nisso. A gente fez em 2018. Depois, a gente parou para pensar e disse: caramba, por que a gente fez essa impressão dessas cópias? Só para a gente usar em projeto. Mas, hoje em dia, os projetos estão pedindo só os *links*. Esta é uma coisa tão futurista, tão necessária que é uma coisa primordial, a gente não pode deixar de usar não. É uma coisa importantíssima. Estamos nessa busca, estamos estudando e tentando se atualizar para isso, porque o nosso futuro é esse: os *streamings*. (Lira, 2022).

Assim como Neydson Lira, Amanda Lopes percebe que o momento agora é do *streaming*. “A gente aprendeu pela internet a colocar (as músicas) nas plataformas. Fui atrás de entender esse mecanismo como condutor para que pudesse gerenciar o nosso trabalho”.

Em agosto de 2022, o grupo Raízes de Arcoverde possuía o maior número de ouvintes no *Spotify*: 8.847 mensais (Figura 18). A canção mais popular era *Andrelina*, com 254.680 reproduções, seguida de *Sereia*, com 99.876, e *Salve Deus*, com 77.826.

Figura 18 – Perfil do Samba de Coco Raízes de Arcoverde



Fonte: Reprodução do *Spotify*.
Paula Lourenço/2022.

No mesmo período, o grupo das Irmãs Lopes tinha 601 ouvintes mensais no *Spotify* (Figura 19). Este samba de coco apresenta na plataforma o álbum *Meus Canário Cantadô* (2018) com 11 canções. A música mais popular era *Raio de Luz*, com 15.948 audições, seguida de *Meus Canário Cantadô*, com 7.383, e *Aia Vadeia*, com 6.877 cliques, respectivamente. Além desse suporte digital, as Irmãs Lopes estão no *Deezer* e no *SoundCloud*.

Figura 19 – Perfil do Samba de Coco Irmãs Lopes



Fonte: Reprodução do *Spotify*.
Paula Lourenço/2022.

Mais recente no *Spotify*, o Coco Trupé de Arcoverde possuía em agosto de 2022 231 ouvintes mensais (Figura 20). Apresentava o álbum *Vamos Pra Lá Vamos Pra Cá*, de 2021, com 11 canções. As três músicas mais populares na plataforma eram: *A Vida Tava Tão Boa*, com 3.984 cliques, *Despedida de Amor*, com 1.383 audições, e *Vamos Pra Lá Vamos Pra Cá*, com 1.033 cliques.

Figura 20 – Perfil do Coco Trupé de Arcoverde



Fonte: Reprodução do *Spotify*.
Paula Lourenço/2022.

Criado na era do *streaming*, o Coco Fulô do Barro entrou no *Spotify* em 2021, com o álbum *Pré-Urbano*, que apresenta nove canções (Figura 21). O perfil do grupo contava em agosto de 2022 com 18 ouvintes mensais. A plataforma aponta como as músicas mais populares *Forró do Cão*, *Casinha de Reboco*, *Terreiro sem Cerca*, todas com menos de mil cliques.

Engatinhando no *Spotify*, o grupo Pisada Segura (2015) – Figura 22 – possuía apenas um *single* localizado na plataforma em agosto de 2022, intitulado *Segure o Coco*, com menos de mil audições na época do levantamento. O *single* grupo contava apenas uma seguidora: a responsável por esta dissertação, que clicou na música para fazer a análise dos perfis dos grupos no suporte digital. O Quebra-Coco Aliança não estava presente nesta plataforma.

Figura 21 – Perfil do Coco Fulô do Barro



Fonte: Reprodução do *Spotify*.
Paula Lourenço/2022.

Figura 22 – Perfil do Grupo Pisada Segura



Fonte: Reprodução do *Spotify*.
Paula Lourenço/2022.

Embora os coquistas de Arcoverde tenham iniciado sua incursão pelo *Spotify*, percebe-se que ainda há potência para cadastrar mais músicas dos grupos nessa plataforma, garantindo a preservação da memória e a ampliação das visualizações para a possível monetização. Antes disso, contudo, faz-se necessário um investimento no registro das canções que ainda não se encontram nesta condição para o recebimento dos direitos autorais. A maioria dos integrantes dos cocos está em processo de inscrição em entidades como a Associação Brasileira de Música e Artes (Abramus), a União Brasileira de Compositores (UBC) e o Escritório Central de Arrecadação e Distribuição (Ecad).

Porém, mesmo quem tem parte das músicas cadastradas, como era o caso do Raízes de Arcoverde, ainda não recebeu os direitos autorais. O mestre Assis Calixto informou que tem recursos para receber, mas não sabe quanto e nem como fazer. Amanda Lopes também vem tentando com o Ecad o recebimento sobre as visualizações da música Raio de Luz, composta por uma integrante do grupo. Valeté Gomes, filho de Cícero Gomes, informou-se com Amanda Lopes para ganhar os direitos autorais sobre as músicas de seu pai que estão na internet, mas não recebeu dinheiro algum por isso.

Além de cadastrar suas músicas por si próprios em busca do recebimento de direitos autorais – ainda que por ora não tenham sido remunerados por isso –, os grupos de samba de coco podem, conforme ocorre no mercado atual, aderir a plataformas de distribuição digital,

como o *OneRPM* e o *CDBaby*. Passos (2015) pondera o novo momento na vida dos artistas musicais:

É claro que os artistas devem ser remunerados pelo seu trabalho, mas o comportamento referente ao consumo da música foi reconfigurado. Não basta trocar alternativa de comprar o CD por pagar pela assinatura, como se quisesse replicar o mesmo modelo de negócio em uma plataforma diferente. (Passos, 2015, p.13)

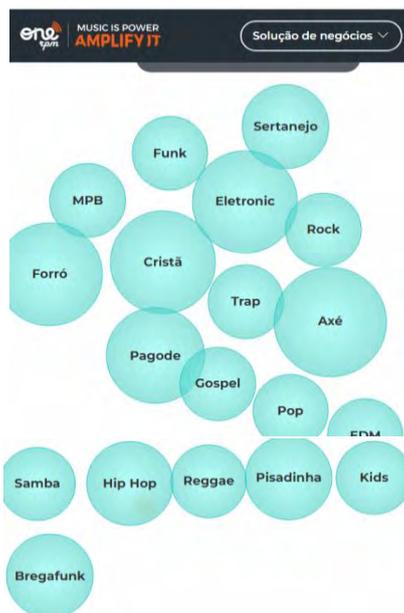
Essas plataformas licenciam e distribuem as músicas de artistas autônomos para receberem os direitos autorais, ficando com 15% do faturado. Todavia, a Firjan adverte que, neste mercado, “o foco apenas na comercialização de direitos autorais gera uma miopia em relação às dinâmicas de produção de conteúdo” (Firjan, 2022, p. 88). E complementa:

Artistas e criativos têm entendido que cada vez mais a PI (*propriedade intelectual*) passa a ser um elemento acessório no modelo de negócio, usado como ferramenta de marketing e posicionamento, para geração de outras fontes de receita, tais como merchandising, ingressos, assinaturas e publicidade. (Firjan, 2022, p. 88)

Em outras palavras, os artistas do samba de coco de Arcoverde têm como aderir aos serviços dos distribuidores, mas podem ir além. Essas plataformas oferecem pacotes de soluções para a carreira musical, envolvendo marketing, análise de resultados e sugestões para ampliar o alcance do público e marcar shows onde tem consumo de suas músicas. Apresentam como parceiros *Spotify*, *Apple Music*, *Amazon Music*, *Deezer*, entre outros veículos *streaming*.

Trata-se de uma nova forma de experienciar a carreira, sem se restringir ao faturamento com direitos autorais, pois faz-se uso de análise de base de dados (*Big data*). No entanto, é preciso ter dinheiro para pagar as assinaturas, que oferecem diversos tipos de planos conforme o estágio desenvolvimento de cada criativo, o que não é o caso dos coquistas. E, mesmo que pudessem pagar, essas plataformas de distribuição apresentam uma falha para os artistas de culturas populares, pois não registram gêneros musicais como ciranda, maracatu e coco, por exemplo. Os estilos brasileiros cadastrados são sertanejo, axé, funk, forró, gospel e cristã (Figura 23).

Figura 23 – Print do Site do *Onerpm*



Fonte: Reprodução do site do *Onerpm*.
Paula Lourenço/2022.

O recebimento dos direitos autorais e esse novo modelo de negócio artístico, que envolve marketing e decisões na carreira com base em *Big data*, é uma realidade distante dos coquistas arcoverdensenses.

3.4. As interferências digitais na criação, na produção e no consumo do ritmo

A tecnologia digital vem interferindo na criação, na produção e no consumo do samba de coco de Arcoverde para além dos limites físicos do município. Uma das formas de criação que mescla o samba de coco com a música eletrônica foi produzida pelo DJ estadunidense-brasileiro Maga Bo, que viaja o mundo em busca de ritmos locais. No *Spotify*, é possível acessar o álbum *Maga Bo Apresenta Samba de Coco Raízes de Arcoverde Remixed* (2018).

No mesmo suporte digital, há outro álbum com DJs que modificam as versões originais da música através da batida eletrônica. A proposta teve aceitação do público, pois a música *O Grilo*, remixada por Tahira, rendeu 41.778 audições em agosto de 2022, sendo a quinta música mais escutada do Raízes de Arcoverde no *Spotify*. Isso corrobora o pensamento de Domingues (2003) sobre a arte eletrônica. “A arte tecnológica interativa pressupõe a parceria, o fim das verdades acabadas, do imutável, do linear” (2003, p. 19). A mesma autora escreve que:

[...] O conjunto de reflexões deixa evidente que a arte contemporânea, há cerca de trinta anos, abraçou uma série de práticas artísticas assentadas na revolução da eletrônica e nas tecnologias numéricas e que, nestes últimos anos do século, artistas espalhados pelo mundo adquirem uma consciência cada vez mais forte de seu papel como agente de transformação na sociedade. (Domingues, 2003, p. 17).

Os coquistas percebem que o digital vem mudando a forma de produção da música para ser consumida na “nuvem”, passando de álbuns completos, como eram fisicamente (LPs e CDs) para os *singles*. A nova demanda dos consumidores contemporâneos na verdade é um resgate de anos anteriores, quando existiam os *singles* físicos. Diante dessa tendência, Neydson Lira (2022) afirma que está colocando três músicas nas plataformas *streaming*. Para ampliar seu alcance das músicas pelo público, vai começar a pagar anúncios no *Google (GoogleAds)* que podem melhorar os resultados de busca pelas canções nesse site.

Amanda Lopes entende que o *single* é, sim, uma tendência de produção e consumo, mas para os grandes nomes artísticos, como grupos de forró, que têm dinheiro para gravar em estúdio e lançar uma faixa musical toda semana ao público, o que não é o caso do samba de coco. A artista explica:

Esses cantores (de forró) têm a potencialidade de a cada semana lançar um *single* na internet. A gente que é do coco não tem porque é o maior sacrifício para juntar dinheiro e gravar uma música em estúdio. A gente não tem isso ainda. Não posso cobrar que eu tenha 50 músicas numa plataforma, se eu não tenho condições de gravar uma. Pega um coco e coloca para tocar em um clube. Se conseguir vender 10% do que for planejado, beleza. A gente não atinge uma portaria que uma banda (de forró) atinge. Não dá para a gente cair de cara e ficar pensando só nisso. Nossa produção é outra, mas, com a tecnologia benéfica, a gente pode alcançar mais, dentro de outro tempo, dentro do nosso espaço. (Lopes, A., 2022).

Ao mesmo tempo em que enxerga o lado benéfico das tecnologias para o mundo e para o samba de coco, Amanda Lopes afirma que é preciso, enquanto artista, estar atento ao papel que esse patrimônio cultural representa para a sociedade, evitando comparações e sacrifícios ao brinquedo:

Toda essa efervescência que vem a partir da tecnologia às vezes chega como um choque para a gente que vem de uma matriz musical muito tradicional. E, às vezes, também, a gente não percebe e acaba reproduzindo uma coisa que não tão benéfica para a nossa tradição. A tecnologia é benéfica, porque nos faz produzir mais e alcançar mais, mas, ao mesmo tempo, ela vem como um grande desafio. Ela existe, mas não pode jamais sacrificar uma produção nossa. Ela pode agregar, mas sacrificar, não. (Lopes, A., 2022).

Domingues (2003) reflete sobre os desafios que a tecnologia traz para a humanidade e sua influência sobre a arte e a nova condição humana:

[...] Hoje, tudo passa pelas tecnologias: a religião, a indústria, a ciência, a educação, entre outros campos da atividade humana, que estão utilizando intensamente as redes de comunicação, a informação computadorizada; e a humanidade está marcada pelos desafios políticos, econômicos e sociais decorrentes das tecnologias. A arte tecnológica também assume essa relação direta com a vida, gerando produções que levam o homem a repensar sua própria condição humana. (Domingues, 2003, p.17).

Patrimônio vivo de Pernambuco, o mestre Assis Calixto não se preocupa com as interferências digitais. Ele diz que os grupos da terra são os guardiões desse patrimônio e vêm investindo na preservação no mundo físico, por meio das aulas de arte/educação nas escolas, onde as crianças e adolescentes aprendem a história dos cocos na cidade, sua musicalidade, sua dança.

A interferência digital no criar, produzir e consumir música reverbera no mundo físico. Ao acessar as apresentações dos grupos de samba de coco de Arcoverde na internet, o público quer conhecê-los presencialmente, visitando a cidade, principalmente no mês de junho, quando são celebrados os festejos juninos, e em novembro, por ocasião do Festival Sesc PE de Economia Criativa: Na Pisada dos Cocos do Nordeste.

O mestre Assis Calixto entende a importância do digital na democratização do acesso aos grupos de coco de Arcoverde-PE, mesmo sem ser o responsável pelas plataformas digitais do grupo Raízes, o que fica a cargo dos seus sobrinhos. “Acho que por causa dessa audiência (digital) o povo vem aqui conhecer (em sua casa/ateliê). Fico bastante satisfeito de saber que a pessoa vem conhecer a nossa cidade, a nossa cultura. Isso para mim é tudo” (Calixto, 2022).

3.5. Os desafios do novo mercado da música para os coquistas

O *Spotify* permite o acesso dos artistas dos cocos de Arcoverde ao seu público, sem intermediários, sejam gravadoras ou meios tradicionais de comunicação de massa, porém a desafios que precisam ser superados. A plataforma contribui para a memória dos grupos, mas existe potencial para preservar ainda mais essa cultura popular no mundo virtual, só que os artistas muitas vezes não têm nem tempo, nem dinheiro para cumprir a etapa inicial de registrar as próprias músicas.

Os serviços de distribuição digitais que têm parceria com o *Spotify* focados em artistas independentes podem melhorar o desempenho dos coquistas nessa plataforma de áudio, dando

suporte para a arrecadação de direitos autorais e no uso de dados para direcionar ações de marketing. Isso impactaria na realização de mais shows, por exemplo.

Do ponto de vista de criação, produção e consumo, o *Spotify* mostra ao coco Raízes de Arcoverde que o álbum remix gera audiência e, na visão dos artistas, é possível trocar com o contemporâneo sem perder as origens. A plataforma também tem influenciado o modo de produção da música, que caminha para o *single*, em vez do álbum, e os coquistas começam a seguir o movimento. Indo além das “nuvens”, o *Spotify* pode estar colaborando com o aumento do público presencial no consumo dos cocos em Arcoverde-PE.

As contribuições do *Spotify* para os coquistas arcoverdenses são diversas, todavia, torna-se imperativo realizar algumas reflexões sobre o apoio que essa cultura popular precisa para progredir na maior plataforma de *streaming* do mundo. Isso porque o mercado da música nos dias de hoje que vai muito além de fazer o *upload* das canções. O apoio pode vir de incentivos públicos e de parceiros privados que acreditam nesse bem cultural como agente de transformação social, promovendo redução de violência e formação de indivíduos com visão mais crítica do mundo.

Diante desses desafios digitais, o Festival Sesc PE de Economia Criativa: Na Pisada dos Cocos do Nordeste realizou em novembro de 2023 a mesa de debate “Como vender sua música na internet”, com a participação de Maurício Bussab, que é CEO e fundador da Tratore (SP), a maior distribuidora de música independente do Brasil. Outra integrante da mesa foi Cleusa Lopez, da equipe de A&R (Artistas & Repertórios) da Tratore. Os grupos puderam tirar dúvidas sobre as formas de distribuição e as cestas de serviços ofertadas.

Em entrevista à pesquisadora, Cleusa Lopez mencionou que os grupos de Arcoverde podem encontrar possibilidades no mundo digital que vão além da distribuição de álbuns. As plataformas *streaming* de vídeos, que também produzem filmes e séries, como a Netflix, têm grande apreço pela música brasileira. Podem, portanto, adquirir trechos de músicas de culturas populares, a exemplo do samba de coco, pagando diretamente aos coquistas em dólar ou em euro e difundindo digitalmente essa cultura popular para o mundo.

Enquanto isso não acontece, os coquistas precisam aprender a lidar melhor com as transformações na área da música, sem perder a essência. É batalhar para sobreviver ao digital e dentro dele, contando que os recursos dos direitos autorais um dia vão chegar.

4 – SAMBANDO NOS MEANDROS DIGITAIS

“A vida tava tão boa, pra quê mandou me chamar” –

Trupé de Arcoverde

4.1. As culturas populares na sociedade da atenção fragmentada

O indivíduo da era do consumo digital encontra-se cada vez mais acelerado no seu modo de viver. Elabora a lista da feira com a ajuda de *Alexa* enquanto limpa a casa; pega o *Uber* para ir ao trabalho e, no meio do caminho, participa de uma reunião on-line; acessa um *podcast* para saber das notícias enquanto dirige o carro e escuta música correndo para queimar as calorias que foram consumidas com o sanduíche pedido no *delivery*. No treino, faz uma *selfie* para garantir o reforço positivo, informando aos seguidores que o “sacrifício” está pago, além de gravar um vídeo com a dança do momento, haja vista que é preciso acompanhar as tendências.

Tudo é frenético, com atenção fragmentada, sem tempo para processar o que está produzindo e consumindo. Se isso gera ansiedade, a terapia pode acontecer por uma chamada de vídeo, com reforço de um aplicativo de meditação antes de dormir para restaurar a produtividade e a paz dentro de si.

O filósofo coreano Han (2017) descreve que “[...] as mais recentes evoluções sociais e a mudança de estrutura de atenção aproximam cada vez mais a sociedade humana da vida selvagem [...]” (HAN, 2017, p. 32). A vida selvagem é assim: o animal come ao passo que presta atenção no entorno para não virar presa. Segundo o pensador, a estrutura da atenção caminha para a fragmentação e a destruição, com o excesso de estímulos, informações e impulsos. Paralelamente a essa constatação, ressalta que:

[...] Os desempenhos culturais da humanidade [...] devem-se a uma atenção profunda, contemplativa. A cultura pressupõe um ambiente onde seja possível uma atenção profunda. Essa atenção profunda é cada vez mais deslocada por uma forma de atenção bem distinta, a hiperatenção (*hiperattention*). Essa atenção dispersa se caracteriza por uma rápida mudança de foco entre diversas atividades, fontes informativas e processos [...] (Han, 2017, p.33).

Com a proliferação de atribuições simultâneas da humanidade, como ficam a produção e o consumo da cultura? Para Han, a arte precisa do tédio, do descanso espiritual, pois “a inquietação não gera nada de novo. Reproduz e acelera o já existente” (Han, 2017, p.35). E complementa:

[...] a capacidade contemplativa não está necessariamente ligada ao ser imperecível. Justamente o oscilante, o inaparente ou o fugidio só se abrem a uma atenção profunda, contemplativa. [...] Formas ou estados de duração escapam à hiperatividade. Paul Cézanne, este mestre da atenção profunda, contemplativa, observou certa vez que podia ver inclusive o perfume das coisas. Essa visualização do perfume exige uma atenção profunda [...] (Han, 2017, p. 36).

No caso das culturas populares, há um fator a mais que o tédio: a arte requer não só o tempo da criação, mas também a problematização social em torno do que ela representa para os grupos sociais que lutam por sua preservação em seus territórios. E, em meio à escassez de tempo, o desafio é manter esse tipo de tradição.

Um dos bens culturais que vem procurando se adaptar a esse novo *modus vivendi* é o samba de coco de Arcoverde. No diálogo com os novos tempos, os grupos dessa cultura de tradição fazem uso da internet e apresentam perfis no *Instagram* e canais na plataforma de vídeo *Youtube*. O presente capítulo tem como objetivo entender como esses artistas populares têm lidado com essa era hiper conectada.

O estudo também visa verificar os impactos do universo digital nessa manifestação popular, uma vez que esses canais digitais vêm modificando o modo de consumir e produzir produtos e serviços, incluindo os bens culturais. Dessa forma, espera-se identificar perspectivas do samba de coco diante das novas tecnologias de comunicação.

4.2. As adaptações do samba de coco aos tempos do consumo digital

O mundo conta com quase 8 bilhões de habitantes, dos quais 4,95 bilhões fazem uso da internet, o que corresponde a 62,5% da população global. Do contingente conectado, 3,78 bilhões consumiram produtos pela internet em 2021, movimentando 3,85 trilhões de dólares com mercadorias e serviços. Cerca de 93% dos usuários acessaram a internet pelo celular. Os dados constam do *Digital 2022: Global Overview Report*.

O levantamento aponta que o tempo médio diário despendido pela população global na internet foi de 6 horas e 58 minutos no ano de 2021. Em 2013, quando começou a pesquisa, o total era de 6 horas e 9 minutos, crescendo gradativamente ano a ano. Dessa média de horas gastas na rede mundial de computadores, 2 horas e 27 minutos foram dedicadas às redes sociais e 3 horas e 20 minutos foram com TV e vídeos em *streaming*.

Dos 4,95 bilhões de habitantes que fazem uso da internet no planeta, 4,62 bilhões estavam nas redes sociais em janeiro de 2022. Dez anos atrás, esse número era de 1,48 bilhão. A maior

rede social na atualidade é o *Facebook*, com 2,91 bilhões de usuários ativos, seguida do *Instagram*, com 1,47 bilhão de usuários ativos. O canal de vídeos com o maior número de acessos no mundo é o *Youtube*, com 2,56 bilhões de usuários.

As pessoas usam as redes sociais principalmente para manter contato com os amigos e família (47,6%), ocupar o tempo (36,3%) e ler notícias (35,1%). Também saem para buscar inspirações e fazer compras, ver transmissões ao vivo e seguir celebridades e *influencers*. Em sua maioria, seguem os amigos e a família (45,5%); atores, comediantes e outros artistas (29,9%); memes e paródias (28,9%); e bandas, cantores e outros músicos (28,4%).

No Brasil, 171,5 milhões de usuários estavam nas redes sociais em janeiro de 2022, o número não quer dizer necessariamente que são usuários únicos. A principal rede social no País é o *Instagram*, com 119,5 milhões de usuários, seguida do *Facebook*, com 116 milhões de usuários. A plataforma digital *Youtube* possui mais inscritos que as duas redes sociais no País: 138 milhões de usuários ativos.

As redes sociais compreendem canais digitais que conectam pessoas e corporações para diversos fins, entre os quais se relacionar, comercializar produtos e serviços e se divertir. As plataformas digitais são, por sua vez, modelos de negócios que funcionam por meio de tecnologias para a venda de produtos e serviços. Criadas por corporações sediadas nos países do hemisfério norte, ambas têm contribuído para a expansão do capitalismo no século XXI. Zuboff (2019) relata que:

[...] O sucesso do capitalismo ao longo do tempo dependeu da emergência de novas formas de mercado que expressassem novas lógicas de acumulação mais bem-sucedidas na tarefa de satisfazer as necessidades sempre em evolução das populações e sua expressão na natureza cambiante da demanda. Como Piketty afirma em *O capital no século XXI*: “Não existe uma variante única do capitalismo ou da organização da produção [...]. Isto sem dúvida continuará valendo para o futuro, pois novas formas de organização e de propriedade ainda estão para ser inventadas [...]” (Zuboff, 2019, p. 23).

As redes sociais e plataformas digitais reservam espaço para as culturas populares, a exemplo do samba de coco de Arcoverde? O documento *Digital 2022: Global Overview Report* não traz qualquer dado que remeta às culturas de tradição, algo que sempre esteve à margem da estrutura capitalista, por não gerar lucro e viver em constante luta de espaço com a cultura predominante, branca e colonizadora. Mota Neto (2016) discorre que o capitalismo no século XXI estabelece relações assimétricas de poder, afetando a representação da periferia global, cerne das culturas populares:

“[...] o fim da guerra fria terminou com o colonialismo da modernidade, mas deu início à colonialidade global, entendida como um enredado padrão de poder que continuou sustentando, no chamado mundo pós-colonial, relações desiguais entre centro-periferia, bem como relações assimétricas de poder nas esferas raciais, de gênero e de trabalho” (Mota Neto 2016, p. 67).

Na visão do professor mexicano Mejias (2019), o *modus vivendi* virtual criado pelos negócios digitais do eixo Norte está levando a sociedade para uma nova forma de dominação: o colonialismo de dados. Explica:

“Esse é o ponto-chave: a tentativa corporativa ousada e amplamente disfarçada de incorporar toda a vida, concebida ou não pelos sujeitos como “produção”, em um processo ampliado de geração de mais-valia. A extração de dados de corpos, coisas e sistemas cria novas possibilidades para gerenciar tudo. Esse é o novo papel distintivo das plataformas e outros ambientes rotineiros de mineração de dados. Se for bem-sucedida, essa transformação não deixará nada “de fora” da produção capitalista: a vida cotidiana terá sido incorporada diretamente ao processo de produção capitalista” (Mejias, 2019, p. 89).

Diante do que o autor argumenta, pode-se inferir que as culturas populares serão incorporadas ao novo processo de produção capitalista. Em uma colocação da psicóloga social estadunidense Zuboff (2019) sobre o capitalismo de vigilância, pode-se dar margem de interpretação para a sobrevivência ou não dos bens culturais tradicionais, quando a autora diz que:

[..] as formas de mercado aparecem em diferentes tempos e lugares. Algumas alcançam a hegemonia, outras existem em paralelo à forma predominante, enquanto outras, com o passar do tempo, se revelam becos sem saída” (Zuboff, p. 23).

Por sua vez, o autor brasileiro Abib (2015) defende que:

[...] Essas formas culturais são, com frequência, comercializadas ou difundidas, mas independentemente de suas finalidades, devem ser preservadas no que tange aos seus modos de produção, sua memória, seus sentidos e significados (Abib, 2015, p. 115).

Ele complementa, assegurando que:

[...] mesmo se valendo dessas intersecções com os mecanismos utilizados pela lógica do mercado cultural, o processo protagonizado por esses sujeitos sociais tem sua lógica própria, que não se deixa capturar integralmente pela voracidade do mercado e, por esta razão, não pode ser ignorado, se apresentando como uma nova e importante configuração das relações que constituem a dialética cultural na contemporaneidade. (Abib, 2015, p. 119)

Porém, na opinião do mestre Assis Calixto, líder do Raízes de Arcoverde, as redes sociais e as plataformas digitais podem ser vistas como algo positivo para os coquistas, porque amplia

o acesso a um ritmo originário dos negros. “Acho que é uma boa experiência para nós. O coco vem da escravidão, do sofrimento e hoje tem uma experiência mais vista. Hoje o coco está sendo visto no mundo inteiro”.

Calixto, que tem um gosto musical variado, incluindo até o *rock*, já viajou com o grupo para vários países na Europa para mostrar o valor do samba de coco e da cultura negra. O mestre atribui a ampliação dessas viagens às conexões possíveis entre o mundo presencial e a internet.

Em 2003, o Raízes participou do ano Brasil-França e músico estadunidense Andrew Scott Potter, radicado em Florianópolis (Santa Catarina) viu e gostou do gênero musical. Em 2005, eles gravaram um álbum juntos, intitulado *Coco Bop Samba Rap*, que está disponível no *Youtube* desde 3 de abril de 2019 e aparece com 4.689 visualizações em agosto de 2022. O álbum é uma mistura de duas culturas de origens negras: o coco e o *jazz*, este último já massificado no mundo.

As recentes conexões decoloniais estabelecidas pelo grupo Raízes coadunam-se com o projeto político-epistemológico transmoderno do filósofo argentino Dussel (2004), mencionado por Mota Neto (2016):

O projeto político-epistemológico implica em quatro estratégias fundamentais: em primeiro lugar, a afirmação, a autovalorização da própria cultura negada pela modernidade/colonialidade e que se encontra nas exterioridades da modernidade; em segundo lugar, essas culturas negadas devem desenvolver uma crítica interna às suas próprias tradições culturais, partindo de suas próprias possibilidades hermenêuticas; em terceiro lugar, os críticos, vivendo a biculturalidade das fronteiras, podem criar um efetivo pensamento crítico, que se nutre de ambas as tradições; em quarto lugar, em um longo tempo de resistência, maturação e desenvolvimento, as culturas negadas, enriquecidas pela autocritica e pelo diálogo intercultural com outras tradições, são capazes de dimensionarem-se agora como transmodernas, o que engendrará uma cultura renovada e descolonizada. (Dussel, 2004, *apud* Mota Neto, 2016, p. 85).

Em 2018, o Raízes de Arcoverde organizou uma campanha de financiamento coletivo pela Vakinha virtual¹³ para pagar a dívida do aluguel da sede e financiar sua reforma, uma vez que o grupo tem reconhecimento nacional e internacional depois de suas viagens. Divulgada no *Youtube*, nas redes sociais do grupo e na imprensa, iniciativa tinha a meta de arrecadar R\$ 30 mil. Contou com doações do Recife, São Paulo e cidades fora do País, como Montreal, no Canadá, e Marselha, na França. Em maio de 2022, a família Calixto estava com uma casa sendo pintada e reformada para abrigar a sede do grupo.

¹³ GONZAGA, Vanessa. **Completando 20 anos, Coco Raízes de Arcoverde organiza financiamento coletivo** – Publicado em 12 de abril de 2018. Como visto em <<https://www.brasildefato.com.br/2018/04/12/completando-20-anos-coco-raizes-de-arcoverde-organiza-financiamento-coletivo>> Acesso em 8 de agosto de 2022

O uso da internet para fomentar os cocos também é realizado por Marcelo Cavalcanti da Silva, líder do Fulô do Barro. Ele procura editais de financiamento de cultura popular pelos sites, oferece os shows do grupo por meio das mensagens diretas nos perfis das redes sociais dos potenciais parceiros, além de vender, através do *Instagram*, mercadorias do grupo, como canecas e o artesanato que ele mesmo produz para todo o Brasil. Ele também utiliza o *Youtube* para buscar canções mais antigas do coco, preservadas no digital e que são resgatadas para as apresentações do grupo.

Na outra ponta, o mestre Cícero Gomes, do Coco Trupé de Arcoverde, diz que a internet possibilitou o aprendizado de novas músicas de outros cocos. “Antigamente, nos anos 1970, 1980, a gente se batia muito com as músicas mais antigas”. Seu filho, Valete, lembra durante a pandemia da Covid-19 o grupo fez *lives* para interagir com o público e que, embora não gostasse, era a única forma de ter a conexão com os consumidores de coco.

Ainda no período da pandemia, Amanda Lopes, do grupo Irmãs Lopes conseguiu realizar *lives* e ministrar oficina coco de sua casa pela plataforma digital *Google Meet* com alunos do Rio Grande do Sul. Ela acrescenta que, antes da internet e das redes sociais, os grupos de cocos viviam no “ocultismo”. Depois de 2005, a artista percebeu que as “as coisas foram se expandindo”. “Com a tecnologia, a gente teve a possibilidade de comunicar que existe uma produção. Tem japonês cantando coco. No Rio de Janeiro, tem uma cadeira que estuda o coco na área de artes. A tecnologia deu outro avivamento na história do coco”.

Já Neydson Lira, do grupo Pisada Segura, consegue ofertar os shows do grupo pelas redes sociais e fechar a maioria das contratações utilizando o *Instagram* e o aplicativo de mensagens *Whatsapp*, além informar que, devido à internet, está com maior participação do público presencial em sua sede, que fica na casa dele. O artista também está atento às tendências de plataformas de distribuição digital das músicas e patrocínios para ampliar a divulgação do grupo em busca de mais apresentações.

João Paulo Ferreira, do Quebra Coco Aliança, acredita que “daqui a pouco a gente vai ter uns ‘avatarzinhos’ no Metaverso¹⁴”. E complementa:

A gente tem que acompanhar, mantendo a tradição, mas não dá para ficar fora disso porque a tecnologia vai levar você até o público. Hoje, você faz a música de casa, coloca nas redes sociais e vai ter ali 200 ou 300 pessoas assistindo. Então, se a tecnologia for bem usada, você consegue mostrar sua arte para um público bem maior no conforto da sua casa (Lima, J.P., 2022).

¹⁴ Metaverso - mundo virtual que tenta replicar o mundo real com o uso de dispositivos digitais.

O uso das redes sociais e das plataformas digitais por parte dos coquistas, seja para pagar dívidas, difundir sua arte ou negociar shows e produtos artesanais, reafirma o que Castells (2017) esclarece sobre uma autocomunicação de massa. “A autocomunicação de massa fornece a plataforma tecnológica para a construção da autonomia do ator social, seja ele individual ou coletivo, em relação às instituições da sociedade” (Castells, 2017, p.10).

Além disso, mostra que, mesmo na periferia do sistema, os grupos conseguem enxergar opções de sobrevivência além das oferecidas no mundo presencial. “As novas operações de negócios frequentemente fogem dos modelos mentais existentes e desafiam as expectativas convencionais”. (Zuboff, 2019, p. 48-49).

4.3. A presença nas redes sociais

A maioria dos grupos de samba de coco de Arcoverde já tem presença digital. Em levantamento para este capítulo, verificou-se que os grupos Irmãs Lopes, Raízes de Arcoverde, Trupé de Arcoverde, Fulô do Barro, Pisada Segura e Quebra Coco Aliança estão nas principais redes sociais: *Facebook* e *Instagram*. Cinco dos seis grupos encontram-se no *Youtube*, com exceção para o Quebra Coco Aliança. No *Tik Tok*, só tem perfil até o momento o grupo Fulô de Barro, com poucas publicações.

O capítulo detalhará os perfis dos grupos no *Instagram*, por ser a principal rede social do Brasil e onde todos estão presentes com atualizações frequentes. Também foram verificados os canais no *Youtube*, a maior plataforma de vídeo no País, onde todos se encontram, com exceção do Quebra Coco Aliança. Os dados foram coletados em 8 de agosto de 2022.

4.3.1. Análise dos perfis no *Instagram*

Criado em 5 de dezembro de 2021, o perfil do Raízes de Arcoverde (@cocoraizesdearcoverde) tem o maior número de seguidores entre os seis grupos de coco da cidade: 13,2 mil. É fácil de encontrar e tem uma identidade visual atual. Ao todo, conta com 441 publicações que, assim como os demais grupos, são atualizadas regularmente, trazendo fotos e vídeos de shows já realizados, bem como anunciando as próximas apresentações ao público. Faz uso de destaques, *stories* e transmissões ao vivo, itens também desenvolvidos nos outros grupos, só que com menor intensidade. Na bio¹⁵, há a *Linktr.ee/cocoraizesarcoverde*, com os *links* para

¹⁵ Bio é a seção do perfil na rede social posicionada logo abaixo do nome, onde se inclui informações relevantes sobre você ou sobre sua empresa. Fonte: RESULTADOS DIGITAIS. **Bio do Instagram: confira as melhores dicas e (90) exemplos prontos para usar.** Como visto em <https://resultadosdigitais.com.br/marketing/bio-do-instagramb>. Acesso em: 8/8/2022

“Contrate agora por *Whatsapp*”; “Ouça no *Spotify*”; “Nosso Canal no *Youtube*”, “*Facebook*”; “E-mail”. As redes sociais do grupo são geridas pelos sobrinhos de Assis Calixto, mestre do grupo.

O perfil do Trupé de Arcoverde (@coco_trupe_oficial) tem a segunda maior audiência. Foi criado em 11 de fevereiro de 2017, quatro anos antes que o do Raízes. É fácil de encontrar e tem uma identidade visual adequada. Conta com 3.546 seguidores e 348 publicações. Na bio, estão contidos: o nome do mestre Cícero Gomes, cuja foto é a do perfil; o ano de fundação do grupo em 2009; e os contatos telefônicos para show, porém sem ter *link* direto para o *Whatsapp*, como acontece com o Raízes. Apresenta, ainda, os endereços do canal no *Youtube* e o físico em Arcoverde-PE.

Fundado em 2016, já em meio ao *boom* das redes sociais, o Fulô do Barro ingressou no *Instagram* em 21 de dezembro de 2018. Seu perfil @cocofulodobarro possui 3.287 seguidores e 500 publicações, sendo o terceiro maior entre os grupos arcoverdenses. A identidade visual é atraente e o *link* na bio leva o seguidor para sua página no *Spotify*. O perfil não tem contato telefônico/*Whatsapp*.

O perfil das Irmãs Lopes (@cocoirmaslopes) foi criado em 22 de fevereiro de 2019. Ocupa o quarto lugar em número de seguidores: 2.315, tendo ao todo 361 publicações. Seu endereço é fácil de achar e traz a foto da mestra Severina Lopes. Sua identidade visual mostra-se adequada para a rede social. O perfil explica na bio que a família Lopes foi fundadora do samba de coco de Arcoverde-PE em 1916. No espaço, há uma chamada do usuário para a ação, com a frase “Acompanhem nosso canal”, que leva para a linktr.ee/cocoirmaslopes. Ao clicar, a pessoa pode acessar os *links* “Ouça no *Spotify*”, “Nosso Canal no *Youtube*”, “Nosso *Facebook*”, “Contrate AGORA!” (com conexão direta pelo *Whatsapp*); “Museu Ivo Lopes” (situado na casa da mestra Severina Lopes); e “Arcoverde.tem”, com contato para show.

O perfil do Pisada Segura (@grupo_pisada_segura) foi criado em 31 de março de 2021. Não é achado de imediato no *Instagram*, como os outros grupos, e sua identidade visual poderia ser aperfeiçoada nas postagens. Possui 496 seguidores, sendo o quinto em audiência dos seis cocos presentes nessa rede social. Ao todo, efetuou 53 publicações. Em sua bio, tem o telefone para contato, informando que o grupo tem um CD e um DVD gravados. Também há um *link* direcionando para o canal do grupo no *Youtube*.

O perfil @aliancaquebracoco possui 177 seguidores. A página é difícil de encontrar na rede, assim como a identidade visual requer reformulação. Ao todo, possui 65 publicações. Na

bio, existe a informação de que o grupo foi fundado em 14 de junho de 2004, sem contatos telefônicos, *links* ou detalhes do grupo.

4.3.2. A análise dos canais no *Youtube*

Assim como no *Instagram*, o samba de coco Raízes de Arcoverde tem o maior número de inscritos no *Youtube* (<https://www.youtube.com/CocoRaizesdeArcoverde>). São 3,91 mil inscritos no canal, onde há 39 vídeos, que variam em média de um a três minutos de duração, com 17.777 visualizações, além de três *playlists* com as músicas do grupo. A página, cuja identidade visual tem uma certa acuidade, foi criada em 2020. O vídeo mais recente tem cinco dias, a contar do dia 8 de agosto de 2022, data de análise deste e dos outros canais para o artigo.

Criado em 2019, o canal do Fulô do Barro (<https://www.youtube.com/channel/UCLTBhPxAVsXJyJ95-6t9glw?app=desktop>) tem o segundo maior número de inscritos: 1.350. Sua identidade visual é elaborada. Possui 19 vídeos publicados, com durações que variam de vinte e seis segundos a três minutos. Contabiliza 15.487 visualizações. Possui uma *playlist*. A publicação mais recente tem seis meses.

O canal das Irmãs Lopes (<https://www.youtube.com/user/cocoirmaslopes>) encontra-se em terceiro lugar no número de inscritos: 864. A página foi criada em 2012. Traz em sua identidade visual fotos da mestra Severina Lopes. É o canal com o maior número de vídeos, 79 ao todo, com durações que variam em média de um a cinquenta minutos. Também contabiliza o maior número de visualizações: 64.216. Possui uma *playlist*. A publicação mais recente tem um mês.

Criado em 2012, o canal do Trupé de Arcoverde (https://www.youtube.com/channel/UCh_igFgRcTe5b8bXgbjS_dQ) conta com 778 inscritos. Sua identidade visual traz os tamancos com os quais o grupo realiza os trupés (os passos típicos do samba de coco). Possui 30 vídeos postados, com tempo médio variando de três a nove minutos. Soma 962 visualizações. Não tem *playlist*. Sua publicação mais recente foi há um mês.

Embora o grupo Pisada Segura tenha sido criado oficialmente em 2015, o grupo tem canal registrado no *Youtube* em 2012 (<https://www.youtube.com/channel/UC2cJUvftuNuMj7CYMy9Qq1w>). Sua identidade visual traz a foto dos integrantes do vídeo sem produção. Possui 124 inscritos e 28 vídeos, variando de um a cinquenta minutos. Alcançou 9.661 visualizações. Não tem *playlist*. Sua publicação mais antiga foi em 2017 e a mais recente há duas semanas. O Quebra Coco Aliança não possui canal no *Youtube*.

4.3.3. Potencial para crescimento de audiência e monetização

Os perfis dos grupos de coco de Arcoverde analisados possuíam, juntos, mais de 40 mil seguidores em agosto de 2022, entre *Instagram* e *Youtube*. Para se ter uma ideia, a população da “terra do samba de coco” é de 77.742 habitantes (IBGE, 2022). Todavia, as plataformas carecem de mais profissionalização e maior frequência nas postagens, o que pode estimular o aumento da audiência.

A maioria do público que acessa os canais digitais é composta por jovens, na faixa entre os 20 e 30 anos, conforme relatado por Neydson Lira, do Pisada Segura. Isso revela o interesse dos jovens e adultos jovens pela cultura popular, uma forma de manutenção desse bem cultural para as próximas gerações.

Nem todos os grupos de coco têm integrantes com tempo de alimentar os perfis nas redes, porque a maioria deles trabalha em outros ofícios, além da atividade artística do samba de coco. Essa é a principal queixa de João Paulo de Lima, do Quebra Coco Aliança, assim como a de Marcelo Cavalcanti da Silva, do Fulô do Barro, que agora tem uma pessoa no time para cuidar das redes sociais. No caso das redes sociais do Raízes do Coco, que sempre está na dianteira, quem faz a gestão são os sobrinhos do mestre Assis. Do coco Trupé, é uma produtora contratada. Os das Irmãs Lopes são feitos por Amanda Lopes com o apoio do grupo.

Os grupos esperam encontrar nas plataformas digitais uma forma de monetização, seja com o fechamento de shows, o que já vem acontecendo, ou por remuneração por suas músicas no canal do *Youtube*, o que ainda não aconteceu, porque estão estudando os mecanismos para o recebimento, o que é o caso do Irmãs Lopes e do Raízes de Arcoverde.

4.4. Tradição preservada em meio à disrupção

O capitalismo do Século XXI apresenta uma nova forma produção e consumo provocada pelas tecnologias digitais. São 4,95 bilhões de habitantes fazendo uso da internet, dos quais 4,62 bilhões estavam nas redes sociais em janeiro de 2022. O consumo de bens tangíveis e intangíveis está na palma da mão, com o *smartphone*. Esse novo *modus vivendi* movimentou mais de 3,85 trilhões de dólares no mundo em 2021. Entretanto, o estilo de vida frenético pode prejudicar a criação de bens culturais, uma vez que, para isso, é preciso tempo, que anda cada vez mais escasso.

O *Digital 2022: Global Overview Report*, que traz esses grandes números, divididos por áreas, não apresenta qualquer informação sobre a cultura popular, uma vez que esse tipo de

manifestação sempre ficou à margem do capitalismo pré-digital, por não gerar lucro cujo e buscar a afirmação de grupos sociais em seus territórios. Na era do capitalismo de vigilância, a existência ou não desse bem cultural pode ser uma incógnita.

Apesar das dificuldades, os grupos de samba de coco de Arcoverde vêm conseguindo se adaptar ao mundo do consumo digital e preservar sua tradição. E os artistas, em sua maioria, demonstram um comportamento contemporâneo diante das redes sociais e das plataformas digitais de vídeo e áudio, pois entendem que a tecnologia vem para ampliar audiência, mas que é preciso evitar comparações com outros ritmos, como aponta Amanda Lopes, do Irmãs Lopes, entendendo que o coco é um ritmo que tem seu papel, sua história e suas características próprias.

O mestre Assis Calixto afirma que a internet é boa porque levou o coco, um ritmo de negros sofridos, para o mundo. Entretanto, ele não perde de vista que é preciso preservar a tradição, colocando-se como um dos atores dessa missão local. Sua postura demonstra uma atitude contemporânea, como diria Agamben (2017):

[...] ser contemporâneo é, antes de tudo, uma questão de coragem porque significa ser capaz não apenas de manter fixo o olhar no escuro da época, mas também de perceber nesse escuro uma luz que, dirigida para nós, distancia-se infinitamente de nós [...] (Agamben, 2017, p. 65).

Com mais de cem anos de existência em Arcoverde, o samba de coco passou por mudanças “analógicas”, como criação de músicas, introdução de tamancos, consolidação de figurino e estímulo ao protagonismo feminino na manifestação. Neste século, a internet permite que esse bem cultural intensifique o diálogo com ritmos de outros territórios, potencializando as trocas e conservando a diversidade.

Sem temer o “futuro”, os grupos ingressaram nas redes sociais e plataformas digitais. São mais de 40 mil seguidores no *Instagram* e *Youtube*. Como perspectiva, esperam ampliar a audiência digital, fechar mais shows, monetizar suas canções e encontrar novas possibilidades de negócios afora a música, como a realização de oficinas de coco remotas, além de conservar o registro dessa manifestação popular.

Todavia, a preservação dos cocos ainda não prescinde do mundo físico. Tanto que os coquistas são também arte/educadores, repassando seus conhecimentos sobre esse bem cultural para crianças e jovens das escolas da cidade. Dessa forma, as origens do coco, suas canções, sua dança e sua alegria podem ser transmitidas por mais gerações.

5 – O FESTIVAL SESC PE DE ECONOMIA CRIATIVA: NA PISADA DOS COCOS DO NORDESTE

“Foi, foi sim, o Forró de Helena acabou assim. No tiro, na bala, na tapa, na faca” –

Fulô do Barro

O samba de coco de Arcoverde-PE já passou por várias fases, desde a sua criação há mais de cem anos como uma brincadeira para assentar o barro no piso das casas até se tornar um produto, com a realização de shows musicais mais profissionalizados. Trata-se de uma trajetória de personagens marcantes, descobertas de oportunidades, introduções de novos elementos, empoderamentos, dificuldades, disrupções, desavenças, descrenças. Mas, sobretudo, de superação.

Ao longo dos anos, os grupos de samba de coco, como o Raízes de Arcoverde, Irmãs Lopes e Trupé de Arcoverde, conseguem divulgar essa cultura popular, realizando apresentações no município e entorno, principalmente no período junino, tornando-se muitas vezes motivo de interesse de visitas em suas casas, ateliês e museus por parte de visitantes do próprio ou de fora dele.

Os artistas organizam festivais e sambadas em seus territórios, despertando o interesse dos vizinhos, e levam a tradição para as escolas da cidade, de modo a preservá-la entre as crianças e os mais jovens. Tanto que essa paixão pela ancestralidade rendeu frutos: outros grupos de coco nasceram, como o Fulô do Barro, Quebra Coco Aliança e Pisada Segura. Não pode ficar fora dessa lista o Erêmin, que é focado nas crianças que se tornarão, um dia, os futuros mestres e mestras desse folguedo.

Nem a pandemia da Covid-19 acabou com a cultura popular que mais representa Arcoverde. Os grupos conseguiram fazer uso da tecnologia e levar adiante o legado além do município. Se antes o coco havia tomado mundo e depois arrefecido, agora, com a internet, é possível chegar até ele por múltiplos canais e plataformas, como o *Instagram*, o *Youtube* ou o *Spotify*. Literalmente, o coco ganhou o mundo.

Mas como é a vida desses fazedores de cultura? Eles conseguem viver só da arte que produzem? A resposta hoje é não. O dinheiro que recebem das apresentações artísticas pagas pelas prefeituras, governo do estado e de instituições como o Sesc, ou das palestras, aulas de arte/educação nas escolas e venda de instrumentos e objetos que produzem é insuficiente para levar a arte adiante, se esse fosse o único motivo para propagar essa cultura de tradição.

Assim como os coquistas, a maioria dos artistas populares encontra dificuldades para viver da sua arte. Ciente deste problema e dos efeitos da pandemia da Covid-19 sobre os folguedos, o Sesc realizou três edições do Festival Sesc PE de Economia Criativa: Na Pisada dos Cocos do Nordeste nos anos de 2021, 2022 e 2023.

Em três anos, o projeto recebeu um investimento de R\$ 1.521.356,39. Desse total, R\$ 884.012,88 foram do Sesc e R\$ 275.347,00 do Sebrae, o equivalente a 76,20% dos recursos totais. O número de parceiros públicos e privados chegou a 23 entidades e empresas, somando as contrapartidas econômicas e apoios com serviços e produtos. Entre os apoiadores, estiveram o Serviço Nacional de Aprendizagem do Comércio (Senac), ligado ao Sistema Fecomércio/Sesc/Senac-PE, a Associação Comercial de Arcoverde (ACA), a Câmara de Dirigentes Lojistas de Arcoverde (CDL), o Coletivo Cultural de Arcoverde (Cocar), a Estação da Cultura, hotéis e lojas.

A Secult-PE, a Fundarpe e a Adepe apoiaram o evento. Estiveram envolvidos nas ações as secretarias municipais de Desenvolvimento Econômico, Cultura, Turismo, Obras, Autarquia de Trânsito, Transporte e Segurança de Arcoverde (Arcotrans), Corpo de Bombeiros e Polícia Militar. No âmbito da saúde, recebeu apoio da Unidade Móvel do Grupo Socorrista Voluntário de Arcoverde.

O Festival gerou 122.232 atendimentos ao público ao longo dos meses de realização, impactou uma média de 174 artistas e 143 empresas por edição. A estimativa da organização é que R\$ 1.740.730,89 foram movimentados na cidade nas três edições do evento.

O público pôde conferir 107 apresentações e intervenções artísticas nas culminâncias do projeto, tendo o protagonismo dos grupos de samba de coco de Arcoverde, que convidaram cocos de Alagoas, Ceará, Paraíba e Rio Grande do Norte. Integraram-se à programação outras culturas populares como bois, maracatus e bandas de pífano.

Atrações de renome nacional e estadual se fizeram presentes, como Lia de Itamaracá, Lirinha, Mundo Livre S/A, Eddie, Petrucio Amorim, Cezzinha, Spok e Quinteto, Maestro Forró e Orquestra da Bomba do Hemetério, Quinteto Violado e Banda de Pau e Corda, cujos shows ocorreram de forma gratuita no centro da cidade. Foram realizadas 61 ações formativas, entre cursos, palestras, oficinas, mesas de debates, rodas de conversa e visitas às escolas, com 2.785 participantes.

O projeto contemplou exposições de artes visuais, produção de vídeos e áudio, feira de economia criativa (*Giro Criativo*), com 152 expositores – dos quais 130 artesãos de Arcoverde e de seis municípios vizinhos das regiões Agreste e Sertão –, desfile de moda (*Veste Cena*), rodadas de negócios criativos com 37 artistas participantes e a realização de cinco *famtours* para

a Rota dos Cocos, envolvendo artistas, proprietários de agências de turismo criativo e de experiência, estudantes e trabalhadores do comércio de bens, serviços e turismo, todos de Pernambuco.

Conheceram o projeto, incluindo os museus dos mestres e da mestra, pessoas de 11 estados: Alagoas, Bahia, Ceará, Maranhão, Mato Grosso, Minas Gerais, Paraíba, Rio de Janeiro, Rio Grande do Norte, Tocantins, São Paulo, além do Distrito Federal.

Os dados do festival mostram que é possível proporcionar desenvolvimento local por meio da cultura popular. Reis (2018) traz que projetos de iniciativa privada, como o Sesc, podem atuar nesta vertente:

O tema Desenvolvimento Local tem obtido destaque na pauta nacional nos últimos anos, a partir de experiências, programas e projetos de iniciativa pública ou privada que levam estratégias de desenvolvimento social e econômico para as comunidades. Essas articulações passam a envolver a população, mobilizando as pessoas da localidade para a participação e gerando processo de parcerias entre as instituições. (Reis, M., 2018, p. 22).

O presente capítulo tem como objetivo detalhar as três edições do projeto, narrando o desenvolvimento da sua metodologia, a integração com a rede do HUB PE Criativo e as dificuldades descritas pela organização do projeto.

5.1. Aprendendo economia criativa com o Festival

Com o objetivo de trabalhar a economia criativa com um dos ícones de culturas populares do território, o Sesc Arcoverde criou, em 2021, o Festival Sesc PE de Economia Criativa: Na Pisada dos Cocos do Nordeste. A ideia era desenvolver um projeto que proporcionasse “o fortalecimento dos grupos artísticos do samba de coco, por meio do estímulo à economia criativa, bem como fomentar e difundir a cultura de tradição”¹⁶, executando-o em três eixos: as ações formativas acontecendo ao longo dos meses; o Festival, com sua culminância trazendo ampla programação cultural; e a Rota dos Cocos, voltada a “potencializar a cadeira produtiva da cultura e do turismo, contribuindo para a promoção, a valorização e a competitividade do território” (SESC, p.7, 2021).

Na época, o Departamento Regional do Sesc em Pernambuco tinha fundado há pouco tempo a Coordenação de Economia Criativa na sede da instituição, no Recife. Os profissionais de Cultura da entidade em todo o estado ainda estavam entendendo os conceitos desse setor.

¹⁶ O objetivo do projeto **Festival Sesc PE Criativo: Na pisada dos cocos do Nordeste** está contido em sua apresentação de 2022 cuja cópia se encontra nos Apêndices desta dissertação.

No entanto, já havia o intento no Sesc Arcoverde, orientado pela Gerência de Cultura do DR no Recife, de realizar um projeto que trouxesse qualificação aos grupos de samba de coco, ampliação do acesso das pessoas à essa cultura de tradição e criação da Rota dos Cocos. Essa última consistindo em uma proposta de Turismo Criativo dentro das casas e museus dos mestres e mestras a ser desenvolvida com o apoio das secretarias de municipais de Cultura e Turismo.

Os profissionais do Sesc Arcoverde também buscavam com a proposta formar uma rede colaborativa entre artistas, poder público e pessoas vinculadas ao *trade* turístico. Dessa forma, esperavam impulsionar o desenvolvimento da economia local por meio da contratação de serviços, como hospedagem, alimentação, transporte e contratações artísticas. Assim, a proposta dos profissionais do Sesc, em meio ao desafio da tentativa e erro, atendia ao que pontua Howkins (2013):

[...] Talvez o maior impacto da economia criativa não esteja apenas dentro dos segmentos criativos tradicionais, mas na forma como suas habilidades e modelos de negócios estão sendo usados para criar valor em outras áreas. O uso da imaginação, a gestão do capital intelectual, a melhor forma de incentivar e recompensar pessoas criativas, as escalas de tempo reduzidas, a reação ao sucesso e ao fracasso; essas habilidades, que somente agora passaram a fazer parte da agenda das empresas convencionais, são os atributos essenciais da pessoa criativa”. (Howkins, J. 2013, p. 20)

A equipe da Unidade Operacional do Sesc em Arcoverde levou 11 meses para realizar o projeto, da concepção em agosto de 2020 até a realização do festival propriamente dito, em novembro de 2021. Tudo começou com os diálogos estabelecidos com os coquistas, explicando a proposta da instituição e ouvindo os grupos, querendo saber o que eles achavam da iniciativa, bem como perguntar suas principais dificuldades, que eles precisavam de cursos para se aperfeiçoar tecnicamente e profissionalmente, bem como propor que realizassem conjuntamente as curadorias artísticas para o Festival. Outra frente aberta foi a contratação uma consultoria para elaborar a Rota dos Cocos, focada no turismo criativo junto com os próprios coquistas. Reis (2002) pontua que:

De acordo com Jara, é a sociedade civil articulada em redes de organizações sociais que propõe alternativas para superar problemas. Mais uma vez, o que se destaca é que a solução é apontada pela própria comunidade. Tauf Santos e Callou já chamam a intenção para a importância da participação quando trazem a comunicação rural para o centro do debate, numa proposta dialógica. Um esforço em mão dupla em que a comunidade, mais receptora, seja real sujeito do processo. (Reis, M., 2018, p. 23).

De 10 a 14 de novembro, aconteceu a culminância da primeira edição do Festival, que, somando com as ações ao longo dos meses, realizou 8.328 atendimentos ao público nos três eixos idealizados. O momento contou com a participação de funcionários de Cultura de Unidades Operacionais do Sesc de Buíque e Goiana para conhecerem o projeto. Não havia outro evento concorrendo como festival na cidade.

As ações transcorreram durante quatro dias, em vários horários, nos formatos virtual e presencial. A versão on-line foi necessária porque ainda havia a pandemia da Covid-19. As *lives* foram transmitidas pelo canal da TV LW de Arcoverde no *Youtube*. As ações presenciais ocorreram na biblioteca, no salão de eventos, no Espaço Escadaria (um teatro aberto) e na galeria de artes do Sesc Arcoverde; no Centro de Gastronomia e Artesanato Municipal de Arcoverde (CGA) e em três escolas públicas municipais. Estimou-se um público diário de 362 acessos nas *lives* e de 285 pessoas de modo presencial.

As 14 ações formativas oferecidas pelo projeto foram compostas por cursos, oficinas, palestras, rodas de conversas e ações nas escolas. Foram ministrados dois cursos com a participação de 38 pessoas, um deles com o tema de sonorização e o outro de iluminação cênica e roteiro, em parceria com pessoas contempladas com recursos da Lei Aldir Blanc. Os coquistas participaram de duas rodas de conversa: “Na Parcela do Coco” e “Na Batida do Surdo e no Balanço do Ganzá”, com 80 participantes, bem como estiveram em escolas municipais, com a ação “Aprendendo com os Mestres”, que impactou 413 estudantes.

Houve, ainda, a realização de duas palestras com 69 participantes, intituladas “Ecossistemas Criativos: desenvolvimento de territórios culturais” e “Economia Criativa: eu faço parte?”. Ainda na área de formação, ocorreram quatro oficinas: “Atendimento faz a diferença”, “Estratégias de Marketing Digital”, “*Business Model Canvas*: Valide seu Modelo de Negócio” e “Condutor de Turismo – Cultura, Ecoturismo e Roteiros”. Estas contaram com 74 inscritos.

Figura 24 – Roda de conversa



Fonte: Anderson Lima/Acervo Sesc PE/2021.

Os artistas foram orientados sobre gestão de carreira artística, por meio da Secretaria Municipal de Cultura. A Secretaria de Desenvolvimento Econômico da cidade realizou atendimentos para Microempreendedor Individual (MEI), Carteira do Artesão e orientação ao microcrédito. O Banco do Nordeste (BNB) prestou informações sobre linhas de crédito para artistas, artesãos e empreendedores em geral pelo Programa Crediamigo. Não há informações por parte da organização do festival sobre a concessão de crédito nesse ano.

Na parte de fruição, 102 artistas de oito grupos se apresentaram no salão de eventos do Sesc Arcoverde. Ao todo, foram realizados 13 shows musicais gratuitos, com a participação tanto de grupos locais quanto de artistas de Buíque (PE), Pesqueira (PE), Jaboatão dos Guararapes (PE), Maceió (AL) e João Pessoa (PB). Somou-se um total de 6.877 atendimentos ao público, de forma virtual e presencial.

Figura 25 – Coco do Mundo Novo de Buíque (PE)



Fonte: Anderson Lima/Acervo Sesc PE/2021.

Para o evento, foram produzidos sete minidocumentários sobre os coquistas. Houve o lançamento da exposição “Das mãos de Assis”, trazendo os bonecos confeccionados no ateliê do mestre Assis Calixto. O conteúdo da mostra inspirou o desfile de moda autoral no ano seguinte. A exposição foi visitada por 777 pessoas.

Figura 26 – Assis Calixto na sua exposição



Fonte: Anderson Lima/Acervo Sesc PE/2021.

Aconteceram duas intervenções artísticas com banda de pífanos na feira de economia criativa, denominada *Giro Criativo*, ocorrida no salão de eventos do Sesc Arcoverde. Cerca de 300 pessoas viram as intervenções, enquanto 24 artesãos comercializavam suas obras nas 12 barracas da feira no mesmo espaço. As Comidas e bebidas foram comercializadas no Restaurante Seu Noé, que é do próprio Sesc, dentro do equipamento da instituição em Arcoverde. O faturamento em cinco dias de feira chegou a R\$ 8 mil com a venda de artesanatos e a R\$ 11.531,94 com a comercialização de comidas e bebidas, totalizando R\$ 19.531,94.

Figura 27 – Artesão no *Giro Criativo*



Fonte: Anderson Lima/Acervo Sesc PE /2021.

Com o propósito de desenvolver o turismo criativo, o Sesc Arcoverde contratou uma consultoria que realizou, em setembro, a primeira etapa de um trabalho para desenvolver a Rota dos Cocos, que elaborou um plano de ação de implementação. De outubro a novembro, os consultores fizeram um estudo *in loco* das potencialidades dos cocos de Arcoverde e suas necessidades, propondo que eles realizassem ensaios abertos para formar público, o que aconteceu em 2022.

Mesmo sem a implementação da Rota dos Cocos em 2021, o Sesc levou excursionistas do Recife para uma proposta de turismo criativo durante o Festival daquele ano. Vinte e cinco pessoas vivenciaram a experiência de um café com o mestre Assis Calixto, do Raízes de

Arcoverde, em seu ateliê, no bairro do Cruzeiro, e um café com o mestre Cícero Gomes, na sede do Coco Trupé, em sua residência no bairro de São Miguel.

O investimento total no projeto em 2021 foi de R\$ 129.377,10, sendo R\$ 91.077,10 do Departamento Regional do Sesc em Pernambuco e R\$ 9.800,00 do Sebrae, que apoiou a primeira edição por meio do escritório local. O restante do dinheiro veio na forma de contrapartidas econômicas, com a Prefeitura de Arcoverde, que aportou R\$ 18.900,00; a ACA e a CDL, que juntas despenderam R\$ 2.100,00; e a TV LW, que entrou com R\$ 7.500,00. O Senac apoiou com articulação nas ações. Dessa forma, o custo per capita do projeto ficou em R\$ 15,53.

A estimativa de recursos que foram movimentos na cidade no período foi de R\$ 140.909,04, somando os investimentos no projeto e as vendas de produtos e serviços realizadas durante o evento. Levantamento do Sesc Arcoverde informa que 30 empresas de serviços artísticos, equipamentos, material gráfico, malharia, divulgação, foto e filmagem, logística, hotéis e artesãos foram impactados pelo projeto. Entretanto, não há registro da taxa de ocupação hoteleira no período.

Os resultados da primeira edição do projeto protagonizado pelos grupos de samba de coco, com sua cultura de tradição, já demonstraram que os coquistas podem contribuir para si mesmos e para o território, desde que haja um suporte de uma política cultural, como o Festival.

5.2. A integração do projeto ao HUB PE Criativo

Em 2022, o Festival Sesc PE de Economia Criativa: Na Pisada dos Cocos do Nordeste tomou outra dimensão. Inspirou a criação do HUB PE Criativo, uma iniciativa do Departamento Regional do Sesc em Pernambuco para levar a proposta do Sesc Arcoverde a outras cidades estado: Recife, Jaboatão dos Guararapes, Goiana, Garanhuns, Triunfo e Petrolina. A ideia do Departamento Regional surgiu depois de receber uma demanda direta da Diretoria Técnica do Sebrae em Pernambuco para trabalhar a economia criativa.

Os municípios foram escolhidos porque abrigam Unidades Operacionais do Sesc que atuam com a área da Cultura. Esses equipamentos já possuíam projetos de cultura popular e de periferia voltados à fruição e à formação. Faltava realizar o reposicionamento para a economia criativa e enxergar formação, fruição e fomento de forma integrada. Tanto que o HUB se denomina como uma “rede de projetos de economia criativa para o incentivo do desenvolvimento socioeconômico dos territórios a partir das culturas locais”. Os projetos selecionados para passar por essa transformação foram: Aldeia do Velho Chico (Petrolina), Aldeia Yapoatã (Jaboatão dos Guararapes), Festival de Economia Criativa Brincantes da Mata

Norte (Goiana), Festival Dona Marias (Triunfo), Transborda as Linguagens da Cena (Recife – nos bairros de Casa Amarela e Santo Amaro) e Mostra Marcos Freitas (Garanhuns). A proposta do Sesc tem um olhar que se assemelha ao descrito por Leitão (2023):

Tradicionalmente atribuída ao gênio criador individual, a criatividade deve ser cultivada para que se desenvolva em favor do ethos coletivo e comunitário. No seu sentido maior, a criatividade não deve estar somente a serviço do sistema produtivo ou do campo artístico, mas precisa sobretudo solucionar problemas. No contexto de crescimento da pobreza, da violência e das ameaças à biodiversidade, a criatividade deve ser compreendida como insumo intangível estratégico à inovação social, em especial no cultivo de éticas comunitárias – em outras palavras, a criatividade é essencial à realização dos objetivos das comunidades e das organizações comunitárias e sociais no território”. (LEITÃO, C. 2023, p. 56).

O orçamento previsto para a rede somou R\$ 3.811.324,49, com contrapartidas financeiras e econômicas do Sesc e do Sebrae. Desse volume, 42,49% foi do Sesc e 54,70% do Sebrae. Os recursos foram executados por meio de convênio entre as duas instituições de junho de 2022 a maio de 2023, mas foi prorrogado até o fim de 2023, com a prestação de contas em andamento no início de 2024. Para o Sesc, a rede gerou 110.866 atendimentos ao público nestes territórios em 2022, estimando-se um custo per capita de R\$ 34,37.

O objetivo do HUB era fazer com que os artistas, entre eles os grupos de samba de coco, se enxergassem enquanto empreendedores, para não dependerem apenas dos editais públicos ou das contratações esporádicas de suas apresentações musicais. Também visava trabalhar outros dois segmentos: “o ecossistema criativo, composto por design e serviços criativos funcionais, tecnologias, turismo e esportes e lazer”; e as empresas do comércio de bens, serviços e turismo, ou seja, “o comércio local, a rede hoteleira, o transporte, a comunicação e os serviços técnicos especializados” (SESC, 2022).

O trabalho seria desenvolvido em cinco eixos:

Formação, para os criativos e o ecossistema de serviços de apoio no campo da criatividade, economia criativa inovação e novas tecnologias; **pesquisa**, estudo iconográfico, impactos gerados, indicadores, desaguando no observatório; **fomento**, incentivo à contratação de serviços e compra de produtos oriundos dos setores criativos e relacionados; **fruição**, oferta de produtos e serviços dos setores criativos a diversos públicos; **empreendedorismo**, formação empreendedora e incentivando o uso de tecnologias e ampliando a venda dos negócios; **gestão**, qualidade na execução dos projetos, fitando uma política para a Economia Criativa no DR PE. (SESC, p.4, 2022)

A metodologia do HUB previa uma trilha com o estudo dos territórios – iconográfico, cultural, social, político, ambiental –, a formação empreendedora, a formação de empresas e criativos e a criação de dinâmicas de negócios. Assim, esperava “ampliar a venda de produtos e serviços, sistematizar a oferta de ações, produtos e serviços e incentivar a autonomia para o escalonamento dos serviços por meio de uma plataforma” (SESC, 2022). Essas etapas do trabalho em rede ocorreriam com a mediação cultural entre os criativos e a sociedade.

Entre as várias ações previstas por seus eixos, O HUB investiu ao longo do ano em qualificação técnica dos artistas das cidades no intuito de melhorar sua produtividade. Eles receberam, ainda, capacitações voltadas ao empreendedorismo para observarem a gestão dos grupos e modelarem seus negócios. Em outra frente, o projeto se dedicou a formar os criativos, ou seja, o ecossistema que gira em torno dos artistas, como os produtores culturais, por exemplo. Também qualificou pequenos empresários do comércio para que pudessem aperfeiçoar suas práticas e enxergar a potência da cultura popular para seus negócios.

A proposta de incentivar a rede entre esses públicos-alvo do projeto foi contemplada com a previsão de rodadas de negócios culturais e criativos, a feira de economia criativa e empreendedorismo, o *Giro Criativo*, e o desfile de criação autoral, o *Veste Cena*. Para o turismo criativo, a consultoria elaborou os roteiros culturais e o Sesc organizou as *famtours*, de modo a estimular as trocas de experiências e o desenho de possíveis roteiros turísticos.

Reis (2018) explica que a atuação em rede é algo contemporâneo:

A questão da atuação em rede vem ao encontro da concepção de Castells quando diz que a sociedade contemporânea se comporta nos moldes das redes. ‘A presença na rede ou na ausência dela e a dinâmica de cada rede em relação às outras são fontes cruciais de dominação e transformação de nossa sociedade’. Para ele, ainda ‘essa base material construída em redes define os processos sociais predominantes, consequentemente dando forma à própria estrutura social’” (Reis, M. 2018, p. 21).

Uma das *famtours* levou representantes dos grupos de samba de coco de Arcoverde, executivos e empresários da cidade para conhecer a Região do Cariri, no Ceará, entre agosto e setembro de 2022. No local, eles viram como funcionavam os museus de cultura popular dos municípios do entorno, com a intenção de trazer a ideia para os museus dos mestres e da mestra do coco arcoverdenses. Para a implantação desses espaços em Pernambuco, o HUB contratou uma consultoria especializada.

O processo pedagógico de fortalecimento da memória cultural foi realizado com as vivências dos artistas nas escolas e em comunidades periféricas. As apresentações artísticas

ocorreram nas culminâncias do projeto em cada território, permitindo a fruição e o fortalecimento da cultura de tradição, ao passo que estimulou e fomentou a economia local.

Como impactos socioeconômicos da rede, o Sesc esperava gerar empregos, fortalecer a economia local, promover a autonomia dos negócios, fortalecer a formação de redes, proporcionar formação continuada, permitir a diversidade e a inclusão de pessoas, gêneros e classes sociais e fortalecer o sentimento de pertença dos munícipes, incluindo criativos, sociedade, poder público e instituições (SESC, p. 15, 2022).

Depois de começar de forma empírica, aprendendo sobre economia criativa enquanto executava o projeto, a equipe do Sesc Arcoverde agora se deparava com uma atuação em rede no Sesc Pernambuco. Junto com a estruturação de conceitos, metodologia e propostas de indicadores de impacto – ainda que não modelados claramente dessa forma –, vieram as exigências de cumprimento de etapas previstas no convênio com o Sebrae, incluindo a prestação de contas, o que o próprio grupo ainda não estava preparado para lidar com a burocracia e aprendeu, ganhando mais uma competência em termos de gestão de projeto.

Os grupos de samba de coco protagonizaram, mesmo sem saber, uma guinada de rumo no próprio Sesc em Pernambuco, seja para dentro, com o corpo funcional de Cultura e outras áreas envolvidas, ou para fora, com o reposicionamento de projetos culturais existentes e suas finalidades.

5.3. Mudança de patamar na segunda edição

Acoplado ao HUB PE Criativo, o Festival Sesc PE de Economia Criativa: Na Pisada dos Cocos do Nordeste viu seu orçamento saltar de R\$ 129.377,10 em 2021 para R\$ 629.331,19 em 2022, um crescimento de 486,43%. Desse montante, R\$ 265.353,95 foram do Sesc e R\$166.677,00 do Sebrae. Os entes públicos investiram R\$ 197.300,00, dos quais R\$ 102.600,00 foram do Governo do Estado, que utilizou para pagamento de cachês – R\$ 77.600,00 via Empetur e R\$ 25.000,00 via Fundarpe –; e R\$ 90.000,00 da Prefeitura de Arcoverde, que arcou com as despesas de palco, som, luz e gerador na praça para as apresentações.

Os parceiros privados entraram com R\$ 5.200,00, sendo R\$ 2.500 da Líder Contabilidade, que custeou a divulgação em rádio local; e R\$ 1.200,00 do Max Hotel, que entrou com pagamento de *outdoors* na cidade. O Senac arcou com R\$ 1.500,00 em oficinas de gastronomia e turismo. O BNB não participou desta edição.

Com um maior volume de recursos, foram realizadas mais ações durante o ano e, consequentemente, o número de atendimentos ao público aumentou 652,90%, passando de 8.328

em 2021 para 54.374 em 2022. O custo per capita do projeto ficou em R\$ 11,57. Segundo o Sesc Arcoverde, o projeto impactou 200 empresas, entre empresas de serviços artísticos, logística, equipamentos e serviços em geral, gastronomia e artesãos com CNPJ (Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica).

No planejamento do projeto apresentado pelo Sesc Arcoverde, constavam várias ações novamente nos eixos de ações formativas, Festival e Rotas dos Cocos, alinhando-se em parte com o proposto pelo HUB, que trazia cinco eixos: formação, fruição, fomento, empreendedorismo, gestão e pesquisa. A questão da pesquisa institucionalmente não se aplicava ao Festival, mas à criação do observatório puxado pela Coordenação de Economia Criativa do Departamento Regional do Sesc.

A primeira ação sugerida para o Festival era a execução do calendário de eventos, ou seja, as sambadas, ensaios abertos e festivais dos próprios grupos de samba de coco. O planejamento previa, ainda:

Desenvolvimento do Plano Estratégico da Rota dos Cocos (criação do comitê gestor, qualificação, comunicação e marketing, roteirização e *famtour*); estudo iconográfico, ações formativas no campo das artes, ações formativas na área de design e moda (desafio/desfile/Fenearte); visitas de campo em rotas turísticas com a proposta de turismo de experiência e economia criativa. (SESC, p. 8, 2021).

O projeto aconteceu de março a novembro, com a culminância de 3 a 20 de novembro, período em que ocorreram em paralelo, na cidade, a Feira Literária do Sertão e a Marcha Zumbi dos Palmares. O número de funcionários de Cultura do Sesc de outras unidades de Pernambuco envolvidos no projeto subiu, assim como houve o convite de trabalhadores do Sesc de outros estados e de outras instituições envolvidas com cultura e economia criativa para conhecerem a proposta e participarem das ações. Estiveram no Festival profissionais de oito estados: Bahia (Sesc), Ceará, Minas Gerais (Sesc), Rio de Janeiro – onde fica a sede do Departamento Nacional do Sesc – e São Paulo.

As ações formativas, as apresentações artísticas e as ações de assistência social foram realizadas em mais instalações físicas do Sesc Arcoverde. Além do salão de eventos e da galeria de artes, houve o envolvimento da biblioteca e do Sesc Mesa Brasil (banco de alimentos). As visitas dos mestres e mestra voltaram a se repetir em escolas públicas, só que em áreas longínquas, como a Escola Municipal Severina de Souza Bradley, no Povoado de Caraíbas, e na própria escola de educação básica do Sesc Arcoverde. Ao todo, 580 alunos foram impactados.

Figuras 28 e 29 – Mestre Cícero em escola do Sesc Arcoverde



Fonte: Paula Lourenço/2022.

Ao todo, foram mediadas 16 ações formativas, entre cursos, oficinas, palestras e mesas redondas. Os assuntos dos oito cursos foram: criação de portfólio e gestão artística, design de produtos gravação, *roadie* (técnico de montagem e produção de palco) e edição de vídeos, estamparia, serigrafia, *patchwork* (técnica de tecidos) e curso de formação de guias locais. A soma de participantes foi de 113 pessoas.

Foram organizadas duas palestras, que contaram com 88 participantes, abordando os temas “Turismo, Empreendedorismo e Desenvolvimento do Território” e “Qualidade no Atendimento”. Nas oficinas, os assuntos abordados foram: “Boas Práticas e Manipulação de Alimentos”, “Criação e Roteiros Culturais” e “Precificação”. Ao todo, 50 pessoas estiveram envolvidas nas ações. Em 2021, o número foi superior: 74 pessoas.

Figura 30 – Mesa de debate



Fonte: Paula Lourenço /2022.

Houve a introdução de duas mesas de debate, que aconteceram na biblioteca do Sesc. Os temas abordados foram “Turismo, Empreendedorismo e Desenvolvimento de Territórios”, “Patrimônio Cultural, Memória Social e a Performatividade do Espaço-Tempo” e “A importância dos festivais para a economia da cultura e a visibilidade dos territórios”. Ao todo, 190 pessoas participaram dessas ações.

Na parte de fruição, aconteceram 42 apresentações culturais, com atrações locais, estaduais e de renome nacional das seguintes localidades: Alagoas, Ceará, Rio Grande do Norte e São Paulo. Entre os artistas: Lia de Itamaracá (PE), Banda de Pau e Corda (PE), Lirinha do Cordel do Fogo Encantado (PE/SP), Maestro Forró e Orquestra Popular da Bomba do Hemetério (PE), Academia da Berlinda (PE), Mestra Marinez (CE), Coco Verdilinhos (AL), e Coco Zambê (RN).

As apresentações musicais ocorreram no Sesc, onde algumas foram pagas gerando uma receita de R\$ 5.230,00, e gratuitamente no CGA, no Largo do Centro Comercial de Arcoverde (Cecora) e na Praça Winston Siqueira no centro da cidade. Foram contabilizados 50.220 atendimentos ao público com essas ações que se davam no turno da noite. A estimativa da organização do evento é de que 5 mil pessoas circularam diariamente durante as atividades na Praça Winston Siqueira.

Figuras 31 e 32 – Show do Coco Trupé na Praça Winston Siqueira



Fonte: Paula Lourenço/2022.

O total de artistas de Arcoverde envolvidos nos espetáculos chegou a 289 pessoas, que integram 12 grupos artísticos, incluindo sete grupos de coco, bois, bandas de pífano e maracatu. Foram realizadas sete intervenções nas feiras locais, em dias diferentes, impactando aproximadamente 800 pessoas.

Figura 33 – Apresentação do Boi Diamante



Fonte: Paula Lourenço/2022.

A galeria de artes do Sesc Arcoverde recebeu a exposição “Minha Arte é Sonorosa”, do artista visual Marcelo Stuart, que é da cidade, mas não mora mais no local. A mostra se baseou em xilogravuras. Ele cedeu a arte dos coquistas que é utilizada no projeto. Ao todo, 1.820 pessoas visitaram a mostra.

Figura 34 – Mediação da exposição
“Minha Arte é Sonorosa”



Fonte: Paula Lourenço/2022.

Na parte audiovisual, destaque para a elaboração do vídeo de lançamento da Rota dos Cocos durante o festival, que conseguiu ser visitada naquele ano. A primeira *famtour* até os endereços dos coquistas foi organizada pela Agência de Turismo Social do Sesc Santo Amaro, situada no bairro de mesmo nome no Recife. Vinte e cinco pessoas participaram da excursão custeada pelo Sesc, a maioria formada por artistas da capital pernambucana. Eles fizeram o circuito de visitar os museus dos mestres e da mestra, bem como participaram dos espetáculos musicais, da feira e da cena gastronômica.

O presidente da Associação Brasileira de Agências de Viagens (Abav) em Pernambuco à época, Marcelo Walked, participou da *famtour* e incentivou a inscrição da rota no 3º Prêmio Pernambuco de Turismo da Empetur, na categoria de Turismo Criativo, por enxergar grande potencial na iniciativa. O Sesc efetuou a inscrição e ficou em terceiro lugar. Embora tenham se preocupado com o eixo turístico e recebido prêmio, a organização do Festival não se informou sobre a taxa de ocupação dos hotéis no período do evento, o que seria um indicador importante para aferir desenvolvimento local.

Figura 35 – Turistas na Rota dos Cocos



Fonte: Acervo Sesc PE/2022.

Figura 36 – Primeira *famtour* no Cruzeiro



Fonte: Acervo Sesc PE/2022.

Figura 37 – Visitantes na sede do Coco Raízes



Fonte: Acervo Sesc PE/2022.

Todavia, após a idealização da rota em 2021, percebeu-se que os grupos de samba de coco tomaram gosto pela ideia e cumpriram com o combinado no coletivo para gerar frequência de público e de potenciais turistas em suas sedes. Eles realizaram 14 apresentações em 2022, sendo sete ensaios abertos ao longo do ano, afora as sete apresentações durante o festival. Isso

sem contabilizar outros eventos externos com o propósito de estimular as visitas às casas e aos museus dos coquistas.

Afora a primeira *famtour* para conhecer a rota, a ACA articulou uma ida de empresários e artesãos do município circunvizinho de Pedra para participarem da Feira *Giro Criativo*, contabilizando 15 integrantes. O *Giro* contou ainda com artesãos provenientes da própria Arcoverde e de outros municípios circunvizinhos do Agreste e do Sertão, sendo eles: Belo Jardim, Buíque, Ibimirim, Pesqueira, Poção e Sertânia.

Figura 38 – Estande do *Giro Criativo*



Fonte: Paula Lourenço /2022.

Assim como os principais shows musicais, o *Giro Criativo* passou a acontecer na Praça Winston Siqueira. A atividade mobilizou 76 expositores, sendo 66 de artesanato, 5 de gastronomia e 5 barraqueiros de bebidas, incluindo a carraspana, bebida tradicional da cidade. Na parte de comidas e bebidas, contou com as empresas Dazi Burguer (lanches), Maria do Pastel, Doce Brownie, Valdira do Acarajé e o próprio Sesc. O Sesc Arcoverde faturou R\$ 9.523,14 coma venda de lanches nos quatro dias da feira. A instituição estima que o restante dos feirantes arrecadou R\$ 71.177,00, mas não separou os valores entre artesanato e alimentação. Na perspectiva de diminuir os resíduos do festival, foi colocada uma estação de coleta envolvendo a associação de catadores locais, porém eles não apresentaram os resultados do que foi coletado. A ação não se repetiu em 2023, porque requeria mais articulação com a associação dos catadores e organização e sistematização dos resultados.

Figura 39 – Quiosque na Praça de Alimentação



Fonte: Paula Lourenço/2022.

Figura 40 – Estação de reciclagem



Fonte: Acervo Sesc PE/2022.

O espaço público no centro de Arcoverde serviu de palco para a estreia do desfile de moda autoral, o *Veste Cena*, com a participação dos integrantes dos grupos Erêmin, Fulô do Barro, Irmãs Lopes, Pisada Segura, Raízes de Arcoverde e Trupé na passarela. Os figurinos foram produzidos por costureiras locais, mas não foram comercializados pós-evento.

Figuras 41 e 42 – Desfile de moda *Veste Cena* com coquistas na passarela



Fonte: Anderson Lima/Acervo Sesc PE/2022.

Outra novidade do ano foi a rodada de negócios realizada na Estação da Cultura, equipamento cultural mantido por um coletivo de artistas da cidade. Dezenove pessoas de várias linguagens artísticas, incluindo os grupos de samba de coco, ofertaram seus produtos. Entre os potenciais contratantes dos trabalhos destes profissionais, estiveram funcionários da equipe de Cultura do Sesc Pernambuco que atuam em outras unidades no estado, integrantes do Departamento Nacional do Sesc, do Sesc Minas Gerais, do Sesc Ceará, do Sesc Bahia, além de organizadores da Virada Cultural de São Paulo e do festival pernambucano Panela Jazz, de funcionários da UFPE e dois produtores culturais independentes.

A área de alimentação e bebidas da cidade se engajou na *Cena Gastrô*. Participaram da ação cinco lanchonetes, bares e restaurantes locais que trabalharam pratos em homenagem ao evento. Estiveram neste circuito: Dazi Burguer, Don Preto, Sabor do Campo e WishyTorio.

Pelo exposto, percebe-se que a segunda edição do projeto trouxe ações no tripé interligado de fruição, formação e fomento já realizadas em 2021, como cursos, palestras, oficinas visitas às escolas, exposição de artes visuais, produção audiovisual, apresentações musicais e feira de economia criativa. Como reflexo de expansão, o Festival saiu dos muros do Sesc Arcoverde, ganhando as feiras livres e a principal praça da cidade. Entre as inovações, estiveram o desfile de moda, a rodada de negócios criativos, a cena gastronômica e a realização da *famtour* para vivenciar a Rota dos Cocos. Os coquistas executaram o calendário de sambadas, ensaios livres e festivais para formar público voltado à essa experiência turística.

Tudo isso aconteceu de uma forma mais potente devido ao volume de recursos aportados na iniciativa, gerando mais atendimentos ao público e reduzindo o custo per capita do projeto. Entretanto, algumas metas não foram alcançadas, como a realização do estudo iconográfico, a concretização do desafio de participar da Fenearte e a conclusão de todos os cursos e temas propostos.

A organização fluiu de maneira orgânica, porém sem um monitoramento efetivo das ações voltadas para os impactos socioeconômicos. Pelo segundo ano consecutivo, a coordenação do festival não estabeleceu ou acompanhou indicadores culturais, econômicos ou sociais para perceber possíveis resultados de transformação de território. O acompanhamento de indicadores consta, ainda que não especificado deste modo em 2021 e em 2022. Eles seriam a maneira de aferir efetivamente os resultados do projeto. Os indicadores também seriam necessários para apontar objetivamente os impactos socioeconômicos esperados do HUB PE Criativo. A elaboração de indicadores estava prevista no *Eixo Pesquisa* da proposta de criação da rede no início de 2022.

5.4. Entre lampejos, pelepas e triunfos

E se o Festival Sesc PE de Economia Criativa: Na Pisada dos Cocos do Nordeste se transformasse, daqui a dez anos, no Festival da Primavera do Sertão, a exemplo do Festival de Inverno de Garanhuns (FIG), que acontece a 31 edições na cidade de Garanhuns, no Agreste do estado? Quem vislumbra esse cenário é a empresária Livia Renata Gomes da Silva Lourenço, proprietária da Dazi Burger, uma das parceiras gastronômicas do projeto de Arcoverde.

Em 2022, o FIG realizou sua 30ª edição depois de dois anos de jejum devido à pandemia da Covid-19. Números divulgados pelo Governo do Estado revelam que o festival atraiu 1,4 milhão de pessoas em 17 dias de evento, que foram conferir mais de 850 atrações artísticas de todo o País nos 25 polos que foram montados na cidade e diversas ações formativas. Isso deu uma média de 45 mil pessoas por dia circulando no local. O evento movimentou R\$ 24 milhões no município. A rede hoteleira registrou uma ocupação de 87% dos 4.890 leitos com permanência média de dois dias.

Em 2023, o Governo do Estado investiu R\$ 10,8 milhões no FIG. Já o Sebrae aportou R\$ 430 mil no evento. A iniciativa contou com o apoio de vários órgãos públicos estaduais, desde a Secult-PE até a Polícia Científica. O Sesc também foi parceiro do projeto, com ações na Praça da Palavra e no Centro Cultural Sesc Garanhuns.

Os números do Festival arcoverdense nem de longe chegam à potência do FIG. Todavia, caso a iniciativa do Sesc siga com sua trajetória de crescimento ano a ano, é possível imaginar que a mesma seja abraçada por mais entes públicos e privados. Pelo menos é o que pensa a gerente do Centro Cultural do Sesc Garanhuns, Rita Marize, ex-coordenadora de Economia Criativa do Departamento Regional do Sesc em Pernambuco.

Enquanto isso não ocorre, a organização do evento calcula que o mesmo tenha movimentado R\$ 876.561,00 em Arcoverde no período. Calculou também que 200 empresas do comércio formal foram impactadas pelo Festival, a exemplo de 2022, entre as quais, empresas de serviços artísticos, logística, equipamentos, serviços gráficos, alimentação, montagem de estruturas, comunicação e consultorias. A prefeitura não forneceu ao Sesc Arcoverde dados do recolhimento do Imposto Sobre Serviços (ISS) referentes à semana do Festival, de 3 a 12 de novembro.

A coordenação do Festival não tem a ocupação dos leitos da rede hoteleira da cidade, tampouco a permanência média dos visitantes, contudo três dos quatro maiores hotéis da cidade, Max Hotel, LW Hotel e Cruzeiro, informaram à equipe do Sesc ter obtido 90% de ocupação dos leitos no período. Esses equipamentos colocaram a programação do evento em suas instalações.

O quarto hotel de grande porte, Olho D'Água Arcoverde, não participou porque não trabalha com a forma de pagamento realizada pelo Sesc, que é realizada depois da hospedagem.

Em 2023, o Festival contou com um orçamento de R\$ 762.648,10, uma alta de 21% ante o ano de 2022. Se comparado com 2021, o aumento foi de 489,57%. Desse montante, R\$ 527.581,83 foram do Sesc, uma alta de 98,82% em relação ao ano passado. Entretanto, a parte do Sebrae caiu para R\$ 98.870,00, uma queda de 68,58% em relação à edição anterior.

O Governo do Estado, por meio da Secult-PE/Fundarpe, arcou com R\$ 90 mil de cachê artístico, valor também abaixo de 2022, que foi de R\$ 102.600,00. Por outro lado, a gestão estadual cedeu a Carreta do Artesanato, por meio da Adepe, que esteve no ponto principal da festa durante quatro dias, comercializando o artesanato local e de outros municípios do estado. Na área de segurança, o evento contou com o apoio da Polícia Militar e da Segurança Municipal, assim como nos anos anteriores. A TV Universitária, vinculada à Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), apresentou uma contrapartida econômica de R\$ 15.000,00 na divulgação do festival.

A prefeitura, por sua vez, entrou com R\$ 10.100,00, pagando hospedagens, fornecimento de água, serviços de eletricitista e a instalação do pórtico do evento na Praça Winston Siqueira. A queda no volume aportado aconteceu porque, quando estava próximo ao evento, a administração municipal enfrentava dificuldades financeiras. No ano anterior, a contrapartida econômica havia sido de R\$ 90.000,00. Mesmo assim, a parceria institucional foi mantida com as secretarias municipais de Desenvolvimento Econômico, Cultura e Obras, esta última responsável por limpeza urbana, abastecimento de água, iluminação pública, reforço de iluminação cênica da praça e jardinagem. A pasta de Turismo se ressentiu de uma maior aproximação com o Sesc, por não ter sido convidada oficialmente para o evento. A gerência do Sesc Arcoverde argumentou, por sua vez, que não tomou essa iniciativa formal com outros atores parceiros e que pressupunha que a participação dos entes envolvidos seria de forma automática. Os conflitos nesse tipo de iniciativa podem ocorrer como pontua Mariana Reis (2018):

Entende-se que a contradição, o conflito, faz parte da conceituação do desenvolvimento local que, embora pressuponha concertação, no sentido de orquestramento de vários atores sociais – como sociedade civil, governo, empresas privadas -, precisa considerar as identidades culturais, a cultura local, a diversidade, nesse paradigma em construção” (Reis, M., 2018, p. 49).

Do lado privado, a parceria aumentou de R\$ 5.200,00 para R\$ 26.138, uma alta de 402% em relação a 2022. Desse total, R\$ 5.500,00 foi do Líder Contabilidade pagos para a área de comunicação (*outdoor* e *digital influencer*) e R\$ 2.500,00 do Max Hotel junto com a ACA para

divulgação em rádio. O Senac aportou R\$ 2.958,00, bancando a consultoria em moda para o desfile *Veste Cena* e a consultoria em gastronomia para a elaboração dos pratos da *Cena Gastrô*. Esses parceiros mantiveram a fidelidade no projeto de um ano para o outro. O BNB mais uma vez não participou desta edição, embora o Sesc tenha submetido um projeto de solicitação de apoio ao banco, que foi negado. Por outro lado, não houve pleito da instituição para que o banco participasse com orientações do Crediamigo, como na primeira edição.

Novos parceiros entraram no projeto para ampliar a cifra pela iniciativa privada. Entraram a Trend Mídia, com contrapartida econômica de R\$ 9.180,00 do *outdoor* digital, o Cocar, com o pagamento de R\$ 6.000,00 para o palco menor da Praça Winston Siqueira. Outras empresas apoiaram a Festival, como a Coca-Cola (Solar) que possui uma unidade em Arcoverde e as Lojas LW, com contrapartidas em produtos e serviços.

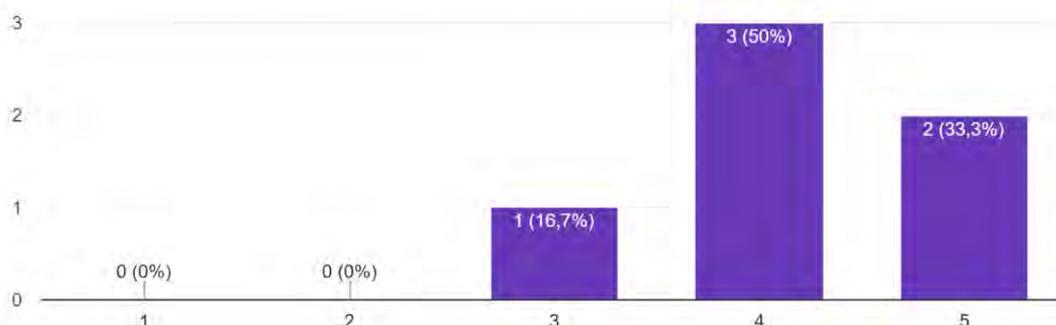
O principal desafio do Festival no ano de 2023 foi a questão orçamentária. Se não fossem os recursos extras autorizados pela alta gestão do Sesc, o evento ficaria comprometido. O aporte menor por parte do Governo do Estado dificultou a contratação de artistas, assim como do Sebrae, pois o convênio iniciado em junho de 2022 foi prorrogado até o fim de 2023, mas sem o mesmo volume de recursos disponíveis.

Caso não fosse o suporte institucional do Sesc, o avanço orçamentário obtido pelo Festival em 2022 teria retrocedido para um orçamento de R\$ 475.281,95, o que representaria uma queda de 32,41%. Os sambas de coco aparentemente não compreenderam o nível de dificuldade da instituição em encontrar parcerias voltadas ao projeto, conforme apontou o resultado do questionário em escala *Likert* aplicado com os seis grupos para o presente estudo. Entretanto, ressaltaram a importância da parceria do Sesc com o Sebrae. Essa pesquisa trouxe o grau de satisfação com o evento numa variação de 1 (um) a 5 (cinco), sendo: 1 totalmente satisfeito; 2 parcialmente satisfeito; 3 neutro; 4 parcialmente satisfeito; e 5 totalmente satisfeito.

Pelo questionário, dois grupos mostraram-se totalmente satisfeitos com as parcerias (Fulô do Barro e Coco Trupé), três parcialmente satisfeitos (Irmãs Lopes, Quebra Coco Aliança, Raízes de Arcoverde) e um neutro (Pisada Segura), conforme a Tabela 1 a seguir:

TABELA 1 – Parcerias estabelecidas

d) As parcerias estabelecidas para a realização do festival (de 1 a 5, sendo: 1 - totalmente insatisfeito; 2 - parcialmente insatisfeito; 3 - neutro... - parcialmente satisfeito; 5 - totalmente satisfeito):
6 respostas



Apesar das perdas econômicas dos parceiros institucionais, o Festival conseguiu contabilizar 59.530 atendimentos ao público, ante os 54.374 de 2022, o que representa uma alta de 9,48%, embora o evento do ano passado tenha tido sete dias a menos que a edição de 2022.

O projeto começou a ser gestado em janeiro e a equipe se debruçou sobre a programação a partir do fim de março. A curadoria aconteceu de forma coletiva com os grupos de samba de coco, funcionários do Sesc em todo o estado e de outros regionais. Os grupos de coco realizaram as sambadas e aniversários conforme previsto no calendário anual e alguns de seus integrantes trabalharam na produção durante o Festival.

Figura 43 – Equipe do Sesc e coquistas no balanço do Festival 2022



Fonte: Paula Lourenço/2023.

Para participar da culminância, foram convidados profissionais do Sesc de todo o País e de outras instituições. Eles conferiram as ações da programação e atuaram como curadores, palestrantes, integrantes de mesas redondas, de rodas de conversa e da rodada de negócios. Em novembro, estiveram presentes no Festival funcionários de Unidades do Sesc do Recife, Garanhuns e Petrolina, no caso de Pernambuco; bem como de departamentos regionais do Sesc

de outros estados, como Maranhão, Mato Grosso, Minas Gerais, Rio de Janeiro (Departamento Nacional) e Tocantins, além do Distrito Federal.

Afora a equipe do Sesc, participaram do Festival representantes da Secult-PE, da Adepe, do Sebrae, da distribuidora digital de música Tratore (SP), da Fundação Itaú Cultural (SP) e da direção nacional do Coletivo de Cultura do Movimento dos Trabalhadores Sem Terra (MST).

O eixo formativo do projeto contou com 12 ações de qualificação, quatro a menos que em 2022. Foram realizados seis cursos e consultorias, com 88 participantes, e quatro oficinas, com 81 inscritos. Os temas abordados foram: “Formação em *roadie* e *backstage* na prática”, “Elaboração de projetos”, “Gestão e produção de eventos culturais”, “Fotografia artística e edição de imagem em dispositivos móveis”, “Design em moda” e “gastronomia”, estes dois últimos ministrados pelo Senac. Outros assuntos trazidos para o público foram “Criação de roteiros culturais”, “Precificação”, “Uma imersão no sentir – oficina de consciência corporal” e “Linguagem do frevo”, com o maestro Spok (PE).

Ainda na qualificação de pessoal, foram realizadas duas palestras, intituladas “Editais de fomento cultural e captação de recursos” e “A importância do turismo criativo para o desenvolvimento do território”, que juntas atraíram 70 pessoas. O Festival proporcionou nove rodas de conversas de temas diversos, com 118 participantes, e três mesas de debates, abordando os assuntos “Como vender sua música na internet”, “Centros Culturais e o fomento à economia criativa” e “Territórios em transformação: Economia Criativa como motor da mudança”, com uma audiência total de 148 pessoas. Os mestres e a mestra Severina Lopes seguiram até as escolas para levar seus conhecimentos às crianças e aos jovens. Como resultado, impactaram 494 alunos em três instituições de ensino, incluindo a do Sesc em Arcoverde.

A parte artística da culminância do Festival trouxe diversas ações em vários lugares e horários. Um público estimado em 54 mil pessoas apreciou gratuitamente as atrações musicais em dois palcos na Praça Winston Siqueira, no centro da cidade. A novidade esse ano é que o Festival contemplou uma área de acessibilidade para idosos e pessoas com deficiência e também um intérprete de libras durante os shows.

Figuras 44 e 45 – Show de Lirinha no palco principal e Espaço Acessibilidade



Fonte: Paula Lourenço/2023.

Todos os grupos de samba de coco se apresentaram como protagonistas da festa, que contou com a participação do Mestre Galo Preto¹⁷, patrimônio vivo de Pernambuco. Ao término da apresentação, cada grupo descia do palco em que tinha realizado o show e seguiu em cortejo em direção ao outro palco (ambos na praça) para “entregar o público” à próxima atração da noite.

Figura 46 – Apresentação das Irmãs Lopes



Fonte: Paula Lourenço/2023.

¹⁷ CULTURA PE. **Galo Preto**. Como visto em <<https://www.cultura.pe.gov.br/pagina/patrimonio-cultural/imaterial/patrimonios-vivos/galo-preto/>>

Figuras 47 e 48 – Irmãs Lopes em cortejo até o palco secundário



Fonte: Paula Lourenço/2023.

Ao todo, 30 grupos, bandas e artistas se apresentaram no Festival. Desse total, 23 grupos e artistas de culturas populares, sendo 14 deles do município. Entre os nomes artísticos conhecidos no cenário estadual e nacional que estiveram no evento, destacaram-se: Spok Quinteto (PE), Petrúcio Amorim (PE), Quinteto Violado (PE), Cezzinha (PE), Banda Eddie (PE), Mêike Rás Fân Lirinha (PE/SP) – FIGURA 44. Das culturas populares, registros para o Samba de Veio (Petrolina-PE), o Pirão Bateu (Comunidade da Xambá – Olinda-PE), o Mestre Laércio (AL) e o Afoxé dos Filhos de Zaze (BA).

Apenas dois shows musicais aconteceram fora da praça, no salão de eventos do Sesc Arcoverde, o da banda Fim de Feira (PE) e o do cantor George Silva (PE). Estes tiveram a venda de ingressos, aos valores de R\$ 20,00 (trabalhadores do comércio de bens, serviços e turismo e dependentes – público prioritário do Sesc) e R\$ 30,00 para o público em geral, com um faturamento de R\$ 4.940,00.

As intervenções artísticas realizadas na Feira do Cecora, na Praça Winston Siqueira e no cortejo, que circulou pelo comércio da cidade, atraíram mais de mil pessoas. Apresentaram-se boi, banda de pífano e zambumba da cidade.

Figura 49 – Entrada do Cecora



Fonte: Paula Lourenço/2023.

Uma novidade esse ano na parte de programação foi o lançamento do livro “A Pedagogia da Reverência à Cultura Popular”, da professora arcoverdense Márcia Moura. A obra retrata os folguedos do município, inclusive os sambas de coco. O lançamento contou com 120 participantes.

Houve, ainda, duas exposições, a de Dona Deta, do Alto do Moura de Caruaru-PE, com o tema “Louças de Brincar”, que ficou em cartaz na galeria do Sesc Arcoverde, e a reexibição da “Minha Arte é Sonorosa”, de Marcelo Stuart, na Praça Winston Siqueira. Mais de 3 mil pessoas viram as exposições.

Figura 50 – Exposição “Louças de Brincar”



Fonte: Paula Lourenço /2023.

A produção audiovisual ficou por conta da TV Universitária que captou imagens para a produção de um documentário. Na parte de produção musical, todos os grupos de samba de coco de Arcoverde, inclusive o Erêmin, gravaram uma música conjunta para a Rota dos Cocos.

A parte de economia criativa contou com a rodada de negócios culturais, realizada na Estação da Cultura pelo segundo na consecutivo. Dezoito artistas expuseram seus trabalhos para possíveis contratantes. Houve apresentação musical, declamação de poemas, encenações, porém, entre os cocos, só se apresentaram o Coco Fulô de Barro e o mestre Cícero Gomes, do Coco Trupé, de forma improvisada após pedido do público.

Figuras 51 e 52 – Rodada de negócios na Estação da Cultura



Fonte: Paula Lourenço/2023.

A segunda edição do desfile *Veste Cena* ocorreu na Praça Winston Siqueira, com sucesso de público. Entretanto, dessa vez, apenas os integrantes do Grupo Fulô do Barro participaram. O assunto gerou mal-estar entre os coquistas, que alegaram falta de comunicação sobre a ação. Em 2022, artistas de outros grupos participaram como modelos. O desconforto provocado foi porque eles alegaram querer preservação da identidade dos cocos.

A abertura do desfile foi realizada por uma modelo magra e branca, quando o samba de coco é uma cultura popular originária de pessoas pretas. Os coquistas não sentiram pertencimento sobre as roupas apresentadas, embora o Senac tenha contratado dois estilistas locais para conceber as peças. O desfile também não atendeu ao conceito inicial de diversidade e inclusão de pessoas com outros biótipos, não só de pessoas magras, para desfilarem na passarela. A organização do Festival admitiu que encontrou dificuldades para entregar o desfile por estar fora do seu escopo de atuação.

Figura 53 – Modelos com o Coco Fulô do Barro



Fonte: Paula Lourenço /2023.

A feira *Giro Criativo* recebeu elogios quanto à organização por parte do público, entretanto, apresentou uma queda no número de artesãos de 66 em 2022 para 64 em 2023. Os expositores eram de Arcoverde, Belo Jardim, Buíque, Pesqueira e Poção. Eles se organizaram em 32 estandes, pagando R\$ 200,00 por unidade em quatro dias de operação.

Figura 54 – Feira de artesanato



Fonte: Paula Lourenço/2023.

Figura 55 – Público no Festival



Fonte: Paula Lourenço/2023.

A equipe do Sesc Arcoverde encontrou dificuldades para montar um edital de chamamento para os feirantes e encontrar interessados. Houve desencontro de informações entre os próprios coquistas que pensavam que já tinham estandes reservados no *Giro* para exposição de suas mercadorias, quando também precisavam se inscrever no edital para cumprir os normativos vigentes da instituição.

Por outro lado, a feira ganhou o reforço da Carreta do Artesanato da Adepe. A agência contemplou artesãos do Centro do Artesanato no Recife e de Arcoverde. Vinte e sete artesãos associados na cidade mostraram seu trabalho em várias tipologias: *biscuits*, cerâmica, fios, madeira e palha, por exemplo.

As pessoas venderam suas mercadorias dentro da loja itinerante que ficou estacionada na Praça Winston Siqueira, funcionando diariamente das 17h às 22h30, do dia 8 a ao dia 13 de novembro. O público na Unidade Móvel chegou a 4 mil visitantes. O tíquete médio das compras girou em torno de R\$ 30,00. A média é de R\$ 50,00. O volume de recursos movimentado chegou a aproximadamente R\$ 3.000,00.

O *Giro* contou com oito expositores gastronômicos, alguns fidelizados que se queixaram em relação à demora da montagem da estrutura, liberação de água e licença de operação. No ano anterior, havia sido cinco participantes. Foram eles: Dazi Burger, Maria do Pastel, Talentos Café com Arte, Nord Cookies e Doce Brownie. Ao todo, a feira movimentou R\$ 90 mil em quatro dias de Festival, entre artesanato e alimentação. O faturamento de 2022 havia sido de R\$ 71.177. Em 2021, de R\$ 19.531,94.

A *Cena Gastrô* aconteceu com mais força em 2023, tendo o engajamento de sete estabelecimentos. Participaram Dazi, La Sebastiana, Cantana, Ferreira Espetus, Major Caldos e Tô em Casa. O Senac promoveu uma consultoria para os estabelecimentos e foram elaborados pratos especiais para o Festival. A organização do evento, no entanto, não tem informações sobre o faturamento desses equipamentos gastronômicos, nem do número de pratos especiais vendidos no período. A Dazi informou à pesquisadora que não conseguiu vender seu hambúrguer especial para o evento, que levava camarão empanado. Outra informação não coletada pelo Sesc Arcoverde é se o prato permaneceu no cardápio após o evento, que era uma das propostas do projeto, como indicador de resultado. O Talentos manteve o seu no cardápio conforme foi relatado à pesquisadora.

Figuras 56 e 57 – Restaurantes na *Cena Gastrô*



Fonte: Acervo Sesc PE/2023.

As apresentações artísticas, a feira *Giro Criativo* e a *Cena Gastrô* foram conferidas por boa parte dos integrantes das agências de turismo convidadas pelo Sesc Arcoverde para conhecer a Rota dos Cocos e o turismo religioso do local. Ao todo, sete agências aderiram à proposta de dois dias de visita. O Sesc arcou com os custos de transporte, guia de turismo, entradas para visita nas sedes dos cocos e fez uma parceria com o Hotel Cruzeiro pagando uma tarifa mais em conta, bancada pelos integrantes da *famtour*. Os visitantes conheceram as sedes dos grupos Erêmin, Trupé e Irmãs Lopes.

Os coquistas também foram visitados por 46 trabalhadores do comércio de bens, serviços e turismo em um passeio proporcionado pelo Sesc Caruaru. A iniciativa integrou o projeto Viaje com o Sesc, que ofereceu uma tarifa social de R\$ 29,00. O pacote contemplou ônibus de turismo, visita ao Santuário da Divina Misericórdia de Arcoverde, almoço no Sesc Arcoverde, vivência cultural no Museu Ivo Lopes e visita à feira *Giro Criativo*, com acompanhamento de guia de turismo e direito a seguro-viagem.

Outra proposta de turismo foi pedagógica. Duas turmas do 4º e do 5º ano do Ensino Fundamental da escola do Sesc Arcoverde visitaram a sede do grupo Fulô do Barro. A sede desse coco, assim como dos outros grupos, foi mapeada como Patrimônio Natural e Cultural da cidade em 2023. Também integram esse mapeamento a Estação da Cultura, o Alto do Cruzeiro, o ateliê do mestre Assis Calixto, as casas-museu das Irmãs Lopes, Raízes de Arcoverde e Trupé de Arcoverde, o Museu do Boi, o Cecora e o CGA.

Figuras 58 e 59 – Loja do Coco Raízes e Centro de Informações ao Turista no CGA



Fonte: Paula Lourenço/2023.

Três museus populares das Irmãs Lopes, Raízes de Arcoverde e Trupé de Arcoverde iam ser inaugurados no fim de 2023. Contudo, não houve tempo hábil para a conclusão da contratação, curadoria e organização dos espaços. As inaugurações estão previstas para o primeiro trimestre de 2024. Os custos foram bancados pelo Sebrae, que aportou R\$ 69.300,00, e do Sesc, R\$ 12.728,57.

Figuras 60 e 61 – Acervo do Museu das Irmãs Lopes na casa da mestra Severina



Fonte: Paula Lourenço/2023.

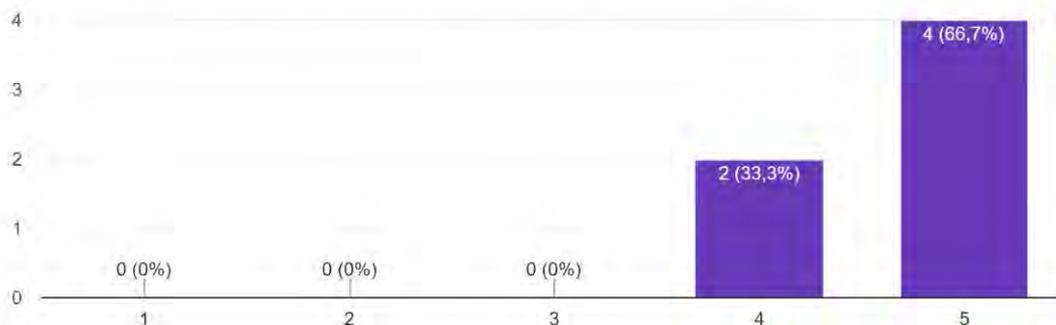
A iniciativa de qualificar os museus se integra ao projeto de sinalização lúdica turística das Rotas dos Cocos elaborado pela Autarquia de Trânsito, Transporte e Segurança de Arcoverde (Arcotrans) em 2022. O projeto prevê instalações de placas de indicação a todas as sedes dos

cocos. O custo estimado é de R\$ 23.616,39. Os grupos aguardam as instalações das placas por parte da prefeitura.

Tendo em vista a dimensão do Festival, a presente pesquisa buscou avaliar o grau de satisfação dos coquistas com o evento, que são os protagonistas da iniciativa. No questionário da escala Likert, quatro grupos se disseram totalmente satisfeitos, sendo eles: Fulô do Barro, Irmãs Lopes, Pisada Segura e Quebra Coco Aliança; e dois parcialmente satisfeitos: Raízes de Arcoverde e Trupé, conforme Tabela 2 a seguir:

TABELA 2 – Organização da terceira edição do festival

c) A organização da terceira edição do festival (de 1 a 5, sendo: 1 - totalmente insatisfeito; 2 - parcialmente insatisfeito; 3 - neutro; 4 - parcialmente satisfeito; 5 - totalmente satisfeito): :
6 respostas



Entre lampejos, pelepas e triunfos, a terceira edição do Festival conseguiu entregar resultados de desenvolvimento local dentro do que foi possível inferir pela equipe organizadora, trazendo aperfeiçoamento dos artistas, fortalecimento das culturas de tradição, movimento em rede da economia criativa e movimentação econômica local.

Figuras 62 e 63 – Cocos e Sesc reunidos para avaliação do Festival de 2023



Fonte: Paula Lourenço/2023.

6 – FESTIVAL SINALIZA TRANSFORMAÇÃO DE TERRITÓRIO

“Ô, Andreлина, os seus olhos são azuis. Ô, Andreлина, parece o azul do céu” –

Raízes de Arcoverde

Que impactos culturais, sociais e econômicos o Festival Sesc PE de Economia Criativa: Na Pisada dos Cocos do Nordeste gerou para os grupos de samba de coco de Arcoverde e para o município ao longo de três edições? A equipe organizadora do projeto não estabeleceu indicadores de acompanhamento para mensurá-los, porém, o presente capítulo buscou identificá-los por meio de entrevistas, observações de campo e análise de dados.

Foram colhidas opiniões dos seis grupos de coco alvos desse estudo – Fulô do Barro, Irmãs Lopes, Pisada Segura, Quebra Coco Aliança, Raízes de Arcoverde e Trupé de Arcoverde. Eles responderam um questionário em escala *Likert* para mensurar o grau de satisfação com o festival que variou de 1 (um) a 5 (cinco), sendo: 1 totalmente satisfeito; 2 parcialmente satisfeito; 3 neutro; 4 parcialmente satisfeito; e 5 totalmente satisfeito. Também houve respostas para perguntas semiestruturadas. As entrevistas ocorreram de modo presencial, de 28 a 29 de novembro de 2023, em Arcoverde. Apenas uma, do Quebra Coco Aliança, aconteceu pela plataforma virtual *Zoom*, por questões de agenda do entrevistado, no dia 5 de dezembro de 2023. Todas as entrevistas foram gravadas.

Os demais atores envolvidos na pesquisa responderam perguntas semiestruturadas em entrevistas pelo *Zoom* e pelo *Whatsapp*, por meio de textos, áudios e chamadas de vídeo, conforme fosse melhor para cada um. Do Sesc PE, foram ouvidos: a gerente do Sesc Arcoverde, Águida Cardeal; o supervisor cultural do Sesc Arcoverde e responsável pelo projeto, Eduardo Espinhara; a analista de Turismo Social do Sesc Arcoverde, Tammara Nery, o coordenador de Economia Criativa do Sesc PE, Izaías Trajano Neto; o gerente de Cultura do Sesc PE, Rudimar Constâncio; e a ex-coordenadora de Economia Criativa do Sesc PE e atual gerente do Centro Cultural Sesc Garanhuns, Rita Marize. Esta equipe foi selecionada por estar envolvida em todo o processo de idealização e construção do festival, bem como do HUB PE Criativo.

Ainda do Sesc, só que de Minas Gerais, foi ouvida a coordenadora de formação cultural Maria Carolina Fescina, cujo departamento regional iniciou um projeto de economia criativa no Ciclo do Ouro mineiro em 2023 depois que a gerente de Cultura de lá esteve em Arcoverde em 2022. Também colaborou com suas impressões a coordenadora cultural do Sesc Maranhão, Isoneth Almeida, por ter comandado o projeto **Nordeste das Artes** com todos dos departamentos do Sesc dessa região em 2022, passando a organização para Pernambuco em 2024. O nome do

projeto foi alterado consensualmente para **Nordeste das Artes: Um Universo Criativo**, já atento à economia criativa devido ao HUB PE Criativo. Ela também buscou elementos para desenvolver um projeto semelhante pelo Sesc Maranhão na cidade de Alcântara.

Dentro do Sistema Fecomércio/Sesc/Senac-PE, foi ouvido o gerente do Senac de Garanhuns, Dimas Rocha, apoiador do projeto e que esteve com a equipe trabalhando nos dias do Festival com ações de saúde. Pelo Sebrae-PE, colaborou com o estudo a gestora de projetos de Economia Criativa da instituição no estado, Verônica Ribeiro, que conheceu o evento em sua terceira edição. Outro parceiro escutado foi coordenador de Programação da TV Universitária da UFPE, Augusto César Dantas, que participou do festival em 2023.

Entre os criativos arcoverdenses, colaboraram com suas percepções sobre o Festival o vice-presidente do Cocar, Kleber Araújo, e o produtor cultural Djaelton Quirino, integrante do corpo gestor da Associação Estação da Cultura, envolvidos na iniciativa. De fora do estado, contribuíram Sidney Almeida, representante da Fundação Itaú Cultural; e Cleusa López, funcionária da distribuidora musical Tratore, ambos de São Paulo, que estiveram presentes na edição de 2023.

Outras entrevistas destinadas a este capítulo foram de atores da esfera pública. Do Governo do Estado, concederam depoimentos Leonardo Salazar, secretário-executivo da Secult-PE; Isac Filho e Josenilda de Souza Chaves, coordenador no Centro de Artesanato de Pernambuco e coordenadora de Lojas e Captação da Diretoria de Economia Criativa da Adepe. Do município, colaboraram a secretária de Cultura, Juliana Cavalcanti; o secretário de Turismo, Pedro Brandão; e a secretária de Desenvolvimento Econômico, Janice Soares.

Da iniciativa privada local, contribuíram com a presente pesquisa a gestora da ACA, Edileusa Feitosa; e o proprietário do Max Hotel, Rodrigo Henrique Sousa de Araújo; parceiros nos custos do projeto; a proprietária da Dazi Burger, Livia Renata Gomes da Silva Lourenço, e a proprietária da empresa Talentos Café com Arte (cafeteria e artesanato), Hérica da Silva Amaral. Essas últimas estiveram por duas vezes na feira *Giro Criativo* e, em 2023, no circuito da *Cena Gastrô*.

Alguns proprietários de agências de ecoturismo, turismo criativo e de experiência que conheceram a Rota dos Cocos durante o Festival, a convite do Sesc, concederam entrevistas pelas plataformas virtuais já descritas: Maria Alice Ribeiro da Rocha, da Agência Pelejas Culturais; Patrícia Magalhães e Thiago Santana, da Avant Turismo PE; e Rosildo Coelho de Oliveira Júnior, da Vem de Andada. Eles passaram suas impressões sobre as visitas.

Afora as perspectivas dos entrevistados, o capítulo traz uma análise de dados do projeto. As informações foram repassadas pelo Sesc Arcoverde, pela prefeitura e por algumas empresas.

Alguns dos impactos culturais, sociais e econômicos percebidos pelos grupos foram a maior visibilidade do samba de coco, a integração dos cocos e o encontro de novas formas de remuneração. Do ponto de vista da comunidade, mencionaram uma maior procura dos jovens pelo samba de coco, a integração da comunidade nos ensaios com ausência de violência nesses eventos e o retorno positivo para os vendedores autônomos e comércio. As percepções se assemelham às da equipe do Sesc e dos convidados externos, o que leva a inferir que o Festival tem iniciado uma transformação no território.

6.1. Impactos culturais, sociais e econômicos na visão dos grupos e dos organizadores

6.1.1. Impactos culturais

O maior impacto cultural do Festival na perspectiva dos grupos de samba de coco e dos organizadores do Sesc PE foi a visibilidade que o projeto trouxe para essa cultura popular, contribuindo com a redução de preconceito em relação ao folguedo e com os desdobramentos de várias ações para além de Arcoverde. Alguns avaliam que, hoje, o projeto é mais importante para os coquistas do que o próprio São João – maior festa de rua da cidade –, porque eles são os protagonistas do evento, enquanto nos festejos juninos são parte integrante da programação (LIRA, N. 2023; SILVA, M.C., 2023).

Na opinião do supervisor cultural do Sesc Arcoverde, Eduardo Espinhara, o coco ganha outra dimensão quando é o principal atrativo de um festival.

Há uma importância maior para o grupo e para os cocos e da própria cidade porque, antes, tinha um preconceito, agora, a gente consegue mudar como se vê o coco, o que é o samba de coco, desmistificando na cabeça do povo. Se a gente está na feira, nas escolas, nos bairros com o projeto, a gente difunde mais a cultura de tradição, sem ser só no festejo junino, no Carnaval. (Espinharda, E., 2023).

Corroborar com o mesmo entendimento a gerente do Sesc Arcoverde, Águida Cardeal. “É como se eles estivessem ganhando mais respeito. Eles são pretos, pobres, não são do centro da cidade, estão nos bairros mais periféricos. Ficamos muito felizes com essa valorização da cultura popular” (Cardeal, A., 2023). Na visão do mestre Assis Calixto, ampliaram-se o respeito e a valorização dos grupos:

“A gente está sendo valorizado. É uma coisa que está acontecendo em Arcoverde, mas não está só aqui. Esse festival ele está andando, ele é grande. É um giro cultural. Não só para a gente, mas para outros grupos também”. (Calixto, A., 2023)

Os cocos que não têm origem em laços familiares estão sendo mais reconhecidos pelo poder público e pela população. Para o Fulô do Barro, “o grupo sofreu o maior impacto positivo, porque, até antes do festival, só se destacavam os cocos de três famílias (Calixto, Gomes e Lopes), os outros não tinham muita visibilidade em relação à gestão municipal” (Silva, M.C., 2023). Eduardo Espinhara apresenta opinião semelhante. “A visibilidade mudou. As pessoas não veem mais só os três grupos mais antigos (Irmãs Lopes, Raízes de Arcoverde e Trupé), mas também os mais jovens” (Espinharda, E., 2023).

Com o Festival, os grupos conseguiram ter mais seguidores nas redes sociais (Lira, N. 2023; Ferreira, J.P., 2023), participar de mais eventos em Arcoverde e em outras cidades, conforme relatou o mestre Cícero Gomes, do Coco Trupé. “Antigamente, o coco não viajava para lugar nenhum. Só era aqui em Arcoverde. Hoje, a gente toca no Carnaval, na Semana Santa, no São João, São Pedro, novembro, dezembro.” (Gomes, C., 2023). Amanda Lopes, do Coco Irmãs Lopes, corrobora a informação: “Depois do Festival, surgiram três convites de apresentação de representação do grupo (em outras cidades)” (Lopes, A., 2023).

Os depoimentos se repetem com o Quebra Coco Aliança e o Fulô do Barro, respectivamente. “O festival ajudou na visibilidade para o grupo se apresentar em alguns lugares, em outras cidades, mas sem retorno financeiro. O grupo toca por amor mesmo” (Ferreira, J.P., 2023). “A gente tocou no Pega de Boi da cidade de Arcoverde, o que não acontecia, no Parque Tamboril, o segundo maior pega de boi de Pernambuco, e o pessoal gostou” (Silva, M.C., 2023). Águida Cardeal tem declaração similar. “A participação dos cocos nos eventos da cidade está maior. Os cocos estão participando de atividades religiosas” (Cardeal, A., 2023).

A visibilidade impactou, ainda, outras linguagens artísticas e culturas populares, na percepção da ex-coordenadora de Economia Criativa do Sesc PE e atual gerente do Centro Cultural Sesc Garanhuns, Rita Marize. “Notamos o fortalecimento das identidades culturais de Arcoverde não só do coco. Ele vai puxando e isso causa um reflexo, vai renovando, retomando manifestações adormecidas” (Marize, R., 2023).

As suas sedes também estão sendo mais visitadas pelo público. “Houve um aumento de visitas à sede dos cocos de pessoas de outros lugares com uso de redes sociais para a marcação das visitas” (Silva, M.C., 2023). Eles não precisam quantas porque não contabilizam formalmente.

No âmbito da qualificação do trabalho artístico, o Fulô do Barro reconhece que o maior número de apresentações e os cursos melhoraram a performance dos integrantes do grupo no palco e nos demais processos produtivos. Águida Cardeal diz que percebeu não só nesse coco, mas também nos demais, um aperfeiçoamento da qualidade técnica e da inovação nos shows, bem como uma melhora na apresentação do figurino.

Eduardo Espinhara destaca o maior profissionalismo. “Depois do festival, muitos dos grupos que já estão qualificados para trabalhar. Não é só tocar, é toda uma produção musical” (Espinhara, E., 2023). A opinião é compartilhada pelo coordenador de Economia Criativa do Sesc PE, Izaías Trajano Neto:

É notório o fortalecimento da visão dos grupos enquanto um produto em si e que pode ser qualificado o tempo todo. A gente vê evoluções muito significativas, como por exemplo, no trato com a técnica de palco, a produção de palco. Eles têm muito mais facilidade e propriedade para chegar a um técnico e dizer aqui está vindo muito agudo, muito grave; falar da luz, pontuar faz um foco aqui, porque eles passaram por um processo de qualificação de como se colocar (Trajano Neto, I., 2023).

Do ponto de vista de intercâmbio de conhecimentos, as apresentações durante o Festival possibilitaram trocas artísticas entre os coquistas locais, com grupos de coco de fora de Arcoverde e com outras manifestações culturais. “Tivemos interação e trocas com outros grupos de samba de coco e outros artistas, inclusive de outras linguagens, agregando coisas aos grupos locais de samba de coco” (Ferreira, J.P., 2023). Marcelo Cavalcanti da Silva acrescenta:

Aconteceu a introdução de outros ritmos e culturas junto com o coco, como as bandas de pífanos e os índios Kapinawá e coco do Xucuru. As viagens proporcionadas pelo projeto ou como reflexos dele permitiram a ampliar o olhar para diversas culturas populares e para o próprio aperfeiçoamento artístico dos grupos (Silva, M.C., 2023).

Izaías Trajano Neto explica que os grupos têm circulado muito graças a esses intercâmbios:

“Quando a gente traz um grupo de Alagoas para cá, inconscientemente, eles ficam com esse sentimento de dívida e eles se sentem na obrigação de levar para lá também e isso colabora para que os grupos alcem outros voos. Inclusive o grupo Raízes estava viajando já com articulação com outro estado na Paraíba, coisa que a gente também articulou.” (Trajano Neto, I., 2023).

O depoimento do coordenador sobre a ida do grupo para a Paraíba foi confirmado pelo mestre Assis Calixto, que tem festejado o aumento de apresentações. Igual percepção tem

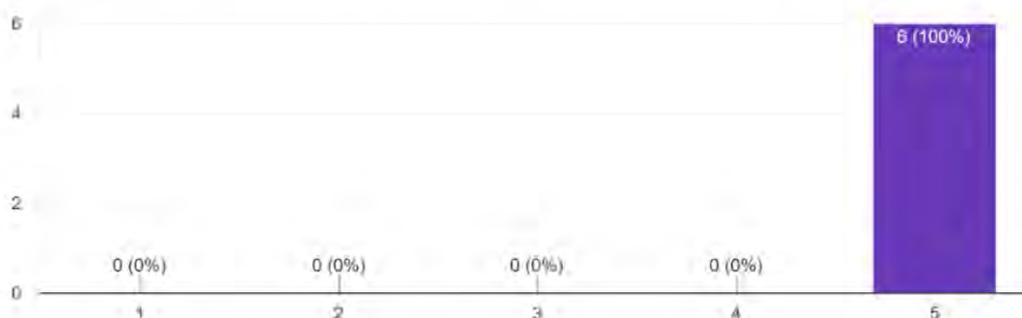
Águida Cardeal. “O Coco Raízes está tocando muito” (Cardeal, A., 2023). O volume de contratações dos coquistas tradicionais e mais novos tem aumentado dentro do próprio Sesc em Pernambuco. “Aumentou a atuação dos cocos antigos e mais novos na nossa rede Sesc. Eles conseguiram ter uma visibilidade maior no estado” (Cardeal, A., 2023). Eles não têm um levantamento formal de quantos shows foram realizados como resultado do Festival, que sirva de indicador para o projeto.

Perguntados que nota dariam de 1 a 5 na escala Likert para os impactos culturais sobre os grupos após três edições de festival, 100% dos coquistas se disseram totalmente satisfeitos, vide Tabela 3 a seguir:

TABELA 3 – Impactos culturais para os grupos

e) Os impactos culturais para o seu grupo de samba de coco após três anos de festival (de 1 a 5, sendo: 1 - totalmente insatisfeito; 2 - parcialmente insatisfeito; 3 - parcialmente satisfeito; 4 - parcialmente satisfeito; 5 - totalmente satisfeito):

6 respostas



Ao analisar o impacto junto à população arcoverdense, os coquistas perceberam, em linhas gerais, que muitas pessoas que não gostavam do coco ou não conheciam o ritmo passaram a se interessar por esse folguedo, a visitar suas sedes, participar dos ensaios e festivais. “Várias pessoas não gostavam do coco e agora estão gostando do coco” (Calixto, A., 2023). “Tinham pessoas que não curtiavam o samba de coco e não gostavam tanto dessa parte cultural, mas, depois que foram ao festival, porque não tinham o que fazer na cidade, acabaram gostando do festival e falando para outras pessoas” (Ferreira, J.P., 2023).

Para Werner Lopes, do Irmãos Lopes, a relação com a comunidade em que se encontram também passou por transformações, participando do Festival e vendo como algo importante para sua localidade. João Paulo, do Quebra Coco Aliança, pontua que “a comunidade vê o Festival como uma coisa importante e começa a achar bonito aquilo e falar do evento dentro da comunidade, participa e depois quer levar o filho para o coco” (Ferreira, J.P., 2023).

Izaías Trajano Neto percebeu que o sentimento de pertença da comunidade tem aflorado muito e chegou aos veículos de comunicação de massa, comentando:

A gente tem o indicador de as rádios locais estarem tocando as músicas do coco. O fato de isso estar acontecendo é muito significativo porque a rádio é muito forte no interior. E, quando você tem uma expressão local adentrando estes espaços, é algo que faz com que a gente perceba a comunidade se colocando no mundo. A rádio é um mecanismo de fazer você se conectar com o que tem de fora, com o que está mais distante, de captar com outras influências. Quando um grupo local está num processo de divulgação, com sua música sendo executada na rádio, faz com que a pessoa consciente ou inconscientemente posicione o grupo neste mundo, que está tocando Roberto Carlos e mestre Assis. Então, se eles têm a mesma importância (na rádio), cresce esse sentimento de pertença. (Trajano Neto, I., 2023)

Outro sintoma do sentimento de pertença é que “a comunidade passou a visitar mais o grupo, entender mais de samba de coco, porque nos reunimos para ensaiar e porque a gente traz realmente a história dos nossos ancestrais” (Lira, N., 2023).

Os jovens estão mais interessados pelo coco, querendo aprender a tocar e a dançar e os mestres e mestra (Severina Lopes) que, na ida mais intensiva às escolas, conseguem promover a preservação dessa cultura popular numa relação intergeracional (Ferreira, J.P., 2023; Lira, N. 2023; Lopes, W., 2023; Silva, M.C., 2023; Cardeal, A., 2023). Águida Arcoverde confirma essa visão. “Com a popularização do ritmo da cidade, houve uma redução de preconceito e maior participação da família, com mais jovens, em vez de (o coco) ficar nichado. Percebe-se uma mudança de público” (Cardeal, A., 2023). Segundo Rita Marize, isso confere “a possibilidade de perpetuação da própria cultura” (Marize, R., 2023).

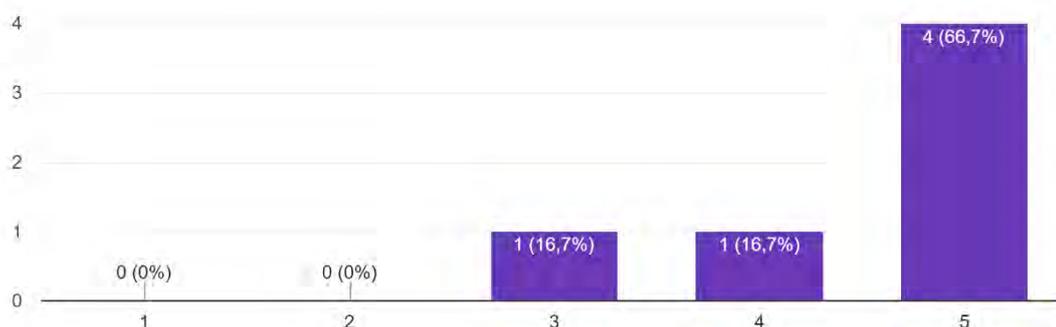
Ainda como transformação, eles percebem que estão aparecendo novas artistas na cidade (Lopes, W.2023). “Há um incentivo à formação de novos artistas na cidade, não só para samba de coco, mas também para outras linguagens artísticas e produção artesanal” (Lopes, A. 2023).

Em uma avaliação de 1 a 5 sobre os impactos culturais para a comunidade, quatro disseram-se totalmente satisfeitos (Fulô do Barro, Irmãs Lopes, Quebra Coco Aliança e Raízes de Arcoverde), um parcialmente satisfeito (Pisada Segura) e um se colocou em neutralidade, o Coco Trupé, que disse não avaliar impacto com a comunidade porque já é conhecido em seu bairro (Tabela 4).

TABELA 4 – Impactos culturais para a comunidade

i) Os impactos culturais para a comunidade após três anos de festival (de 1 a 5, sendo: 1 - totalmente insatisfeito; 2 - parcialmente insatisfeito... parcialmente satisfeito; 5 - totalmente satisfeito):

6 respostas



Verificando-se os dados colhidos no SGP do Sesc PE, o Festival gerou 122.232 atendimentos ao público ao longo de suas três edições. Isso impactou uma média de 174 artistas por ano. O público pôde conferir 107 apresentações e intervenções artísticas nas culminâncias do projeto, tendo os grupos de samba de coco de Arcoverde como protagonistas, que convidaram cocos de Alagoas, Ceará, Paraíba e Rio Grande do Norte. Integraram-se à programação outras culturas populares como bois, maracatus e bandas de pífano.

Atrações de renome nacional e estadual se fizeram presentes, como Lia de Itamaracá, Lirinha, Mundo Livre S/A, Eddie, Petrucio Amorim, Cezzinha, Spok e Quinteto, Maestro Forró e Orquestra da Bomba do Hemetério, Quinteto Violado e Banda de Pau e Corda em apresentações gratuitas no centro da cidade. Foram realizadas 61 ações formativas, entre cursos, palestras, oficinas, mesas de debates, rodas de conversa e visitas às escolas, com 2.785 participantes. O projeto contemplou quatro exposições de artes visuais, além de produção de vídeos e de áudio, como a primeira música gravada pelos sete cocos de Arcoverde, incluindo o Erêmin, das crianças e adolescentes.

Conheceram o projeto, incluindo os museus dos mestres e da mestra, pessoas de 11 estados: Alagoas, Bahia, Ceará, Maranhão, Mato Grosso, Minas Gerais, Paraíba, Rio de Janeiro, Rio Grande do Norte, Tocantins, São Paulo, além do Distrito Federal.

Do ponto de vista legal, depois do Festival, a Prefeitura de Arcoverde sancionou a Lei nº 2.681 de 22 de junho de 2023, que dispõe sobre a valorização do samba de coco como Patrimônio Imaterial e Cultural de Arcoverde no ciclo junino e dá outras providências, de modo garantir que os cocos estejam presentes no palco principal dos festejos juninos da cidade.

6.1.2. Impactos sociais

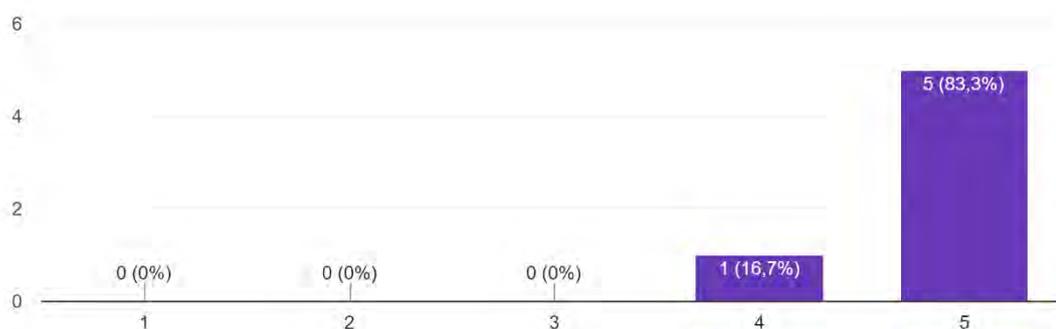
Os grupos de samba de coco e os organizadores do Festival são unânimes em afirmar que o projeto foi fundamental para aproximá-los uns dos outros e aparar arestas de convivência, uma vez que já passaram por alguns desentendimentos ao longo dos anos. Isso porque, desde o início do projeto, eles se reúnem sistematicamente para tratar de pautas específicas da iniciativa e de pontos em comum para se fortalecerem enquanto coletivo de cultura popular.

Na avaliação de 1 a 5 sobre as reuniões sistemáticas proporcionadas com a criação do festival, cinco dos seis cocos avaliaram como totalmente satisfeitos e um como parcialmente satisfeito (Irmãs Lopes), consoante Tabela 5:

TABELA 5 – Reuniões sistemáticas dos grupos

a) As reuniões sistemáticas dos grupos (de 1 a 5, sendo: 1 - totalmente insatisfeito; 2 - parcialmente insatisfeito; 3 - neutro; 4 - parcialmente satisfeito; 5 - totalmente satisfeito):

6 respostas



Para Neydson Lira (2023), do Pisada Segura, a integração está acontecendo de forma paulatina. “Houve um aumento gradativo da união desses grupos. A solução é que esses grupos possam se unir mais. Que os grupos mais consagrados e que têm mais estrada possam se desarmar quanto ao trabalho dos outros” (Lira, N. 2023). João Paulo Ferreira complementa a posição do colega. “Está havendo a construção de um processo coletivo por meio das reuniões mensais. Os grupos têm conversado mais, têm trocado mais ideias, têm ficado mais unidos em prol de um objetivo comum” (Ferreira, J.P., 2023).

Para o mestre Assis Calixto “os encontros que a gente tem é muito massa, todos juntos. Isso evoluiu bastante” (Calixto, A. 2023). Na opinião do Coco Trupé, sem essa união, o festival não teria acontecido, conforme coloca Edneuton Barros (2023):

O projeto só saiu pela união dos grupos. Se fosse trabalhar no individual, não sairia. O Sesc aproximou os grupos, porque, queira ou não queira, havia uma distância, fulano é melhor etc.. Tinha uma certa rivalidade. Cada coco tem sua particularidade. Cada coco é diferente. As reuniões dos grupos são de suma importância para que todo mundo opine. Quando todo mundo opina, entra em consenso, a coisa sai melhor. Quando os grupos se reúnem, todo mundo sabe o poder que isso tem. (Barros, E. 2023).

De acordo com Águida Arcoverde, a primeira coisa que se quis com o projeto foi combater as rixas familiares que existiam. Há dois anos, todos os meses, eles fazem reunião no Sesc Arcoverde e sempre há quórum e compromisso com o Festival. Percebe-se uma organização enquanto grupo, que o sentimento de coletividade está se iniciando e se fortalecendo, embora ainda não tenham constituído uma associação dos cocos, prevista no início do projeto. A organização, a mobilização e o relacionamento de confiança proporcionam a sustentabilidade e a coesão social, conforme argumenta Jara (2001):

Constata-se a sustentabilidade e a coesão social resultam da organização, da mobilização social e de relacionamentos de confiança, reciprocidade e solidariedade. Esses benefícios são observados nos objetivos dos atores sociais subalternos, que, organizados e mobilizados, vêm descobrindo, com autonomia crescente, a capacidade e o potencial humano que portam, ao identificar seus problemas e necessidades. Informam-se, negociam, estabelecem parcerias, cooperam, participam e compartilham com o Estado a responsabilidade pelas soluções, o que corresponde à participação ativa e conseqüente conquista dos espaços públicos. O futuro apresenta-se aberto a alternativas que conduzem os novos modos humanos de viver. (Jara, C.J., 2001, p. 101).

Rudimar Constâncio, gerente de Cultura do Departamento Regional do Sesc e que já foi gerente do Sesc Arcoverde por nove meses em 2005, confirma como as relações se transformaram:

É muita mudança. Como fui gerente de lá, percebo muito. Na época que era gerente, tinha inclusive violência física. Achava que um tomava o espaço do outro. Acho que o projeto mexeu no comportamento abusivo deles. De não respeitar o outro. Vejo a mudança comportamental. Hoje, a gente sente e vê todos trabalhando, botando sua arte e vendendo sua arte. O projeto está criando a valorização da ética com a estética. Isso é coisa boa para que cheguem na organização social deles, no associativismo, porque, se eles assumem que estão nessa condição, a gente atinge o conceito maior do projeto, o que é o conectivo, vai estar bem na teoria de Edgar Morin¹⁸, na ideia da complexidade. Se cada

¹⁸ Considerado um humanista planetário, Edgar Morin é autor da epistemologia da complexidade, que surge na década de 60. Do latim, Complexus: o que é tecido junto. O pensamento complexo é um tipo de pensamento, oriundo dessa teoria, que questiona o paradigma da razão e a ciência como único modo de interpretar a realidade. Busca religar os conhecimentos dispersos e integrar cultura científica e cultura humanística. Ou seja, na complexidade “tudo se liga a tudo”. Como o próprio autor afirma no livro *Ciência com consciência*: “A ciência nunca teria sido ciência se não tivesse sido transdisciplinar”. Fonte: PETRAGLIA, Izabel. **Edgar Morin e o**

parte dessa se segurar dentro dessa associação, eles vão ser um todo. Eles ganham, a gente ganha, a cidade ganha como um todo. (Constâncio, R., 2023).

Izaías Trajano Neto reforça o depoimento dos colegas do Sesc:

Uma mudança mais evidente é a questão da aproximação que eles tiveram uns com os outros, pelo projeto ter essa característica de reunir todos, colocá-los frente à frente, fazer com que eles dialoguem, façam acordos, tomem decisões conjuntas. Isso ajudou a fortalecer o respeito um pelo outro. A gente vê que o grupo tem um processo mais suave hoje em dia. A gente sabe que havia uma realidade de divisão, disputa, concorrência, que não era necessário ter, mas tinham pelos processos que viveram. (Trajano Neto, I., 2023).

Ainda sobre esse impacto social da integração entre os coquistas, João Paulo Ferreira acrescenta que “daqui a algum tempo, com a união dos grupos, o Festival vai ficar tão forte como o São João da cidade, ao ponto as pessoas associarem o mês de novembro ao festival, com a chegada de turistas para participar” (Ferreira, J.P. 2023).

Atento à chegada de turistas desde já, o Fulô de Barro quer ver se consegue montar uma praça no bairro de São Cristóvão, onde atua, a exemplo do que já aconteceu com a praça na comunidade do grupo Irmãs Lopes e no Alto do Cruzeiro, do Coco Raízes, de olho nos visitantes externos que podem vir interessados na Rota dos Cocos. Enquanto isso, ele colocou flores e placas por iniciativa própria no percurso que dá acesso à sede do seu grupo.

Um outro resultado das reuniões sistemáticas dos grupos foi estabelecer um calendário de ensaios abertos, festivais e sambadas¹⁹ para movimentar os grupos e a comunidade. “Eles organizaram o calendário de sambadas, ensaios e estão participando das apresentações uns dos outros” (Cardeal, A. 2023).

Marcelo Cavalcanti Silva (2023) complementa que essas apresentações contribuem, inclusive, com a redução da violência no bairro:

Nossa comunidade está se tornando uma potência cultural, o que contribui para a redução da violência e geração de perspectiva para os jovens. Depois do Festival, fizemos aniversário, ensaios abertos que envolvem a comunidade. Não tem briga e todos participam, dançando, vendendo alguma coisa. (Silva, M.C. 2023)

Pensamento Complexo. Publicado em 12 de janeiro de 2022. Como visto em <<https://revistaensinosuperior.com.br/2022/01/12/edgar-morin-e-o-pensamento-complexo/>>

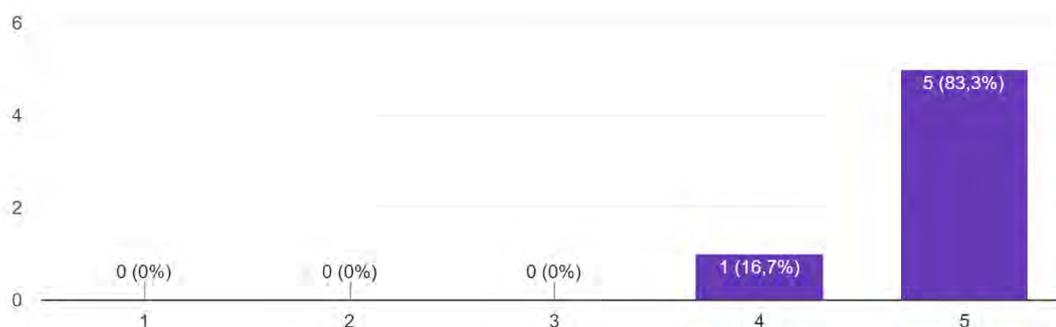
¹⁹ Apresentações que os grupos de samba de coco realizam em suas comunidades para formação de público e fortalecimento da localidade.

Impressão semelhante à do Fulô do Barro, de que o coco está gerando perspectivas para os jovens, tem o grupo Irmãs Lopes. “Existe uma ampliação de acesso às pessoas em vulnerabilidade do grupo a espaços que não tinham acesso antes, como palco, viagens e cursos” (Lopes, W. 2023).

Ao avaliar de 1 a 5 os impactos sociais para o grupo, cinco deles estão totalmente satisfeitos e um parcialmente satisfeito (Coco Trupé), conforme Tabela 6 a seguir:

TABELA 6 – Impactos sociais para os grupos

f) Os impactos sociais para o seu grupo de samba de coco após três anos de festival (de 1 a 5, sendo: 1 - totalmente insatisfeito; 2 - parcialmente i... - parcialmente satisfeito; 5 - totalmente satisfeito):
6 respostas

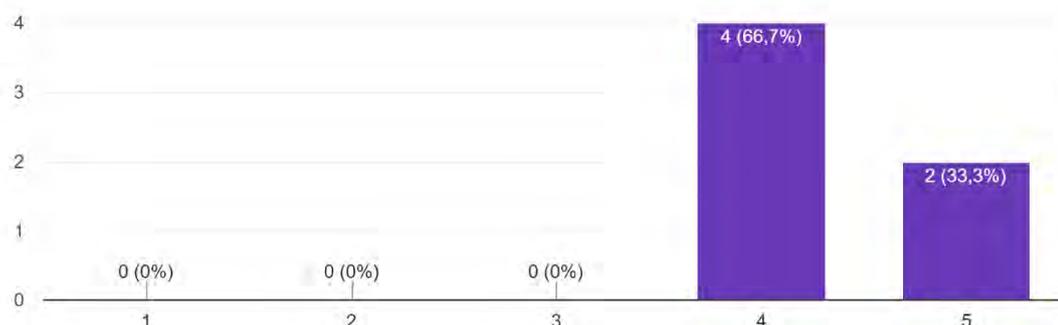


Porém, ao avaliar os impactos sociais para a comunidade, apenas dois deles se consideraram totalmente satisfeitos com os resultados (Fulô do Barro e Quebra Coco Aliança), numa escala de 1 a 5 de satisfação. Os outros quatro grupos encontram-se parcialmente satisfeitos vide a tabela 7 a seguir:

TABELA 7 – Impactos sociais para a comunidade

j) Os impactos sociais para a comunidade após três anos de festival (de 1 a 5, sendo: 1 - totalmente insatisfeito; 2 - parcialmente insatisfeito...parcialmente satisfeito; 5 - totalmente satisfeito):

6 respostas



Diante dos resultados em três anos de projeto, Rita Marize afirma que “o festival já se estabeleceu na cidade”. “Já se espera por ele. Já é uma transformação social na cidade.” (Marize, R. 2023).

Marcelo Cavalcanti da Silva, por sua vez, lembra que, por causa do Festival, até os entes públicos estão pensando de forma articulada sobre o evento, algo que nunca tinha visto na cidade. Apoiaram o festival as secretarias municipais de Desenvolvimento Econômico, Cultura, Turismo, Obras, e Autarquia de Trânsito, Transporte e Segurança de Arcoverde (Arcottrans).

6.1.3. Impactos econômicos

Um dos objetivos do Festival é investir na qualificação dos grupos de samba de coco para que eles fiquem mais autônomos em termos de gestão da própria carreira, de modo a encontrar outras fontes de renda. Na avaliação da maioria dos coquistas, está havendo avanços nesse processo. Ilma Maria Bezerra Montenegro (2023), do Coco Raízes, conhecida artisticamente como Ilma Calixto, pois é sobrinha do mestre Assis Calixto, diz que passou a administrar o grupo quando começou o projeto de economia criativa do Sesc e coloca suas impressões:

Passamos a organizar mais tudo: de loja, cachê, viagem, transporte, tudo que entra de receita, o que sai, aluguel do espaço. O que a gente gasta fica tudo anotado. Antigamente, não tinha esse controle. Fiz cursos de elaboração de projetos, de precificação. Uma coisa vai agregando a outra e tudo entra dentro do contexto. Tudo é uma orientação. Antes, não tínhamos feito esses tipos de curso. Eu nunca fiz. Para mim, foi importante. Estou aprendendo muito. Sempre tem as orientações. Agora, o que oferecer de curso eu vou aproveitar e começar a desenvolver. (Montenegro, I.M.B., 2023)

A sobrinha do mestre informou que o grupo vai abrir oficialmente o museu e pretende abrir um *hostel* na parte superior desse estabelecimento para receber os turistas. A pesquisadora visitou as obras em andamento. O Raízes também conta com uma loja para vender seus *souvenires* no Centro Gastronômico de Arcoverde. Sobre a rodada de negócios, a artista pensa que, talvez, fosse mais proveitoso os potenciais contratantes circularem antes pelas sedes dos grupos para terem a experiência e depois fossem para as negociações.

Assim como Ilma Calixto, Jefferson do Espírito Santo Santos, também do Coko Raízes, destaca que as formações oferecidas pelo Festival trouxeram ganhos de gestão para o grupo:

A gente está trabalhando muito para o coletivo. Tudo o que a gente aprende nos cursos, administrativo, financeiro, a gente traz para o grupo. A gente tem ata para anotar, a gente não tinha antigamente isso. Estamos dividindo tarefas, como organizar a planilha, ter uma prestação de contas, tudo o que fizer, anotar. A gente está começando a desenvolver isso. (Santos, J.E.S., 2023).

Ainda sobre esse aspecto, Neydson Lira, do Grupo Pisada Segura, afirma que “a gestão se tornou mais madura, alinhando mais as ações e a destinação dos nossos cachês” (Lira, N., 2023). Para o Fulô do Barro, “o grupo ficou mais descentralizado, dividindo as responsabilidades de cada um e aumentando a autonomia e o protagonismo nas apresentações.” (Silva, M.C., 2023). Já Amanda Lopes elenca os seguintes pontos: “houve aumento de conhecimentos voltado ao mercado, da autonomia dos integrantes do grupo e da profissionalização de portfólio e de produção”. (Lopes, A. 2023).

Os processos de mudança verificados pelos próprios grupos se alinham com o pensamento de Jara (2001) sobre investir em pessoas para transformar realidades. “O investimento em capital humano, em ‘agentes de desenvolvimento’ – mulheres e homens educados, motivados e com habilidades para conduzir processos de mudanças – representa uma estratégia indispensável para alcançar a sociedade sustentável” (Jara, 2001, p. 103).

Para a equipe do Sesc, a profissionalização dos processos é notória, pois há maior facilidade na contratação não só em Pernambuco, como também em outros estados, pois eles já dispõem das documentações organizadas, entre elas, o portfólio pontuado por Amanda Lopes (Cardeal, A., 2023; Trajano Neto, I., 2023). “Os grupos estão em processo de busca por formalização, de buscar cada vez mais se capacitar e entender hoje como o empreendedorismo cultural acontece” (Marize, R., 2023).

Os cursos, oficinas e palestras contribuíram para reduzir custos com serviços terceirizados, organizar-se financeiramente e despertar a visão empreendedora dos grupos,

encontrando outras fontes de renda além dos shows (Lira, N. 2023; Montenegro, I.M.B., 2023; Silva, M.C., 2023).

“Reduzimos despesas com contratação de profissionais terceirizados para realizar serviços para o grupo como *roadie*, fotografia e elaboração de projetos para editais” (Lopes, A. 2023). “Conseguimos uma melhor organização financeira do grupo para aquisição de equipamentos como som para organização das sambadas. A gente começou a vender baquetas e alguns instrumentos. Começamos a fazer camisas também” (Lira, N. 2023).

Rita Marize acentua que, com o projeto, os coquistas começam a ver que existem outras possibilidades de renda. “Acho que o Festival é um despertar para a cultura como um negócio, como mercado” (Marize, R., 2023). Águida detalha que eles podem lançar mão de fontes de renda para os períodos de baixa dos shows, como venda de palestras, de aulas-espetáculo com os mestres, oficinas de dança e receptivos na Rota dos Cocos.

Estamos dando possibilidades. O Coco Fulô do Barro não tinha produtos para vender nas sambadas, hoje eles têm venda de bebida (carraspana) com geração de uma renda complementar. Eles ampliaram o portfólio de serviços do coco, não se resumindo às apresentações, o que gerou mais formas de renda, como a venda de souvenirs e receptivo turístico nas sedes, porque eles fazem e a gente compra. Antes, a gente (do Sesc) só levava excursão para o Raízes, agora, os outros grupos também recebem. Chega um grupo de pessoas, a gente liga e hoje eles já sabem. A gente pagava R\$ 15,00 pela vivência por pessoa. Amanda, Ilma, Marcelo faziam isso, depois perceberam que quando iam quatro ou cinco pessoas, eles ficaram no prejuízo. Eles mesmos conseguiram ver isso e que era melhor fechar o pacote por hora. A vivência de uma hora é tantos reais, dependendo do horário. Tem também a venda de palestras, por exemplo, do mestre Assis Calixto, do mestre Cícero Gomes, que negociaram para o Congresso de Arte/Educação²⁰. Podem ofertar um maior número de oficinas de dança. O nosso propósito sempre foi aumentar o portfólio de serviços deles para, quando apresentação estivesse em baixa, poder ter a aula-espetáculo, a cervejinha para vender na sambada (Cardeal, A., 2023).

O Fulô do Barro está engajado em novas formas de trabalhar “por meio de recepção de caravanas de turismo, shows, oficinas percussivas, canto, dança para as escolas, para melhorar dicção, coordenação motora, e venda de produtos ligados à linha nagô. Também estão trabalhando para captar recursos em editais” (Silva, M.C., 2023).

O Coco Raízes de Arcoverde quer montar uma feirinha de economia criativa no Alto do Cruzeiro, onde fica a sede do grupo, uma lanchonete ao lado do museu deles e está montando no local uma loja com itens elaborados pelo próprio grupo e outros terceirizados. “A gente vê eles

²⁰ O VIII Congresso Internacional Sesc de Arte/Educação foi realizado de 17 a 23 de julho de 2023 no *Campus* da UFPE, no Recife.

querendo melhorar o ambiente de trabalho deles que se confunde com a casa” (Constância, R., 2023).

Figuras 64 e 65 –Assis e Ilma Calixto em museu e loja do grupo



Fonte: Paula Lourenço/2023.

Rita Marize analisa esse novo olhar dos grupos:

De alguma maneira, acho que existe uma pré-disposição para se ver cultura como mercado sistemático. Não se sabe ainda fazer no aprofundamento, mas não é só o pontual. Tem que ser o sistemático. O mercado da cultura é sistemático. Isso ficou de alguma maneira forte neles. Com os ensaios, que não precisam ser espetacularizados. Eu ouvi em uma das reuniões: ‘Você quebrou a *ciranda* (o ciclo) porque não tinha determinado material, você pediu? A gente não precisa que o Sesc vá lá para montar a estrutura para a gente fazer e você pode buscar ajuda de outros grupos’. Foi muito interessante que um (coquista) não tinha se ligado e o outro tinha se ligado. Ele faz como dá para fazer. Mas ele faz. O entendimento de que um ensaio na sua simplicidade faz parte de um processo também é uma possibilidade de engajamento turístico. Eu acho que isso é um processo de formação muito grande. Sistematizar os ensaios, organizar o cronograma para não fazer juntos, existe uma abertura para o comungar, para fazer um projeto maior que o Festival também. (Marize, R., 2023)

Por outro lado, o Coco Trupé admite que não aproveitou as formações como deveria, conforme detalha Edneuton Barros (2023).

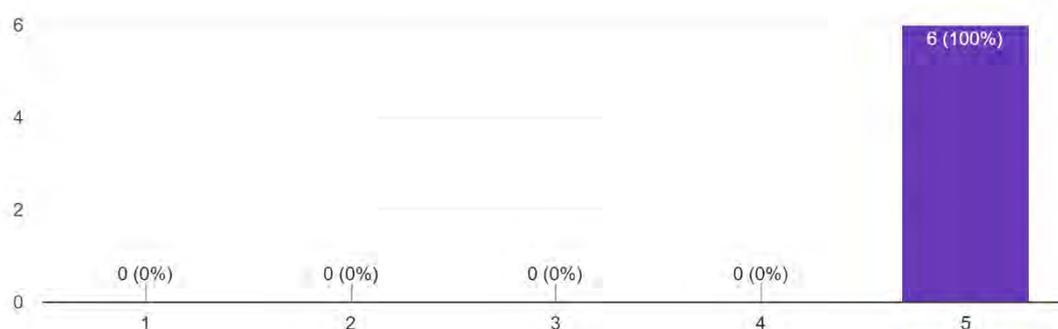
O problema do nosso grupo é que a gente não soube aproveitar. O conhecimento é dado. A coisa acontece, mas a gente está estagnado. Não aproveita as divulgações, os shows, as formações. A gente não se senta e diz, eita, vamos explorar realmente o que acontece. Fica procrastinando e nunca sai. O que a gente precisa enquanto Coco Trupé é olhar o Norte e seguir. A gente

quer chegar ali, mas como é que a gente vai chegar ali. A gente tem que aproveitar as oportunidades. (Barros, E., 2023).

Mesmo sem aproveitamento prático dos cursos por parte do Coco Trupé, todos os grupos mostraram-se totalmente satisfeitos com as formações oferecidas numa escala de 1 a 5 de satisfação, conforme Tabela 8:

TABELA 8 – Formações realizadas com os grupos

b) As formações realizadas com os grupos de samba de coco (de 1 a 5, sendo: 1 - totalmente insatisfeito; 2 - parcialmente insatisfeito; 3 - neutro... - parcialmente satisfeito; 5 - totalmente satisfeito):
6 respostas



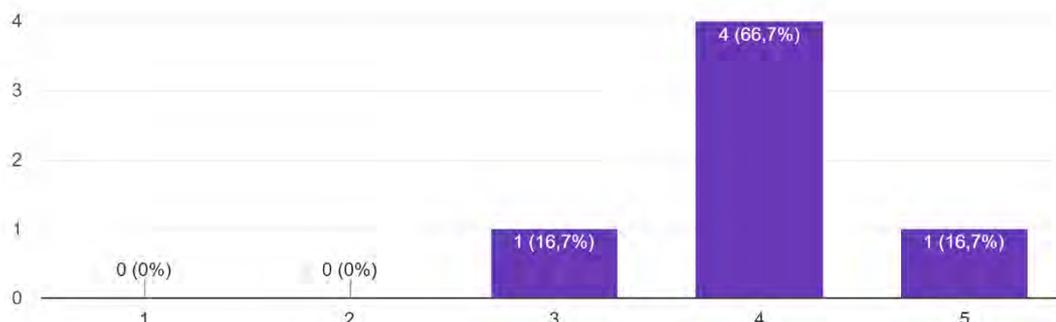
A contribuição econômica do Festival, segundo os coquistas, foi além das qualificações nas áreas de gestão e empreendedorismo. “Houve um impacto significativo no cachê e agora tem certo o São João e o Festival no calendário anual de apresentações do grupo. Isso ajuda na troca de figurino, na aquisição de instrumento, na locomoção” (Ferreira, J.P., 2023). Marcelo Cavalcanti Silva, do Fulô do Barro, assinala:

O grupo passou a tocar mais. O cachê aumentou 3 a 4 vezes em relação ao que era. O grupo, por sua vez, teve condições de melhorar figurino. O grupo está se tornando um grupo regional potente. Tocou em outras cidades e várias vezes este ano. Garanhuns, Triunfo, Tuparetama, Tigres (PB), Pesqueira, Pedra, Caruaru, proposta para tocar no verão em Salvador. (Silva, M.C., 2023).

Na avaliação deste quesito de impactos econômicos para os grupos, numa escala de 1 a 5, um se colocou como muito satisfeito (Fulô do Barro), quatro parcialmente satisfeitos e um deu nota 3 (neutro), que foi o Coco Trupé (Tabela 9):

TABELA 9 – Impactos econômicos para os grupos

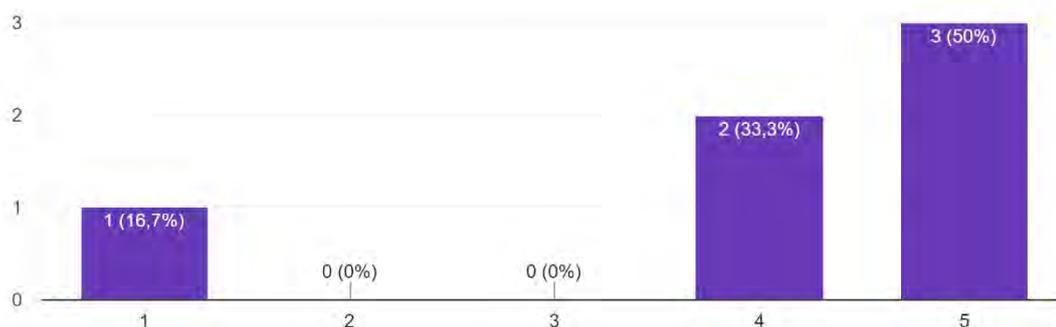
g) Os impactos econômicos para o seu grupo de samba de coco após três anos de festival (de 1 a 5, sendo: 1 - totalmente insatisfeito; 2 - parcialmente...rcialmente satisfeito; 5 - totalmente satisfeito): :
6 respostas



Alguns grupos enxergam os desdobramentos da geração de renda para a comunidade. Pela avaliação, três deles apontaram que houve retorno para a comunidade, dizendo-se totalmente satisfeitos (Fulô do Barro, Pisada Segura e Quebra Coco Aliança), dois demonstraram estar parcialmente satisfeitos (Irmãs Lopes e Raízes de Arcoverde) e o Coco Trupé se colocou totalmente insatisfeito, numa escala de 1 a 5 de satisfação, conforme a Tabela 10 a seguir.

TABELA 10 – Impactos econômicos para a comunidade

k) Os impactos econômicos para a comunidade após três anos de festival (de 1 a 5, sendo: 1 - totalmente insatisfeito; 2 - parcialmente insatisfeito...parcialmente satisfeito; 5 - totalmente satisfeito):
6 respostas

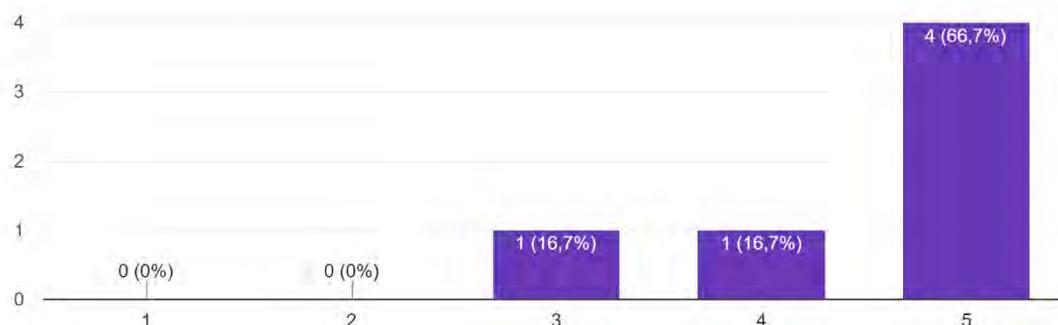


Eles percebem que o Festival gera renda para a comunidade com a venda de bebidas e comidas realizadas durante os ensaios, festivais e sambadas. “Quando a gente faz (ensaio), a pessoa da barrquinha pergunta: quando é que vai ter outro desse? (Calixto, A. 2023). “A comunidade já era engajada no coco e agora já limpa a rua e se organiza com venda de produtos e participação para ver os ensaios abertos” (Silva, M.C. 2023).

Quando perguntados sobre os impactos econômicos para o comércio formal e informal, embora não demonstrassem profundidade nas informações, quatro grupos se disseram totalmente satisfeitos, um parcialmente satisfeito (Raízes de Arcoverde) e um apresentou neutralidade sobre o tema, sendo ele o Coco Trupé (Tabela 11):

TABELA 11 – Impactos econômicos para o comércio formal e informal

h) Os impactos para o comércio formal e informal da cidade durante o festival (de 1 a 5, sendo: 1 - totalmente insatisfeito; 2 - parcialmente insatisfeito... parcialmente satisfeito; 5 - totalmente satisfeito):
6 respostas



“O Festival passa a ser para o comércio uma das fontes de renda e de trabalho. Tem o São João e o Festival. O Carnaval é fraco. Você vê muitas barracas vendendo e este ano (2023) o número de pessoas aumentou” (Ferreira, J.P. 2023). “Vejo impacto positivo para os artesãos na feira e para os fornecedores do coco, como as camisas que revendemos, a loja de tecidos que compramos para fazer nosso figurino, as costureiras, os taxistas que pegam os grupos” (Silva, M.C. 2023).

Os organizadores do festival mencionam que os impactos econômicos para o comércio envolveram desde os vendedores autônomos à rede hoteleira (Cardeal, A., 2023; Constâncio, C., 2023; Espinhara, E., 2023; Marize, R., 2023; Trajano Neto, I., 2023).

Para além de tudo, é um festival que circula dinheiro no município. Gera imposto, o comércio que vende mais, os hotéis ficam lotados. Isso mexe com a parte econômica da cidade, incluindo as pessoas que estão na própria feira (*Giro Criativo*), os barzinhos, a *Cena Gastrô*, que este ano deu um salto na qualidade e na quantidade de pessoas frequentando os bares e pedindo os pratos do festival (Espinhabara, E., 2023).

Em três edições do Festival, a *Giro Criativo* reuniu 152 expositores, dos quais 130 artesãos de Arcoverde e de seis municípios vizinhos das regiões Agreste e Sertão: Belo Jardim,

Buíque, Ibimirim, Pesqueira, Poção e Sertânia. O desfile *Veste Cena*, por sua vez, contratou estilistas e costureiras, mas não teve impacto de vendas dos produtos. As rodadas de negócios criativos em 2022 e 2023 envolveram 37 artistas locais. Alguns deles com potencial de levar seus trabalhos para outros estados.

Somando os três anos, o projeto recebeu um investimento de R\$ 1.521.356,39. Desse total, R\$ 884.012,88 foram do Sesc e R\$ 275.347,00 do Sebrae, o equivalente a 76,20% dos recursos totais. O número de parceiros públicos e privados chegou a 23, somando as contrapartidas econômicas e apoios com serviços e produtos. Entre os apoiadores, estiveram a ACA, a CDL, o Coletivo Cultural de Arcoverde (Cocar), a Estação da Cultura, hotéis e lojas.

Pelas estimativas da organização, o festival impactou 30 empresas do comércio formal na primeira edição, 200 empresas do comércio formal na segunda edição e 200 empresas na terceira edição. A ocupação hoteleira de três hotéis dos quatro maiores hotéis da cidade chegou a 90% na terceira edição do evento. Pelos cálculos da equipe do Sesc Arcoverde, o projeto movimentou R\$ 1.740.730,89 em suas três edições.

6.2. Percepções e conexões externas

De uma proposta inovadora e contemporânea a um evento que pode tomar uma proporção além de Arcoverde. Esses foram alguns pontos de vista coletados dos entrevistados para o presente estudo sobre o **Festival de Economia Criativa: na Pisada dos Cocos do Nordeste**. Foram observadas convergências sobre a valorização da cultura local, o aumento da autoestima dos sambas de coco e da comunidade, a perpetuação da tradição entre os jovens, os benefícios para o ecossistema criativo, dentro e fora da cidade, como também para o comércio de bens, serviços e turismo. O panorama foi traçado por 19 pessoas nas mais diferentes esferas, desde integrantes do Sesc de outros estados aos empresários arcoverdenses.

6.2.1. Inspiração para representantes do Sesc de outros estados

“O festival de economia criativa mais inovador e surpreendente que já vi”. A colocação é da coordenadora cultural Sesc Minas Gerais, Maria Carolina Fescina, que esteve em Arcoverde em novembro de 2023. “É um festival que entende economia criativa por um viés muito raro e muito importante que é da cultura popular. É a primeira vez que vejo que vincula estas duas frentes: de economia criativa e cultura popular” (Fescina, M.C., 2023). E segue em seu relato:

Até mesmo pela questão dos saberes, a economia criativa está nos grandes eventos, nas grandes ações, bastante vinculada à marketing, enquanto a cultura popular continua sendo um lugar de resistência da arte, muito invisibilizado diante da economia criativa. É muito inovador e uma forma de lidar com a economia criativa muito diferente. Quando a gente coloca a cultura popular no eixo principal da economia criativa, a gente inverte essa lógica, porque a cultura popular ganha um protagonismo muito raro. É como se a cultura popular só dependesse de fomento, mas ela também gera renda, ela também faz parte desse PIB da Economia Criativa. Quando o centro é a cultura popular, é a cultura de tradição, a estrutura se desloca. (Fescina, M.C., 2023).

Para a coordenadora cultural do Sesc Maranhão, Isoneth Almeida, é importante para as manifestações culturais se sentirem como protagonistas de um evento como esse. “Vi o quanto isso foi relevante para os grupos. A gente vê segurança na apresentação deles, na forma de falar das suas raízes, da sua memória” (Almeida, I., 2023). Ela, que visitou a Estação da Cultura de Arcoverde durante o festival no ano de 2023, observa:

Conheci como foi o processo de apropriação desse espaço e como a gestão acontece, com diversos grupos de teatro, dança, capoeira... tem de tudo. Acredito que eles estão unidos e fortalecidos nesta perspectiva de que tenha mais para a cidade e quanto eles podem crescer a partir do desenvolvimento desse projeto. Se tiverem o apoio certo, eles serão um grande polo daquela região, não só abarcando o coco, mas também as outras linguagens e outras cenas. (Almeida, I., 2023).

Socialmente, as profissionais apontaram que o projeto tem grande poder de articulação com vários públicos e segmentos, além de mostrar uma descentralização, envolvendo o encontro na praça e nas pontas da cidade, com a Rota dos Cocos. “Ir na casa dos artistas, dos artesãos, conhecer a tradição na casa delas, não é só cultural, é também social. O entendimento de mundo dessas pessoas na visita” (Fescina, M.C., 2023).

Do ponto de vista econômico, Maria Carolina Fescina destaca que até “a forma que se entende turismo é um turismo em outro lugar”. “Quando você coloca a cultura de tradição neste mesmo patamar do comércio, tem um posicionamento político de busca por uma isonomia que é importante” (Fescina, M.C., 2023). Isoneth Almeida entende que articular empreendedores e empresas para que coloquem seus artesanatos, seus produtos à venda, favorece a economia da cultura, incluindo os vendedores ambulantes não cadastrados. E continua:

Outra coisa interessante que há o movimento dos setores de hospedagem e de alimentação. Fomos para restaurantes, não só aqueles que estavam já articulados com o Festival. Também nos dispusemos a fazer compras no mercado central. (Impacta) até no setor de transporte, não só contratado pelo

Sesc, mas um serviço de táxi, de mototáxi. Tudo isso faz girar a economia. O Festival vem incentivar os pequenos negócios, o setor de serviços, não da cultura, mas da economia da cidade. (Almeida, I., 2023).

A partir do que presenciaram no Festival, as coordenadoras vão investir em propostas similares em seus territórios. Em Minas Gerais, começaram o projeto Raízes Mineiras, no Norte do estado, que reúne os grupos de tradição da cidade. Trabalham as vivências com os artistas, a comida, a interlocução com as escolas e querem levar uma feira de economia criativa itinerante, numa programação contínua.

No Maranhão, estão realizando um projeto-piloto com a cidade histórica de Alcântara, onde há a presença da comunidade quilombola e da cultura de tradição do tambor das crioulas. “Vimos pontos semelhantes e ficamos curiosos para entender o processo do Festival, que se deu a partir das escutas dos grupos de tradição. Temos uma proposta semi-organizada, mas vamos precisar de vários setores para criar um festival lá” (Almeida, I., 2023). A festa em Alcântara aconteceu em dezembro de 2023.

6.2.2. Convergências com os parceiros Senac, Sebrae e TV Universitária

O adjetivo inovador para o **Festival de Economia Criativa: na Pisada dos Cocos do Nordeste** novamente esteve entre as falas dos entrevistados para esta dissertação. Desta vez, foi pronunciado pelo coordenador de Programação da TV Universitária da UFPE, Augusto César Dantas, que conheceu iniciativas de economia criativa no interior do Brasil, como Minas Gerais e o Rio Grande do Sul. Ele afirma:

É bem inovadora essa abordagem de patrimônio imaterial e saberes populares associada à economia criativa, com a ocupação de espaços associada ao turismo, com a criação dessa rota (Rota dos Cocos). Eu vi acontecendo em outros lugares, vi acontecendo no Rio Grande do Sul. São coisas novas. A questão de patrimônio imaterial e criação de rotas mais antigas que eu tenho conhecimento, neste formato, é dos anos 1990, do queijo minas. Tem também de Ouro Preto, que é arquitetônico. Aqui em Pernambuco, essa integração de patrimônio imaterial e turismo é algo bem novo. Vocês incorporaram conhecimentos, críticas e perspectivas. Agora é um modelo contemporâneo. É inovador para a cultura. É muito relevante para os saberes populares, porque mesmo que o coco seja bastante conhecido, ele é pouco sistematizado em comunicação e em produção. Os próprios grupos do coco de Arcoverde não têm muitos materiais sistematizados e atividades sistematizadas. Acho que eles estão circulando bem menos do que eles precisam estar. Nas conversas que a gente teve, eles estão circulando menos do que gostariam (Coco Trupé). Não estão com tanta circulação interestadual. Esse festival como uma vitrine cultural é importante para promover os grupos de samba de coco. (Dantas, A.C., 2023).

Para Dimas Rocha, gerente do Senac Garanhuns e que é apoiador do projeto, o Festival significa um ganho cultural gigantesco para Arcoverde. Verônica Ribeiro, coordenadora de Economia Criativa do Sebrae, informou que não tinha dimensão do projeto antes de participar da terceira edição e ficou muito bem impressionada com o que viu: “não adianta você ler, você precisa ir até lá” (Ribeiro, V., 2023).

Os três parceiros tiveram percepções similares sobre a inclusão social que projeto proporciona para a cidade. “Acho que o Festival conseguiu fazer integração de grupos de coco, de maracatu, de afoxé que trabalham ou são da periferia e atuam com o lado social”. (Dantas, A.C., 2023). “Tinha todo tipo de gente na praça, prefeito, quem mora na periferia, gente que poderia estar na droga, mas que estava ali, aproveitando o evento gratuito, socializando, vendo um show, trabalhando. O Senac levou a parte de saúde, que ajudou bastante” (Rocha, D., 2023). “Achei fantástico ver famílias, jovens, idosos em ambiente de praça”. (Ribeiro, V., 2023).

Sobre o aspecto econômico, Dimas Rocha enfatizou que o Festival beneficiou o pequeno vendedor de pipoca, mas movimentou a economia do município porque tinha gente de Arcoverde e de outros lugares. Augusto César Dantas e Verônica Ribeiro destacaram a relevância da rodada de negócios e teceram considerações. Na opinião do coordenador de Programação da TVU da UFPE:

A rodada de negócios foi muito importante. A presença de pessoal de outros estados, do Sesc, da TVU, do Itaú Cultural, mas, ao mesmo tempo, o pessoal ainda não tem material para isso. Não tem prática. Imagino que para um ambiente mais competitivo, não teria muito ganho. Muitas produtoras que trabalham com orçamentos grandes e o espaço de *pitch*²¹ fazem isso de modo um pouco mais restrito. Você tem que ter uma técnica de mercado. Como o Molotov no Recife e como outros festivais de música. O pessoal está com pouco material, de mídia, de design, mas o próximo passo é fortalecer o negócio mesmo. Tem gente com perspectiva e até formação nos grupos para trabalhar com isso. O Coco das Irmãs Lopes, a nova geração está andando muito atrás disso. Para o Raízes e o Trupé está faltando um pouco esse lado de negócio. A geração mais nova tem que chegar mais para saber fazer negócio porque tem grande potência. O próximo passo é aumentar os conhecimentos em relação ao ambiente de mercado e à economia criativa. (Dantas, A.C., 2023).

Olhando sob outro ângulo, Verônica comentou que as pessoas que apresentaram seus trabalhos na rodada de negócios “de fato estão imbuídas do que fazem, têm muita desenvoltura.

²¹ *Pitch* é uma apresentação direta e curta, com o objetivo de vender a ideia da sua *startup* para um possível investidor. Fonte: STARTSE. **Pitch: O que é e como fazer.** Como visto em <<https://www.startse.com/artigos/pitch-o-que-e-e-como-fazer/>>

Eu fiquei encantada com o aspecto cultural” (Ribeiro, V., 2023). Entretanto, a profissional, que é especialista em moda, teceu sugestões de aperfeiçoamento no formato:

Senti falta de outros *players* que não fosse Sesc, de outras empresas que pudessem comercializar, dar oportunidades, em outros festivais, em outros eventos, a gente peca às vezes por contemplar o nosso sistema S e não contemplar mercado. O Sistema S ²²é super importante, a gente trazer centrais Sesc, principalmente, que trabalham com a disseminação da cultura no País todo, mas é importante identificar também quem no mercado pode permitir isso. O mercado de moda faz isso muito bem, quando realiza as feiras e os lojistas podem ir até lá, com hospedagem, passagem, porque sabe que aquele lojista vai lá fechar negócio. Isso é um ponto de observação que a gente tem que designar um recurso para trazer o mercado até este evento. (Ribeiro, V., 2023).

Augusto César Dantas pontua, ainda, que o Festival é economicamente importante para os grupos de samba de coco, já que estes estão fora da sustentabilidade. “Os grupos estão fora da sustentabilidade, porque não têm sistematização e, se tiver qualquer ocorrência, me parece ser um risco para eles. O Festival fortalece um pouco neste sentido, faz com que esse risco seja menor, por sistematizar ambientes de negócios, de ofertas” (Dantas A.C. 2023).

Na perspectiva de sistematizar negócios dessa cultura popular, Augusto César Dantas descreve que podem ser licenciados novos produtos de economia criativa ou participar de projetos pelo Fundo Pernambucano de Incentivo à Cultura (Funcultura PE) ou de leis de incentivo. Quanto à relação entre o Festival e o Núcleo de TV e Rádio da UFPE, estima que pode dar resultados anuais e bianuais, gerando produtos. “Pode se tornar um arranjo produtivo criativo, incluindo produtores independentes, a TV como espaço de produção e distribuição e o Sesc fazendo a articulação”. (Dantas, A.C., 2023).

Como representante Sebrae, principal parceiro do projeto, Verônica Ribeiro afirma que sua instituição pode participar das ações do convênio, sem se resumir ao repasse de recursos financeiros, pois tem expertise em gestão. “A gente precisa estabelecer relações desde o início, definir os papéis, porque não se trata apenas de transferência de recursos. A gente não bota a mão na massa, e isso o Sesc faz com brilhantismo, mas a gente trabalha muito com gestão e nisso a gente se garante” (Ribeiro, V., 2023)

²² Sobre o Sistema S, Fonte: LISBOA, Vinícius. **Agência Brasil explica: O que é o Sistema S**. Publicado em 21 de setembro de 2020. Como visto em <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-09/agencia-brasil-explica-o-que-e-o-sistema-s>>

Integrante do Sistema Comércio²³, o Senac estuda como conexão com o Festival ampliar as formações na área de turismo, gastronomia e atendimento ao cliente. “Vejo como muito importante as formações previamente ao festival ou no próprio andamento dele. É preciso pensar no turista desde quando chega à cidade até o momento que vai embora e a gente tem condições de dar esse apoio” (Rocha, D., 2023).

6.2.3. Integração do ecossistema criativo

Os criativos locais e de fora do estado entrevistados para essa dissertação destacam a relevância das três edições do Festival para o desenvolvimento da cultura local. “Percebo que houve um avanço e que há uma mudança territorial acontecendo”, assegura Djaelton Quirino, produtor cultural da cidade e um dos gestores da Estação da Cultura. Para o vice-presidente do Cocar, Kléber Araújo, o projeto tem grande importância para a região. Ele ressalta que, além de garantir a possibilidade de apresentações artísticas, gerando renda, o projeto tem um papel formativo de trocas entre os criativos e de estabelecimento de relações intergeracionais:

Tivemos momentos de grande aprendizado, inclusive com produtores do Recife e de outros estados, isso do segmento da música, que é o que eu atuo mais fortemente. Outra vertente que eu achei muito interessante foi a troca de saberes dos grupos mais jovens com os mestres, inclusive eu mediei um momento desse e foi muito interessante. (Araújo, K., 2023).

Para Cleusa López, que assim como Kléber Araújo atua no segmento da música, na distribuidora Tratore (SP), o festival proporcionou uma imersão na cultura popular e lançou luz para formas de geração de negócios com o samba de coco e com outras tradições. A profissional relata:

Trabalho há 20 anos com música. A minha escola sempre foi gravadora. Fiz várias imersões, na perspectiva do marketing, de investir para que os artistas possam ser conhecidos, mas é muito difícil que o produtor saia do local dele e tenha conhecimento regional. Esse projeto – que é de todo mundo: Sesc, prefeitura, Sebrae, os profissionais que estão envolvidos na cena do festival –, proporciona para nós, que somos fora, uma imersão na cultura popular. Isso fez com que eu conhecesse profundamente as raízes, a história, os artistas, a riqueza da cultura popular. Penso que isso não só para mim, mas também para as pessoas que estavam lá que são de outros lugares. Conhecer, a gente conhece, mas viver isso dessa maneira é completamente rico. Você sai com outra perspectiva de trabalho para os artistas locais, para a cultura regional. Eu saí

²³ Sobre o Sistema Comércio. Fonte: PORTAL DO COMÉRCIO. **O que é o Sistema Comércio?** Como visto em <<https://portaldocomercio.org.br/sistema-cnc/>>

daí (de Arcoverde) dando um valor enorme (ao samba de coco). (Lopez, C., 2023).

Na opinião de Sidney Almeida, da Fundação Itaú Cultural em São Paulo, “sempre há muito que se aprender com o movimento cultural do Nordeste”. O profissional observou a adesão dos jovens à cultura de tradição:

O que me chamou a atenção é que tem muito jovem dançando coco e tocando coco. Isso é muito difícil de ver. Na Bahia, os meninos novos estavam com vergonha do resgate de cultura popular. Esse tipo de coisa a gente não vê aqui, no Sul/Sudeste. É muito difícil ver os meninos entendendo de onde vieram e a importância de manter esse vínculo. (Almeida, S., 2023).

Numa perspectiva socioeconômica, os entrevistados destacaram que o Festival propiciou o empoderamento dos coquistas em suas comunidades e a visibilidade para fora de seu território. Para Kléber Araújo, os sambas de coco passaram a enxergar a importância de sua atividade para o contexto social em que vivem. “Não é só aquela brincadeira de terreiro, eles sentem que têm potencial de mostrar sua arte para o mundo”. (Araújo, K., 2023). E explica, na visão dele, porque isso ocorreu:

A grande interação na praça, nos eventos descentralizados nas escolas e no próprio Sesc, favoreceu o convívio das pessoas e empoderou bastante os grupos de samba de coco, que são grupos periféricos. De repente, aquelas pessoas (os coquistas) tornaram-se o destaque da cidade. Isso tem uma relevância enorme (Araújo, K., 2023).

Djaelton Quirino corrobora esse entendimento de empoderamento:

Muitos grupos estão se organizando durante o ano para fazer seus ensaios abertos, seus aniversários (para a comunidade e público em geral). Eles foram estimulados a buscar uma formalização, de cada vez mais se capacitar e entender como o empreendedorismo cultural acontece. Isso é um grande ganho para esse movimento (cultural) na cidade como um todo, porque a cidade também deve ter sua atenção voltada para estes coletivos culturais e para as produções que são feitas na cidade de forma geral. (Quirino, D., 2023)

O autor Carlos Júlio Jara (2001) entende que o desenvolvimento local depende justamente de um capital humano bem nutrido, esclarecendo:

A construção de sociedades sustentáveis e do desenvolvimento local depende de sólido empreendimento em capital humano e capital social, tendo em vista a estruturação de ambientes territoriais inovadores, criativos, democráticos e

socialmente articulados. O capital humano corresponde aos recursos humanos em condições de resolver com adequação e eficácia a diversidade de problemas colocados pela sociedade e com capacidade de empreender processos produtivos integradores e equitativos. O capital social estrutura-se na capacidade de auto-organização, com vínculos solidários, colaboração horizontal, canais de participação, instituições e organizações que estimulam a confiança e a reciprocidade nos relacionamentos entre grupos e atores sociais, formando rico tecido social. Isso resulta em cidadãos empoderados, capazes de intervir na escolha, na formulação, na implementação e no controle das diversas políticas governamentais e em atitudes que combinam a defesa e a criação de direitos com propostas socioeconômicas no contexto de mudanças tecnológicas e mercados competitivos. (Jara, C.J, 2001, p.100).

Sidney Almeida complementa a fala do produtor cultural arcoverdense ao afirmar que “através dos coletivos, a gente consegue mensurar o poder que a arte tem”. Ele destacou a potência da construção coletiva do Festival, envolvendo a rede de artistas, comunidade, economia, possibilitando o acesso à arte às pessoas em vulnerabilidade social. “A construção coletiva é fundamental para a formação de cidadãos e cidadãs de coração bom, com cabeça pensante de forma produtiva. E, assim, a gente faz o papel do Estado” (Almeida, S., 2023).

Cleuza Lopez atribui ao Festival uma oportunidade para os coquistas, seu território e além de Arcoverde, por trazer o ecossistema criativo externo. “O projeto abre um caminho para esses artistas e para essa economia local sem precedentes. Permite que os artistas possam ter essa divulgação e essa visibilidade. É uma via de mão dupla: para nós (de fora), com aprendizado, e para eles, com a profissionalização” (Lopez, C., 2023). Djaelton Quirino completa: “um evento como esse faz com que eles (os coquistas) se enxerguem, que vejam a importância uns dos outros e percebam que as conexões podem ser feitas para além do território” (Quirino, D., 2023).

Outros atores da economia criativa e do comércio de bens, serviços e turismo foram impactados economicamente pelo projeto de acordo com os criativos entrevistados. Kléber Araújo trouxe o resultado de suas conversas com os vendedores da feira *Giro Criativo*:

Conversei com os artesãos e com pessoas de estabelecimentos de gastronomia e eles me disseram que o Festival foi muito positivo. No momento que estamos vivendo escassez de recursos, eles tiveram uma excelente oportunidade de expor seus produtos e comercializá-los lá na praça. Possivelmente, teve essa capacitação de empreendedorismo. Isso impulsiona os negócios e ajuda a estruturar nas pessoas uma visão de negócio mais eficiente. (Araújo, K., 2023)

Já Sidney Almeida relatou suas impressões sobre a rodada de negócios criativos. “Economicamente, acho que o Festival o poder de despertar as pessoas para uma rodada de negócios de forma palpável e sem ser agressiva” (Almeida, S., 2023). Ele também comentou do

papel do Festival como gerador de emprego e renda com o *Giro Criativo*, a *Cena Gastrô* e a *Rota dos Cocos*.

Perguntados sobre que conexões eles estabeleceram devido ao Festival, os entrevistados para este estudo responderam vários tipos de enlaces. Kléber Araújo informou:

A gente tem um projeto que se chama Mama – Movimento Arcoverdense de Música Autoral – que reúne uma parte dos compositores que atuam em Arcoverde e nós tivemos dois momentos que foram muito importantes. Tivemos o contato com a Tratore, de nível nacional. Nós levamos os artistas para lá num debate de alto nível e com certeza firmou essa conexão entre o Sesc, a Tratore e os integrantes do movimento. Trouxe bastante esclarecimentos, experiências. Outro momento muito forte foi uma rodada de negócios no campo musical. Mandamos representantes, mandamos portfólios dos artistas, já houve contatos posteriores com os curadores que estavam nesta roda de negócios, abriu oportunidades. Vamos estar atentos para algumas demandas que os produtores disseram que eram importantes nas nossas páginas nas redes sociais, nos portfólios para lidar com nosso público. Pessoas que têm relevância nesse segmento passaram a nos seguir (nas redes sociais), o que uma foi resposta do Festival. (Araújo, K., 2023)

Djaelton Quirino trouxe as correlações estabelecidas com a Estação da Cultura e o Teatro de Retalhos, do qual faz parte:

Há conexões muito importantes que foram feitas desde o primeiro Festival e que se mantiveram nas outras edições, que é vários agentes e vários artistas conhecerem a Estação da Cultura, discutirem e quererem replicar esse modelo. Como gestor da estação, recebi alguns convites para falas sobre o espaço, sobre esse processo e isso eu acho muito importante porque vai dando luz ao espaço e ao movimento de ocupação da Estação da Cultura, que já acontece há 22 anos, e gera possibilidades de intercâmbio. Há vários artistas que, após esse movimento do festival, procuraram a estação para apresentar os seus trabalhos, para fazer parcerias, para conhecer os artistas que ocupam. E com relação ao Teatro de Retalhos também, porque, depois dessa edição do festival, a gente saiu com alguns contatos e possibilidades de circular o nosso trabalho. (Quirino, D., 2023).

Quanto aos criativos externos, possibilidades foram elencadas. “Fiquei vendo o que a gente tem dentro da nossa área de atuação que a gente pode fazer. Tem algum programa de patrocínio interno que pode apoiar a Estação da Cultura?”, indagou Sidney Almeida. “A gente vem trabalhando cada vez mais em parcerias, mas esse momento ainda é embrionário. A gente vai levar a pauta e vai ver o que consegue”. (Almeida, S., 2023).

Como empresa nacional, a Tratore se propõe fazer mentoria junto com o Sesc para os artistas locais, porque hoje em dia não basta colocar fonograma nas plataformas digitais, como explica. “A orientação que a gente dá ao artista, independentemente de fechar contrato com a gente, permite o olhar 360 graus, trabalhando *Instagram*, *Youtube*, *Tik Tok*, além de fazer a

divulgação do lançamento e fazer a conversão de público, senão, não acontece nada” (Lopez, C., 2023).

6.2.4. Governos estadual e municipal explicam seus papéis

Os atores públicos estaduais e municipais entrevistados para o presente estudo entendem que a proposta de economia criativa do Festival do Sesc em Arcoverde é fundamental para o desenvolvimento das culturas populares e do território. Como conexões visando ao fortalecimento da iniciativa, sugerem ampliação desse modelo para outras cidades, suporte de recursos, articulação, corpo técnico e promoção do turismo.

Relatam que colocar o samba de coco como protagonista desse processo que mexe com a autoestima dos coquistas, das comunidades e da própria população da cidade, conhecida como a “terra do samba de coco”. Dessa forma, os arcoverdenses conhecem e reconhecem essa cultura popular, enxergando a potência econômica dos grupos de samba de coco para si mesmos e para o coletivo se investirem em profissionalismo e na oferta de novos produtos além dos shows musicais. E esse raciocínio com a cultura popular extrapola o coco. Envolve as outras manifestações culturais existentes no município, os artesãos, o ecossistema criativo e o comércio de bens, serviços e turismo, por meio de contratações de serviços, maior fluxo de visitantes, vendas de produtos e aumento de movimento nos restaurantes e na rede hoteleira da cidade.

Trazer o samba de coco para o primeiro plano de um festival de economia criativa foi o que mais chamou a atenção de Isac Filho, coordenador vinculado ao Centro do Artesanato de Pernambuco, que ligado à Diretoria de Economia Criativa da Adepe. No estado, a referida agência é responsável pela atuação em economia criativa e seus desdobramentos, com a condução inclusive da Feira Nacional de Negócios do Artesanato (Fenearte), realizada anualmente no Centro de Convenções de Pernambuco, em Olinda, e considerada uma das mais importantes do País. O profissional destacou, na sua visão, a importância da rodada de negócios criativos:

Fiquei impressionado como o coco ficou em primeiro plano e como vocês trouxeram e leveza desse ritmo para o festival como um todo. Eu vi isso na rodada de negócios, muito humanizada. Vi também as relações geracionais acontecendo, crianças com pessoas idosas, os produtos sendo colocados para um público tão caro, representantes de iniciativas culturais no Brasil todo, isso foi muito potente. (Filho, I., 2023).

Outra profissional ligada à Diretoria de Economia Criativa da Adepe, Josenilda de Souza Chaves, foi responsável por levar a Carreta do Artesanato para o Festival e apresentou sua perspectiva sobre o projeto. “Para a cidade, o Festival pode ter sido uma coisa boa porque tinha muita gente circulando” (Chaves, S. J., 2023). A loja itinerante ficou de 8 a 13 de dezembro na Praça Winston Siqueira, comercializando produtos de 27 artesãos locais e do Centro do Artesanato no Recife.

Ao todo, 4 mil visitantes passam pela unidade móvel, quando há eventos que a participação chega a mil pessoas. O tíquete médio foi de R\$ 30,00, quando a média geral é de R\$ 50,00, e faturamento alcançou R\$ 3.000,00 no período. “O número é pequeno, mas não é pouco. Tem caso de ser R\$ 800,00. Tem o papel social” (Chaves, S. J., 2023).

O secretário-executivo de Cultural de Pernambuco, Leonardo Salazar, esteve no evento. Ele ressalta que Arcoverde tem uma cultura muito forte na região sertaneja e que um festival de economia criativa no local é muito positivo para os fazedores de cultura da cidade, devido à movimentação do ecossistema criativo. “Achei muito positiva a iniciativa. É importante a participação do Sesc nesta agenda da economia criativa, pois a instituição é um dos grandes contratantes de artistas do estado” (Salazar, L., 2023).

Sobre as conexões com o Festival, o secretário-executivo entende que, em 2023, a participação foi tímida porque a Fundarpe estava com pouco recurso no primeiro da nova gestão, “mas foi o que pôde ser feito”. “Para as próximas edições, podemos ampliar a participação com o Governo do Estado com outros órgãos, como a Empetur e a Adepe” (Salazar, L., 2023).

Na opinião de Isac Filho, a proposta de trabalhar a economia criativa pode ir para cidades do Grande Recife, como Olinda, e interior, como Bezerros. Sugere que a expansão ocorra via Sesc com o suporte da Adepe. “O Sesc tem condições de fazer isso de forma mais estruturada e vejo a Adepe como parceira, para que as trocas aconteçam também neste sentido, de políticas públicas de economia criativa voltadas a estes clusters e conexões de negócios da economia criativa” (Filho, I., 2023).

Na esfera pública municipal, a secretária de Cultura de Arcoverde, Juliana Cavalcanti, entende que, por meio das formações, “o festival de economia criativa vem para sanar uma questão bem fragilizada na cidade que é monetização da cultura, mais especificamente dentro das vivências dos sambas de coco”. E contextualiza:

Vários integrantes dos grupos de coco têm a atividade cultural como secundária, tendo outro emprego, seja fazendo faxina ou uma série de outras demandas. O processo formativo do Festival, dizendo que a atividade artística pode ser sim a atividade que vai trazer a dignidade financeira é muito grandioso; é muito necessário. Os grupos já têm noção de como empreender,

mas o Festival traz para eles essa junção de ensino para que vejam novas possibilidades de ter o samba de coco como atividade fim, que vai gerar recursos para viver. (Cavalcanti, J., 2023).

O secretário municipal de Turismo, Pedro Brandão, também pensa que o Festival “é uma oportunidade para os artistas se profissionalizarem mais e irem além dos shows, escoando outros produtos, como artesanato, gastronomia e com os próprios museus dos sambas de coco” (Brandão, P., 2023). Ele, antes de ser secretário, atuou como um dos consultores da Rota dos Cocos e, enquanto titular da pasta, colabora com a iniciativa.

Em setembro de 2023, a Prefeitura de Arcoverde e o Sesc apoiaram o 2º Encontro de Secretários e Dirigentes de Turismo em Pernambuco, realizado pela Associação das Secretarias de Turismo de Pernambuco (Astur-PE). Os executivos foram levados à sede do Coco Fulô do Barro, integrante da Rota dos Cocos. “Levamos os secretários e vimos o quanto o Sesc ajudou na profissionalização do grupo” (Brandão, P., 2023).

Do ponto de vista social, Juliana Cavalcanti diz que ter o samba de coco protagonizando um festival na cidade mexe com a autoestima do arcoverdense. “A população reconhece que, por mais que outros artistas componham a programação, os grandes homenageados são os coquistas. Isso é importante para que a cidade se perceba como a ‘terra do samba de coco’, que tem em seus mestres e mestras (dessa tradição popular)” (Cavalcanti, J., 2023).

Pedro Brandão entende que, com o Festival, as comunidades nas partes mais periféricas passam a enxergar a força dos grupos de samba de coco e se envolvem mais com a cultura popular. Os grupos estão realizando mais oficinas de arte/educação e visitas às escolas.

No tocante aos impactos econômicos, a secretária de Desenvolvimento Econômico do município, Janice Soares, diz que o Festival contribui com a movimentação do turismo.

O turismo é uma fonte que move a economia muito positivamente no mundo inteiro. Temos procurado apoiar o Festival no que é possível, porque, quanto mais pessoas vierem a nossa cidade conhecer o samba de coco, mais turistas nos visitarão. Além disso, é bom para a nossa própria cidade conhecer a própria cultura. A gente tem procurado estar junto na capacitação (dos artesãos), para aperfeiçoá-los, levá-los mais longe, tirar um pouco daquele círculo de convivência só entre eles. (Soares, J., 2023).

Juliana Cavalcanti encara que há várias possibilidades de beneficiamento de toda a cadeia produtiva da economia criativa de Arcoverde:

O Festival tem coco, mas já participam as bandas de pífano, as artesãs, os artistas da gastronomia, da culinária. Isso tem muita força. Gera empregos para os técnicos, produtores, para toda a cadeia de produção cultural. Há as rodadas

de negócios criativos, que fazem com que Arcoverde seja uma vitrine e que os grupos possam vender seus produtos culturais. (Cavalcanti, J., 2023).

A secretária complementa seu ponto de vista esclarecendo que o projeto alcança não só quem está envolvido diretamente com economia criativa, atingindo os restaurantes e os hotéis da cidade, por exemplo. Pedro Brandão segue a opinião da colega. “É um festival com quase dez dias de programações, gerando quase R\$ 1 milhão na cidade, em hotelaria, gastronomia e serviços de apoio. As pessoas passam a consumir mais. É muito forte para o setor de turismo na cidade (Brandão, P., 2023)”.

Embora lamentem as dificuldades financeiras da administração municipal, os titulares das pastas de Cultura e Turismo acreditam que é possível aumentar a integração com o Sesc para a realização do festival, que, na opinião de Pedro Brandão, é “transformador nos aspectos cultural, social e econômico” (Brandão, P., 2023). Afirmam que podem contribuir com articulação, com corpo técnico, com seus equipamentos e na promoção do turismo.

6.2.5. O Festival sob a ótica do comércio arcoverdense

Na opinião dos empresários entrevistados para este estudo, Festival Sesc PE de Economia Criativa: Na Pisada dos Cocos do Nordeste é uma iniciativa que valoriza a cultura de tradição, movimenta a economia criativa, o comércio de serviços, o turismo, contribui com a formação das pessoas e que tem potencial para crescer e gerar mais negócios para Arcoverde. Segundo a gestora da ACA, Edileuza Feitosa, o projeto se destaca por valorizar a cultura local, ativar o setor de artesanato e da gastronomia.

O Festival para a nossa cidade já se tornou um grande evento. É um fim de semana diferente, com atrações boas, tudo de graça, e muita coisa num mesmo lugar. Realizam ações na praça no centro da cidade, numa estrutura belíssima. Trouxemos uma caravana de artesanato. Acredito que a população e o comércio ganham com isso, pois vi turistas visitando nossa feira livre, a Cecora, fazendo lanches, comprando coisas. Isso movimenta o comércio como um todo num período que está bastante parado (Feitosa, E., 2023).

Além de trazer a caravana de Pedra para o *Giro Criativo*, Edileuza Feitosa mobilizou os artesãos locais para se inscreverem na feira.

Pagava-se uma taxa mínima e o Sesc oferecia um estande com toda infraestrutura. Isso foi um incentivo muito bom. Quando a gente articulou essas artesãs para participarem, elas ficaram muito contentes. Após a feira, disseram

que foram muito acolhidas, venderam bem e estavam muito satisfeitas. Como a gente, na associação, trabalha com o núcleo de artesanato, que é responsável pela Casa do Artesão, isso foi um incentivo muito bom para quem participa. Articulamos outras artesãs, também, dando oportunidade de mostrarem seus produtos, comercializarem e enxergarem a ACA como uma instituição que tem o que oferecer a elas. (Feitosa, E., 2023).

A executiva frisa, ainda, a importância das ações de qualificação para os profissionais da cultura e empresários locais. “Nosso presidente participou da oficina que teve de tecnologia da informação e gostou bastante. Alguns empresários participaram também e gostaram muito.” (Feitosa, E., 2023).

O proprietário do Max Hotel, Rodrigo Henrique de Sousa Araújo, é parceiro há dois anos do Festival. Semelhante à opinião da executiva da ACA, ele reforça que o Festival tem valorizado a cultura. É um festival que realmente está focado em desenvolver o pessoal da cultura da cidade e da região. Trouxe algumas atrações nacionais, mas relacionadas ao evento e à cultura local, e não simplesmente para atrair público” (Araújo, R.H.S., 2023). Ressalta que socialmente é um projeto que agrega vários públicos.

Economicamente, o empresário acredita que houve benefícios para o turismo. “Sabemos que o turismo é fomentador de desenvolvimento local. O meu hotel ficou bastante movimentado”. Ele informou na entrevista que a taxa de ocupação do Max Hotel, que tem 48 unidades habitacionais, foi de 85% durante o evento. Fora do período do evento, essa taxa gira em torno de 60%. “Também vejo a movimentação total dos negócios, como a gastronomia e o artesanato que estava sendo vendido no Festival” (Araújo, R.H.S., 2023). Sobre a conexão do seu negócio com o projeto, foi enfático:

Como estou ligado totalmente ao turismo, conexão melhor (com o projeto) impossível, porque é um fomento. É um incentivo ao desenvolvimento da cultura local. A tendência é de que (o Festival) vá se profissionalizando, criando mais nome, vá se consolidando mais. E o hotel, por ser um equipamento turístico, será um dos mais beneficiados com a iniciativa. Por isso, somos um dos patrocinadores. O Festival é uma semente que vem sendo plantada há três anos e esperamos que o pessoal da cultura se dedique a fazer esse evento cada vez melhor. (Araújo, R.H.S., 2023).

Para a artesã e empresária Hérika da Silva Amaral, proprietária da Talentos Café com Arte, o Festival é muito importante para Arcoverde porque não trabalha apenas a perspectiva do lazer cultural, mas também a sustentabilidade de várias famílias. Ela participou das duas últimas edições do projeto com a venda de artesanato, no *Giro Criativo*, e com sua cafeteria na *Cena Gastrô*. Revela que, na última edição, suas vendas aumentaram 80% em relação ao período

normal. “Vendemos de tudo, mais alimento do que o café em si. Deu um equilíbrio de 40% café e 60% e alimentos. A gente fez um prato bem sertanejo, orientado pela curadora do Senac, chamado *Tô nos braços de mamãe* (nome de uma música de coco)” (Amaral, H.S., 2023).

Sobre a conexões de seu comércio com o Festival, diz que os professores, mestres e curadores foram ao seu café. Houve muita troca com pessoas de fora de Arcoverde. “Para nós, foi uma conexão muito importante, ampliou nossa visão enquanto cafeteria” (Amaral, H.S., 2023). Em relação à sua perspectiva sobre o projeto, destaca:

O Festival precisa de muita sensibilidade para envolver os mestres e as mestras, que seguram a cultura de uma cidade, para eles trazerem seu conhecimento e trocar (com a população). As pessoas demoram a perceber isso. As que têm visão pequena já querem criar outro festival com a mesma proposta, não notam que esse projeto é algo que tende a trazer crescimento para a nossa cidade. Se tiver como fortalecê-lo, a gente se fortalece junto. A gente vê a importância e quer fazer parte desse processo, de modo que a gente possa crescer e alcançar nosso objetivo também. (Amaral, H.S., 2023).

Inserida no ramo da gastronomia, Lívia Renata Gomes da Silva Lourenço é sócia-proprietária da Dazi Burger, que há dois anos participa do festival. Esteve na segunda edição na praça de alimentação e, na terceira, na feira do *Giro Criativo* com um estande e na *Cena Gastrô*, com sua hamburgueria. Ela enxerga que a iniciativa gera renda para a cultura, para o comércio e para o turismo da cidade, vislumbrando que se transforme no Festival da Primavera, que aconteça anualmente no mesmo período, a exemplo do FIG.

No seu caso, a empresária contabilizou quase R\$ 13 mil em vendas no quiosque instalado por quatro dias no *Giro Criativo*, pagando R\$ 400,00 pelo espaço. Em uma semana normal, venderia R\$ 4 mil. O resultado não inclui as vendas da hamburgueria em seu local tradicional, que operou como *delivery* durante o Festival. Assim como Hérika, traz sua visão de futuro para a iniciativa:

Vejo o Festival de economia criativa como algo que vai crescer muito e vai agregar muito nos eixos cultural, social e econômico para a cidade. Arcoverde tem uma raiz cultural muito forte, que é o coco, que é muito marcante. A gente, que gosta a cultura, está investindo nesse processo. Estamos construindo essa história com o Sesc e investindo na divulgação da nossa marca também, principalmente quando esse Festival se tornar um costume, quando vir o pessoal do Recife, de outros municípios, estados. Arcoverde tem uma localização geográfica muito boa, perto da Paraíba e de Alagoas, para as pessoas virem para cá para participar de um festival, como o Festival de Inverno de Garanhuns. Isso é algo muito positivo e que eu torço bastante. Isso nos ajudará como comerciantes. (Lourenço, L.R.G., 2023)

Por ora, ela acredita que o evento traz uma conexão importante com a população local, pois muita gente ainda não conhece a hamburgueria e, depois do evento, passa a frequentá-la.

6.3. Caminhos para a Rota dos Cocos

A experiência de conhecer as sedes dos sambas de coco de Arcoverde foi aprovada pelos agentes de viagens que concederam entrevista para compor o presente estudo. Os três empresários que estiveram na terceira edição do **Festival de Economia Criativa: na Pisada dos Cocos do Nordeste** já iniciaram ou pretendem trabalhar as vivências com os cocos com sua clientela, trazendo propostas de turismo histórico, criativo e de ecoturismo.

Ao todo, sete agências participaram da Rota dos Cocos em 2023. A ação começou a ser gestada em 2021 pelo Sesc como parte integrante do Festival, contando com o apoio das secretarias municipais de Cultura e Turismo. Na época, foi desenhada por uma consultoria, contratada pela instituição, e tinha “o intuito em reafirmar o título dado a Arcoverde de ‘Capital do Samba de Coco’, fomentando a produção cultural e transformando o coco em um produto que pode ser desfrutado o ano inteiro pela comunidade e turistas, através de ensaios abertos, festivais e comemorações”²⁴.

A consultoria dividiu seu trabalho em duas etapas. A primeira contemplou um plano estratégico elencando forças, fraquezas, oportunidades e ameaças da iniciativa, objetivos, público beneficiado, eixos estratégicos e ações. Nesse momento, já previa o calendário anual de 2022 para ensaios abertos de cada grupo de coco, incluindo o Erêmin, de modo a estimular as visitas sem depender apenas da culminância do Festival, nem se resumir às visitas diurnas às sedes dos cocos. Também trazia uma proposta de portfólio de apresentação dos sete cocos.

A segunda etapa trouxe a construção de cinco roteiros: “Café com o mestre”, podendo ser o mestre Assis Calixto, do Raízes de Arcoverde, ou o mestre Cícero Gomes, do Trupé de Arcoverde; “Histórias, sabores e tradições”, com visita ao Museu das Irmãs Lopes, com a mestra Severina Lopes; “Na batida do vagão”, com o Coco Trupé em que previa até a confecção de figurinos com os coquistas; “Tour cultural da Rota dos Cocos”, com duração de dois dias, passando pelos sete grupos, tendo experiências de dança, percussão e outras atividades; e “Ensaio abertos, sambadas, festivais e aniversários”, para os turistas se programarem ao longo do ano, vivendo essa experiência de dançar o ritmo em uma das sedes dos sambas de coco.

²⁴ O diagnóstico e o relatório da consultoria contratada para elaborar a Rota dos Cocos seguem anexos à esta dissertação.

Ainda na segunda etapa, os agentes criativos passaram por formações para receber os turistas. Foram promovidas oficinas de roteirização, de qualidade no atendimento aos serviços turísticos e precificação. Também foi solicitado um estudo de sinalização turística, elaborado por outra consultoria contratada pela prefeitura. No relatório de atividades da consultoria, entregue em março de 2023 ao Sesc Arcoverde, há o detalhamento de todas essas ações. O documento traz ainda o plano de marketing, o mapa temático das rotas, desenvolvido pelo Laboratório de Cartografia da UPE, e a descrição dos cinco roteiros. O trabalho foi acompanhado pela analista de Turismo do Sesc Arcoverde, Tammara Nery, que participou de todo o processo de criação da Rota e foi responsável pela recepção dos turistas até a cidade.

A primeira *famtour* até os endereços dos coquistas foi organizada para o Festival de 2022. Vinte e cinco pessoas participaram da excursão custeada pelo Sesc, a maioria formada por artistas da capital pernambucana. Na época, a Rota dos Cocos foi classificada em terceiro lugar na categoria Turismo Criativo do 3º Prêmio Pernambuco de Turismo da Empetur. Entretanto, após o festival, nenhuma excursão foi realizada pelo próprio Sesc ou agência comercial.

Apenas em setembro de 2023, a Prefeitura de Arcoverde e o Sesc apoiaram o 2º Encontro de Secretários e Dirigentes de Turismo em Pernambuco, realizado pela Associação das Secretarias de Turismo de Pernambuco (Astur-PE). Os executivos foram levados à sede do Coco Fulô do Barro, incluído na Rota dos Cocos.

Em novembro do mesmo ano, a proposta de excursão para a Rota dos Cocos foi retomada para o Festival. Dessa vez, organizou-se uma *famtour* com agentes de viagens. Eles arcaram com o custo da hospedagem no Hotel Cruzeiro, com tarifa diferenciada, e o Sesc com despesas de transporte, das vivências nas sedes dos cocos e do almoço no restaurante da própria instituição. A organização aconteceu em outubro, um mês antes do Festival, pelo Sesc Arcoverde. No mês anterior, o Sesc Casa Amarela tinha tentado montar um grupo de turismo para ir até o evento, sem êxito.

Os agentes de viagem vivenciaram uma experiência diferente da proposta inicial da Rota dos Cocos, incluindo o passeio turístico até o Santuário da Divina Misericórdia de Arcoverde, a contemplação do pôr do sol no Cruzeiro Novo, uma ação coordenada pela Associação Astronômica de Arcoverde – a cidade é conhecida como uma das melhores do País para se observar o céu –, e as apresentações artísticas no Festival.

No que foi concernente à rota propriamente dita, o público pôde conferir a história do samba de coco, entender seus elementos e até dançar, a depender do local. No caso do Erêmin, o atendimento foi realizado pelas próprias crianças e adolescentes, modelo que os coquistas se

inspiraram na Fundação Casa Grande²⁵, em Nova Olinda, no Ceará, após conhecerem o local. A viagem realizada ao Ceará foi organizada pelo Sesc em agosto de 2022.

Nas entrevistas, os agentes destacaram como pontos fortes o acolhimento e a receptividade do povo arcoverdense. Disseram-se emocionados com as crianças do Erêmin. Lembraram a alegria na casa do mestre Cícero. Também elogiaram a rede de serviços para o turista, como os hotéis, que na ocasião faziam a divulgação do Festival, e os bares e restaurantes envolvidos na *Cena Gastrô*, percebendo inclusive que com o material do Festival dispostos na mesa faziam a conexão com o projeto.

Por outro lado, os agentes fizeram várias sugestões de aperfeiçoamento da proposta, entre elas informar o que é oferecido no café na casa dos mestres, rever o número de pessoas por espaço, trabalhar melhor os tipos de vivências levadas aos visitantes, buscar vender peças artesanais aos clientes, verificar a precificação dos serviços, instalar placas de sinalização nos locais, incluindo para o próprio Festival. Para este, sugeriram propostas como investir mais na divulgação, pois alegam que, no Recife, ninguém estava sabendo da iniciativa. Propuseram, ainda, a realização de oficinas com os mestres e mestras nas ações diretas com o público da praça.

Os proprietários da Avant Turismo PE, Thiago Santana e Patrícia Magalhães, informaram que pretendem trabalhar o roteiro na empresa, que é especializada em turismo criativo e que ganhou o primeiro lugar na categoria Turismo Criativo do 3º Prêmio Pernambuco de Turismo da Empetur, com o roteiro “Os Encantos de Brejo da Madre de Deus” (PE), justamente no mesmo ano em que o Sesc ficou em terceiro lugar com a Rota dos Cocos. Alegam que querem incrementar as vivências com co-criação, entre as quais, tocar um instrumento ou fazer a roupa com dona Maria, esposa do mestre Cícero. Eles já fazem esse tipo de experiência com o maracatu rural. “A gente não monta só o roteiro, entrega e acabou. A gente faz todo o processo e capacita as pessoas para receber os turistas. Tenho total interesse de ir lá (em Arcoverde) e ter uma parceria para desenvolver ainda mais (o roteiro)” (Santana, T., 2023).

Maria Alice Ribeiro da Rocha, proprietária da Pelejas Culturais, detalhou a experiência vivida:

A gente não foi só dançar coco, a gente aprendeu a dançar coco. Não fomos só contemplar, fizemos parte do processo. Isso é co-criar. É a base do turismo criativo. Percebemos isso desde as crianças (do Erêmin) até o último que a gente visitou (mestre Cícero Gomes). O turismo criativo é exatamente esse roteiro que a gente fez. Tem uma informação generalizada do coco, mas cada um passa com riqueza de detalhes, suas vertentes, vários olhares e várias formas

²⁵ Fundação Casa Grande, em Nova Olinda (CE): <https://blogfundacaocasagrande.wordpress.com/>

de fazer. O trupé é acelerado. Nem sabia que tinham tantas vertentes assim. (Da Rocha, M.A.R., 2023).

A agente detalhou que já começou a trabalhar a venda de um roteiro turístico histórico-cultural, incluindo a visita às sedes dos cocos, para ser trabalhado em um grupo menor que seja transportado de van. Pretende incluir na sua proposta a visita aos bois, outro ativo cultural de Arcoverde que ela viu e gostou muito.

Para o proprietário da Vem de Andada, Rosildo Coelho de Oliveira Júnior, que participou da *famtour* junto com sua mulher, Vanessa Patrícia da Silva, a Rota dos Cocos foi interessante e os estimulou a pensar num roteiro envolvendo a visita aos mestres, a observação astronômica e o ecoturismo, que é o forte da agência deles. Ele afirma que o turismo desse tipo tem potencial de alavancar a economia local, mas é pouco explorado pelas prefeituras e por outros atores do trade turístico. Fez até uma provocação:

Na Bahia da Traição (na Paraíba), as pessoas vão ver a cultura indígena, pagam para ir, acampam, fazem excursões para aquela vivência. Por que não fazer isso com o coco? Você não vê o coco em todos os lugares. As pessoas só vão ver isso aqui (em Arcoverde). É importante ter um calendário permanente de apresentações. Acredito que, pelo que a gente conversou de preço, eles (os coquistas) não sabem o valor deles. A pessoa paga R\$ 70 para tomar banho numa chapada, mas não quer pagar para ver o grupo de cultura. É preciso entender que precisa pagar. A partir disso, é que os artistas começam a receber uma renda daquilo, eles passam a ver sentido naquilo. Se não ganharem dinheiro, as pessoas não se interessam em preservar e se desenvolver (Oliveira Junior, R. C., 2023).

Na opinião de Maria Alice Ribeiro da Rocha, o Festival tem potência de alavancar o turismo local se houver uma maior atração do público externo. “O público interno é muito bom porque valoriza a cultura, mas o público externo é que vai gerar receita para o festival, só que, com muito cuidado, para não espetacularizar e perder a essência (do projeto)” (Da Rocha, M.A.R, 2023). E sentenciou: “os cocos são a grande riqueza de Arcoverde. Não existiu a do açúcar e do cacau? A nossa moeda hoje em dia é a cultura popular. O grande problema é que o mundo desconhece o que é genuinamente o brasileiro e o Brasil desconhece o que é genuinamente pernambucano, nordestino” (Da Rocha, M.A.R, 2023).

7 – POTÊNCIAS, DESAFIOS E PERSPECTIVAS DE GESTÃO E SUSTENTABILIDADE

“A caravana não morreu, não morreu, nem morrerá” –

Coco Raízes de Arcoverde

7.1. A cultura de tradição no protagonismo da economia criativa

Colocar o samba de coco como protagonista de um projeto de economia criativa é a grande potência cultural do Festival Sesc PE de Economia Criativa: Na Pisada dos Cocos do Nordeste na opinião da maioria dos entrevistados para esta dissertação. Isso porque a riqueza histórica dessa cultura de tradição confere um diferencial competitivo ao evento. Por outro lado, o projeto fornece perspectivas de mercado às culturas populares, segmento mais negligenciado da economia criativa pelos poderes públicos. O presente capítulo tem como objetivo elencar as potências, desafios e perspectivas de gestão e sustentabilidade para a iniciativa, traçando uma visão de futuro em busca da longevidade do mesmo.

Cleusa Lopez, convidada da distribuidora Tratore de São Paulo para a culminância do evento em novembro de 2023, argumenta: “a potência principal são os artistas, a história rica e todo o trabalho cultural realizado. Não é em todo lugar que há esse trabalho de agregar valor à cultura popular regional, exaltando a arte, os artistas, permitindo esse conhecimento de mão dupla, de criar oportunidades” (Lopez, C., 2023).

O Festival serve “como um despertar para a cultura como um negócio, um mercado, de desenvolvimento da economia criativa no território”, na opinião de Rita Marize, ex-coordenadora de Economia Criativa do Sesc PE. Ela explica: “a gente sabe que, por muitos anos ainda, será um processo de formação da estrutura desse mercado, por que a cultura, por vezes, é um lugar de sobrevivência. Acho que existe já uma predisposição, um despertar. A formação é em camadas”. (Marize, R., 2023).

A visibilidade que o projeto dá para os sambas de coco e para as outras manifestações culturais, como os bois, ou outras linguagens artísticas, também é vista como uma força do Festival. Para o coordenador de Economia do Sesc PE, Izaías Trajano Neto, o projeto lança mais luz para o samba de coco. A gente realmente tem uma joia para lapidar para que mais pessoas possam conhecer essa manifestação” (Trajano Neto, I., 2023).

Além disso, a inovação em integrar o samba de coco com outras manifestações artísticas e a música eletrônica conferem potência cultural, ao integrar o tradicional com o contemporâneo,

na opinião de Isac Filho, da Adepe. “Acredito que dá para frisar mais isso, essa capacidade de misturar, pensando novas formas de coexistir olhando para o futuro” (Filho, I., 2023).

Do ponto de vista de organização do Festival, um elemento social forte é a integração dos coquistas, assim como o engajamento da equipe do Sesc. O orçamento da instituição para a iniciativa, a adesão de parceiros da classe artísticas da cidade e o apoio dos órgãos públicos e da iniciativa privada, ainda que de forma tímida, também contribuem para o projeto e, conseqüentemente, para o desenvolvimento local.

Os fatores relevantes para a economia são as oportunidades que o artesanato e a moda podem gerar a esse segmento, pois existem muitos artesãos e fabricos de roupa na região. O hoteleiro Rodrigo Henrique Sousa de Araújo elucida que “o Festival está dando uma grande oportunidade de visibilidade para a cultura e os artesãos locais e isso tende a crescer. Acredito que isso é o principal potencial do projeto: fazer esse movimento crescer e ganhar força com o tempo” (De Araújo, R.H.S, 2023). Também há benefício para o turismo, com a *Rota dos Cocos*, e para a gastronomia, com a *Cena Gastrô* voltada aos bares e restaurantes da cidade.

7.2. Dificuldades relatadas

Em três anos, o Festival demonstra suas potências e impactos para o desenvolvimento local. Contudo, apresenta fragilidade orçamentária para as próximas edições. A questão da sustentabilidade econômico-financeira foi, inclusive, colocada como o maior desafio por praticamente todos os entrevistados para este trabalho.

Na visão de Sidney Almeida, da Fundação Itaú Cultural, “o orçamento é sempre o vilão para manter o projeto, remunerando todas as pessoas envolvidas e mantendo a qualidade (Almeida, S. 2023). O vice-presidente do Cocar, Kléber Araújo, percebeu a dificuldade financeira para a realização da terceira edição. “O Festival foi lindo, é um evento que a sociedade já espera, já tem a consolidação no calendário da cidade, mas um aporte maior de recursos seria desejável” (Araújo, K., 2023).

O secretário-executivo de Cultura, Leonardo Salazar, traz ainda o desafio da descontinuidade do projeto se houver alteração de diretrizes no Sesc, haja vista que a instituição, assim como prefeituras e governo do estado, tem eleição a cada quatro anos para presidência, podendo impactar nos cargos de alta gestão. “O desafio é superar essa dificuldade, garantindo que todo o Sesc abrace e, se porventura, um diretor quiser descontinuar, a instituição, os colaboradores e a cidade não permitam” (Salazar, L., 2023). No âmbito da política partidária, o

secretário de Turismo, Pedro Brandão, enxerga o período das eleições municipais como um ponto de atenção para o projeto.

A divulgação do projeto foi outro tema com baixa avaliação por parte dos participantes. Muitos não sabiam do evento no Recife e sentiram falta de uma divulgação regional – quiçá nacional – com maior antecedência para facilitar a organização para o transporte até Arcoverde, já que a cidade é distante do Recife, bem como efetuar reserva de hotel. Também se ressentiram de outras formas de divulgação que não nas redes sociais, como mídia impressa, carro de som pela periferia de Arcoverde e articulações para trazer a mídia de fora de Arcoverde.

Além das questões econômico-financeiras, políticas e de comunicação, os entrevistados pontuaram os seguintes desafios para o Festival: desenvolvimento dos sambas de coco enquanto negócio cultural; compreensão dos coquistas sobre seu papel no projeto; entendimento da população sobre o conceito de economia criativa; quantidade, qualidade e participação dos públicos-alvo das/nas formações ao longo do projeto; necessidades de qualificação do artesanato, da gastronomia, do desfile de moda e da rodada de negócios; produção da programação; implicações artísticas e culturais; infraestrutura da cidade e do evento; articulações para a realização do festival; sistematização da Rota dos Cocos e mensuração dos impactos do festival por parte da organização do evento.

O hoteleiro Rodrigo Henrique Sousa Araújo destaca como desafio para o Festival manter os coquistas nessa cultura de tradição, pois muitos deles têm outras formas de sobrevivência que não o coco, ficando sem estímulos para prosseguir com o folgado. Augusto César Dantas, da TVU, entende que há também uma dificuldade intergeracional, já que os mestres idosos conseguem compreender seus negócios na perspectiva da economia criativa, faltando inclusive experiência de ordem mais burocrática para seu desenvolvimento, do ponto de vista jurídico e contábil, por exemplo.

Integrante do Coco Trupé, Edeuton Barros, diz que o projeto propiciou a melhoria da visão do grupo sobre seu negócio cultural, mas que eles ainda não conseguem empreender:

(O Festival) melhorou a visão geral de ter um produto, de divulgar e comercializar esse produto. A gente sabe que o potencial do Coco Trupé é grandioso, só que a gente ainda não está sabendo como vendê-lo, como divulgá-lo, como aproveitar o Coco Trupé para que os integrantes tenham uma renda. Não é uma renda de um show todo mês, é ganhar dinheiro todos os meses explorando a marca do Coco Trupé. O que falta a gente é isso; é ter produtos para comercializar. E isso a gente veio começar a ver depois das oficinas que a gente aprendeu no Sesc. Esse exercício, essa observação que para a gente muitas vezes é difícil. Existe o artista, o coquista, mas a gente tem que saber unificar o artista e o empreendedor. E dizer assim: eu sou artista e eu sei vender o meu produto. A gente começou a enxergar (com o Festival) o que em anos a

gente não via. A gente tinha a pergunta e não tinha a resposta. Agora, a gente tem a pergunta, tem a resposta, só falta a ação. (Barros, E., 2023)

Rita Marize traz sua perspectiva sobre a relação dos integrantes do samba de coco com o Festival:

Acho que os grupos precisam entender o papel deles no projeto de forma mais ampliada. Acho que eles devem entrar com mais ênfase no começo, meio e fim, e há um esforço (do Sesc) para ser dessa forma. Nesse ano (2023), vi menos gente envolvida dos grupos do que no ano passado. E isso é um fator muito importante, de engajamento e de entendimento do processo, de entender que é um projeto partilhado. Isso faz uma diferença. Ainda não há o ‘abraço’ completo desse Festival, que é ‘nosso’, e não do Sesc. (Marize, R., 2023).

Como o projeto visa ao desenvolvimento local, não se trabalha apenas a perspectiva da sustentabilidade econômica, como bem afirma Rita Marize.

Discutimos a sustentabilidade em diversas dimensões. A economia é um campo de estudo das possibilidades. Com o projeto, abre-se uma porta também nesse campo de entendimento do que é desenvolvimento, o que é economia e como também é essa sustentabilidade, de abrir o pensamento e compreender que é uma possibilidade de perpetuação da própria cultura. (Marize, R., 2023).

Porém, a gestora complementa que falta uma maior compreensão sobre a proposta do projeto e da sustentabilidade também ocorre por parte dos setores não-culturais. “É ter discernimento de que aquele negócio (o Festival) está rodando e pode ser melhorado se eu chegar junto” (Marize, R., 2023). Já a secretária de Desenvolvimento Econômico do município, Janice Soares, fala da dificuldade do entendimento do conceito de economia criativa por parte dos artistas e da cidade:

Enxergo como desafio fazer as pessoas conhecerem o que é economia criativa, porque, às vezes, a gente acha que é só comércio informal, algo por aí. A economia criativa é uma coisa nova na sociedade e que tem uma força muito grande. O tema precisa ser mais levado às escolas, às associações, ao comércio. Nós, atores públicos, precisamos entender mais o que é economia criativa para valorizar, reconhecer. Aqui, a gente tem a Feira do Empreendedor de Arcoverde e o segmento que estamos vivenciando é de doces e artesanato. É impressionante como elas (as artesãs) têm o poder de gerar renda com sua arte. Elas vendem na feira não só o produto físico acabado, mas aceitam encomenda, fazem a publicidade, ganham seguidores nas redes sociais. Em contrapartida, a prefeitura tem várias ações para capacitá-las. Recentemente, fizemos uma parceria com o Senac para trazer um curso de precificação e estamos trazendo uma formação de poder de vendas nas redes sociais. (Soares, J., 2023).

Um ponto crítico apontado por muitos dos entrevistados foi justamente a falta de formação dos artesãos para garantir qualidade, quantidade e diversidade na oferta dos produtos levados para o *Giro Criativo*, além de registro de MEI para conseguirem mais oportunidades. Águida Cardeal, gerente do Sesc Arcoverde, relata como uma fraqueza a dificuldade em formar e organizar o artesanato na feira.

Josenilda de Souza Chaves, coordenadora de Lojas e Captação da Diretoria de Economia Criativa da Adepe, recorda-se de que não encontrou diversidade na feira, que o artesanato não faz referência a elementos locais. O mesmo se refere à culinária. “Vi uma comida longe de casar com a cultura local” (Chaves, J.S, 2023).

Fragilidades nesse contexto foram pontuadas pelo gerente de Cultura do Sesc PE, Rudimar Constâncio, em relação ao desfile de moda, que retrocedeu no conceito de diversidade e inclusão ao trocar o protagonismo na passarela de pessoas gordas e pretas por pessoas magras e brancas; e por Verônica Ribeiro, do Sebrae, pelas peças não traços de moda autoral.

Tratando da questão as formações para melhorar os resultados, a organização do Festival pontua como desafios encontrar temas a serem trabalhados, contratar profissionais qualificados para mediar esse processo e fazer a articulação dos diversos atores, não só os coquistas, que já estão se reunindo todo mês, mas também os empresários do comércio, para participarem das capacitações.

Sobre a rodada de negócios, os participantes sentiram falta de mais artistas, inclusive do coco, já que não foram representantes dos sete grupos, além de pouco material de divulgação dos trabalhos para contratação.

No âmbito da programação, Izaías Trajano Neto nota a necessidade de ter uma produção mais robusta, desenvolvida com mais antecedência, para evitar lugares comuns no projeto, assemelhando-o a festas de rua como São João e Carnaval. E comenta:

Nossa proposta é promover diálogos entre os cocos e os artistas de fora que se apresentam no Festival. Fizemos uma oficina dos grupos de samba de coco com o maestro Spok (na terceira edição). Queríamos fazer com Petrucio Amorim, Cezzinha, Lirinha, mas por questões burocráticas de não conseguir fechar processos em tempo hábil, não conseguimos. Proporcionar esse contato, essa troca, fortalece as expressões culturais. Quando a população vê um artista de samba de coco, que é feirante, que compra a fruta dele, de repente naquele lugar de destaque com um artista bem posicionado, traz uma chancela para quem é da cidade. (Trajano Neto, I., 2023).

Para Maria Carolina Fescina, coordenadora cultural do Sesc Minas Gerais, o maior desafio no âmbito da programação é que o Festival continue se revisitando, levando sempre

convidados de outros lugares de modo que confluem com os sambas de coco locais e que estes estejam, permanentemente, trazendo elementos para algum deslocamento, de modo a não ter o mesmo show de coco todo ano.

Na opinião de Djaelton Quirino, produtor cultural de Arcoverde, “talvez o maior desafio seja manter o projeto orgânico, que dialogue com os artistas locais, pois faltou aprofundar as relações com outros coletivos” (Quirino, D., 2023). A ausência de outros atores locais, que não artistas, mas que poderiam contribuir, como faculdades e universidades também foi notada.

Observando a operação do Festival na rua, houve insatisfações quanto ao tempo disponibilizados entre as ações, horários dos shows, que poderiam ser mais cedo; falta de pessoas para orientar os turistas, bem como realizar pesquisas de satisfação com eles e demais visitantes locais; na infraestrutura, identificam pouca iluminação do local, ausência de sinalização dos espaços e de informações visíveis sobre a programação; quantidade insuficiente de mesas e cadeiras na área dos quiosques de alimentação e bebida, com atraso na liberação de seu funcionamento para o público; poucos espaços para descanso, já que foram vistos muitos idosos na praça; funcionamento de máquinas de cartão de crédito e de pix para os pagamentos na feira *Giro Criativo* e pouco preparo em atendimento ao público nas vendas.

Além da praça, identificaram dificuldade com transporte para quem era de fora e alguns hotéis não tinha a infraestrutura adequada para receber os visitantes do Festival. Ainda no quesito turístico, Eduardo Espinhara, supervisor cultural do Sesc Arcoverde, diz que um dos cerne do projeto, que é a Rota dos Cocos, precisa realmente ser ativado. “Não sei como a gente ainda vai fazer, mas a gente precisa que ativar essa rota o ano inteiro em Arcoverde” (Espinhabara, E., 2023).

Analisando a gestão do Festival, Rita Marize diz: “o monitoramento é difícil, é complexo, mas precisamos ter uma sistematização e uma ênfase muito grande nisso, porque é o que faz sustentar a base do conceito, do orçamento. Por exemplo, eu sinto falta de dados de impactos. Precisamos andar um pouquinho nisso” (Marize, R., 2023). A mensuração dos impactos é peça-chave para a sustentabilidade do projeto, pois proporciona uma visão de longo prazo.

7.3. Sugestões de aperfeiçoamento

Com o objetivo de contribuir com o aperfeiçoamento do Festival, os entrevistados fizeram algumas proposições. Os coquistas sugeriram descentralizar as ações antes do projeto, numa espécie de pré-festival com ações nas comunidades, inclusive de saúde e de prevenção de violência contra a mulher e apresentações de coco. A ampliação do raio de atuação durante a própria culminância, para atingir as periferias e outros artistas, foi a sugestão de Kléber Araújo

e Djaelton Quirino. Ainda na questão da abrangência, mas com outros públicos, mencionaram articulação com as faculdades locais e estudantes.

Os entrevistados trouxeram a sugestão de criar um plano de marketing específico para o projeto, buscando trazer mais turistas para a cidade, para participar do Festival e da Rota dos Cocos, bem como investir mais na divulgação interna na cidade, por vários canais de comunicação, não só o digital, rádios ou outdoor na cidade, como foi nas edições anteriores.

Para a abertura do Festival, foi proposto que haja um fato social marcante para a comunidade, celebrando a cultura popular, em vez de algo mais institucional. Sobre as ações na culminância, houve ainda proposições que se referiram à adequação de horários das ações e apresentações artísticas, para que nas próximas edições ocorram com menos intensidade e em turnos que contemplem todos os públicos, incluindo os idosos.

Os grupos de samba de coco também fizeram proposições focadas nas apresentações durante a culminância. Foram elas: providenciar acessibilidade do palco para os integrantes idosos; melhorar o tamanho e a qualidade do camarim; evitar atrasos na montagem do palco e na passagem de som, cumprir os horários das apresentações e promover ajustes de programação para atender melhor os artistas e o público.

Outro pleito das pessoas que deram depoimentos para este trabalho foi que a programação possa ocorrer em mais lugares que não dentro do Sesc e que as mesas redondas e debates envolvam pessoas não só de fora da cidade, mas também da comunidade, para que os arcoverdenses se sintam contemplados e possam participar mais ativamente, como ocorreu no lançamento sobre a cultura popular do município, escrito por Márcia Moura, professora da cidade.

Com foco estrito na economia criativa, sugere-se preparar o ambiente para este mercado ao longo do ano, para que os artistas cheguem mais bem preparados para a rodada de negócios. Também oportunizar formações nessa área durante o festival e mais trocas com *players* do mercado da música, como exemplifica Cleusa Lopez:

Pode-se pensar em levar ao Festival para fazer uma imersão na cultura popular algumas empresas que fazem venda de música brasileira para fora do Brasil. Há profissionais no ramo que buscam as músicas para fazer a sincronização com filmes, novelas, séries, para essas trilhas especiais. E as possibilidades de sincronização dos artistas regionais com isso são imensas porque os gringos amam música brasileira. Também é uma maneira de divulgar o artista e o conteúdo. (Lopez, C., 2023)

Ainda na rodada de negócios, Verônica Ribeiro sugere envolver o mercado da moda. “Trazer os *players* do mercado para a rodada. Identificar quem tem interesse e que trabalha no estado e fora do estado promovendo esses grupos de cultura para participar, porque dá maior visibilidade e condições para eles terem resultado” (Ribeiro, V., 2023). Ela explica que é preciso amadurecer o *Veste Cena* contratando estilistas que podem garantir um resultado de moda autoral.

Para Isac Filho, seria interessante convidar os espaços de inovação do Grande Recife e de outras regiões de Pernambuco para participarem desse momento, de modo a contribuir com as trocas e fortalecimento do ecossistema criativo. Já Sidney Almeida sugere que se faça uma parceria com o Instituto Portugal, a exemplo do que faz a Fundação Casa Grande no Ceará, levando meninos e meninas para se profissionalizarem no ramo da arte e da economia criativa no exterior.

Com relação ao *Giro Criativo*, vários entrevistados disseram ser importante investir na formação dos artesãos para que elaborem material de melhor qualidade e em quantidade suficiente para comercializar durante a feira. Sugerem incluir as comunidades rurais nesta dimensão da economia criativa, com apoio de instituições como Serviço de Tecnologia Alternativa (Serta). Frisam a importância de se trazer uma identidade local para o artesanato e, na feira, harmonizar as peças, fazendo com que um estande dialogue com o outro, num investimento curatorial mais efetivo (Cardeal, A., 2023; Chaves, J. S., 2023). Janice Soares argumenta sobre o assunto:

Acho o festival muito positivo e a gente deveria buscar agregar mais atores, de artesanato, da música, da cultura, temos uma expressão muito forte e precisamos buscar e fortalecer essas pessoas. Tirar do foco que é uma feirinha (*Giro Criativo*), não! É um festival para você ir lá mostrar seu potencial econômico para trazer para a cultura a força econômica que a cultura tem. (Soares, J. 2023).

No intuito de colaborar com a *Cena Gastrô*, Águida Cardeal menciona a contratação de uma consultoria que traga o olhar mais voltado para a base alimentar sertaneja, de modo a construir, assim como o artesanato, uma identidade local, fortalecendo a iconografia do território. Ela também vai em busca de novos bares e restaurantes para fortalecer a ação em 2024.

7.4. Planejar para perseguir a longevidade

Buscando garantir a longevidade do projeto, o Sesc PE pode lançar mão de um Planejamento Estratégico com perspectiva de médio prazo, pontuando sua missão, visão, valores, analisando as forças, as fraquezas, as oportunidades e as ameaças ao projeto, determinar objetivos, indicadores, metas, ações, prazos e responsáveis no âmbito do Sesc e dos parceiros diretos para sua execução. O planejamento buscou fazer uma adaptação do que apontam Chiavenato e Sapiro (2004) para as empresas.

O planejamento estratégico está relacionado com os objetivos estratégicos de médio e longo prazo que afetam a direção e a viabilidade da empresa. (...) O planejamento deve maximizar os resultados e minimizar as deficiências utilizando os princípios de maior eficiência, eficácia e efetividade. (CHIAVENATO & SAPIRO, 2004, p. 39)

A presente dissertação apresenta um planejamento como produto de intervenção, haja vista que atuar sem visão estratégica pode comprometer a viabilidade do projeto em alguns anos e, conseqüentemente, parar todo um esforço voltado ao desenvolvimento local. Apesar do esforço institucional privado, Tauk Santos (2016) elenca outros elementos necessários para um desenvolvimento local sustentável:

Para se tornar sustentável, o desenvolvimento local deve mobilizar e explorar os recursos e contribuir para levar as oportunidades sociais e a competitividade da economia local e assegurar a conservação dos recursos naturais, condição indispensável à qualidade de vida das populações locais. (Tauk Santos, M.S., 2016, p. 81)

E continua:

Além disso, o desenvolvimento local requer mudanças institucionais no sentido de otimizar a governança das instituições públicas locais que possibilitem investimentos sociais estratégicos para a localidade. A construção de desenvolvimento local sustentável exige, portanto, como assinala Buarque, a combinação de três condições essenciais: a qualidade de vida da população local, redução de pobreza, geração e distribuição de riqueza; a eficiência econômica agregando valor à cadeia produtiva; e a gestão pública eficiente. (Tauk Santos, M.S., 2016, p. 81)

Dada a explanação da autora, é fundamental a adesão de novos parceiros públicos e privados à iniciativa e a maior contribuição de atores já fidelizados, seja com apoio institucional

e contrapartidas econômica e financeira, para poder crescer como vislumbram artistas e o comércio local. Leonardo Salazar afirmou que o estado vai contar com aportes da Lei Aldir Blanc 2 que pode beneficiar o projeto. Cleusa Lopez lançou ideias de parcerias com a iniciativa privada:

A organização do Festival poderia convidar empresas como Avon, Natura, ou um banco, como a Fundação Bradesco e a Fundação Santander, que têm essa preocupação sociocultural, para conhecer o projeto porque, se conseguisse uma empresa desse tamanho para apoiar o evento, poderia ajudar a elevá-lo a outro patamar de visibilidade. (Lopez, C., 2023).

Ainda na perspectiva da consolidação do Festival em prol de perseguir esse desenvolvimento local, os entrevistados trouxeram a sugestão de elaborar o inventário do samba de coco de Arcoverde para dar entrada no Iphan como Patrimônio Imaterial e referenciá-lo pelas políticas públicas culturais vigentes à expansão do projeto além do território arcoverdense.

Mesmo sem ter sustentabilidade garantida, Maria Carolina Fescina acredita que a iniciativa pode ser expandida para outros lugares. Sobre isso, argumenta: “esse festival é uma política, pois tem uma construção muito sólida. Não é só uma festa, é uma ação ao longo do ano, com os artistas, com os mestres. Por isso, pode se alastrar em Pernambuco e até no País” (Fescina, M.C., 2023).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta dissertação analisou como o Festival Sesc PE de Economia Criativa: Na Pisada dos Cocos do Nordeste colabora com o desenvolvimento local por meio da cultura popular do samba de coco. Para isso, identificou impactos culturais, sociais e econômicos do projeto, organizado pelo Sesc PE em parceria com o Sebrae PE e instituições públicas e privadas.

O presente estudo de caso, que foi desenvolvido durante o Mestrado em Indústrias Criativas da Unicap, fundamentou-se em teorias de cultura, cultura popular, políticas culturais, indústrias criativas, desenvolvimento local e comunicação e planejamento estratégico. O trabalho contemplou 40 entrevistas, observação de campo e análise de dados.

Antes de analisar o festival, a presente dissertação discorreu sobre o samba de coco e seu contexto dentro da cidade de Arcoverde. Foram estabelecidas correlações sobre as culturas populares e as indústrias criativas, pontuando a fragilidade desse segmento diante das demais áreas criativas.

Buscou-se traçar um panorama da cultura no Brasil e das culturas populares, apontando o descaso com a área e, principalmente, com o ocaso das tradições populares dos rincões do País. Mergulhando no samba de coco, foram apresentadas as origens do folguedo e suas transformações ao longo do tempo, desde a brincadeira inicial de pisada no barro até a influência das tecnologias digitais, trazendo essa cultura de tradição para um contexto contemporâneo.

Sobre a presença do ritmo no universo digital, houve o detalhamento da participação dos seis grupos de samba de coco alvo desta pesquisa na plataforma *streaming* do *Spotify* e nas redes sociais do *Instagram* e do *Youtube*. No dessecamento das informações, foram apresentadas as soluções dos coquistas para lidar com os desafios digitais, permanecendo com a tradição, sem deixar de navegar em novos cenários.

Ao adentrar no Festival, fez-se um relato minucioso de cada edição. Como constatação do estudo, observou-se que o projeto começou e continuou pautado no diálogo permanente com os sete grupos de samba de coco existentes na cidade, de modo a construir com eles todo o processo que envolveria não só os coquistas, mas também outros atores culturais da cidade, o ecossistema criativo da região e os entes públicos e privados.

A iniciativa subdividiu-se, em linhas gerais, em eixos de formação, o Festival e a Rota dos Cocos voltada ao turismo. A trilha formativa envolveu qualificações técnicas para o aperfeiçoamento artístico e de empreendedorismo tanto para os coquistas quanto para os demais públicos-alvo do projeto. Na parte da culminância, houve ações formativas como palestras, mesas redondas, entre outros, exposições, feira de artesanato, desfile de moda, rodada de

negócios criativos, articulação com os bares e restaurantes para uma cena gastronômica e os espetáculos musicais em sua maioria gratuitos na cidade.

A pesquisa constatou também que o projeto conseguiu atingir os objetivos de gerar empregos, fortalecer a economia local, promover a autonomia dos negócios, fortalecer a formação de redes, proporcionar formação continuada, permitir a diversidade e a inclusão de pessoas, gêneros e classes sociais e fortalecer o sentimento de pertença dos munícipes, incluindo criativos, sociedade, poder público e instituições (Sesc, p. 15, 2022).

Devido ao seu êxito institucional para o Sesc PE, o Festival serviu de base para a implantação de uma rede no Sesc PE, denominada HUB PE Criativo, envolvendo sete territórios do estado. O projeto passou a ter mais recursos do Sebrae PE e mudou de patamar de realização.

Dessa forma, o presente estudo identifica que as três edições do Festival colaboraram para o desenvolvimento local, seguindo a linha de pensamento de Jara (2001), de que a sociedade precisa de um outro tipo de desenvolvimento:

Chegamos a um estágio civilizatório insustentável e somos desafiados a formular outro tipo de desenvolvimento: endógeno; orientado para as necessidades humanas; harmônico com a natureza; socialmente solidário; politicamente participativo; respeitoso aos direitos humanos e aos valores culturais - um desenvolvimento bonito, espiritualmente livre, economicamente saudável. (Jara, C.J., 2001, p. 67)

Após três edições, a presente pesquisa verificou que os coquistas sofreram vários impactos culturais, sociais e econômicos. O primeiro e mais importante deles foi o social, com a união estabelecida entre os grupos, que antes tinham uma relação conflituosa. Algumas arestas continuam, mas não impedem o continuar do projeto visando a um bem coletivo. Se não houvesse o engajamento, não teria projeto.

Como prova da integração, os artistas cumpriram os calendários de ensaios abertos, sambadas, festas de aniversário e festivais, combinando entre eles para acontecer ao longo de cada ano, de modo a manter a frequência de apresentações ao público, estimulando a difusão dessa cultura popular e sua preservação, além da atração de turistas, o que ainda não ocorre com frequência. O respeito mútuo também se apresenta quando eles participam das apresentações uns dos outros, como forma de reconhecimento da diferença e da importância do outro.

Na identificação dos impactos culturais do projeto sobre o território, é notório que houve um maior conhecimento dos sambas de coco, bem como um reconhecimento dessa cultura popular. Pontuou-se a redução do preconceito com o ritmo, com maior apreciação por parte da comunidade, que agora se integra aos ensaios e participa do Festival, provocando aumento da

autoestima dos grupos e fortalece o sentimento de pertença dessa cultura de tradição por parte da população. Um reflexo da aproximação da comunidade da cultura de tradição vem com maior interesse dos jovens pelo ritmo e a participação de famílias e idosos do Festival.

Como impactos econômicos, o estudo destaca que, devido ao Festival, os sambas de coco iniciaram o entendimento sobre economia criativa e se enxergaram como negócios culturais, porém, nem todos os grupos avançaram em busca desse propósito. O grupo mais recente, Fulô do Barro, foi o que apresentou melhor aproveitamento do projeto, em todas as vertentes: de qualificação artística, a visibilidade, gestão do grupo, frequência de shows a aumento de cachê e derivações de negócios de modo a sistematizar a fonte de renda do grupo. Entretanto, o volume de recursos ainda não é suficiente para sobreviver da própria arte.

O Coco Raízes de Arcoverde, devido à sua tradição, despontou como maior beneficiado da iniciativa em termos de circulação para shows, bem como conseguiu evoluir com a sua gestão. O Coco das Irmãs Lopes vem se pautando na tradição, com avanços dos conceitos de negócios. Para o Coco Trupé, a evolução foi mínima nesta perspectiva, em reconhecimento do próprio grupo, pois alegam que tiveram as oportunidades oferecidas. No caso do Pisada Segura, percebe-se um menor envolvimento no projeto, assim como o Quebra Coco Aliança, este último desde o princípio do estudo demonstrou um interesse mais amador pelo samba de coco do que por sua profissionalização.

Além de analisar a evolução dos coquistas enquanto empreendedores do seu território, buscou-se enxergar sua correlação com o projeto. O presente trabalho aponta que, embora os mesmos sejam os protagonistas do Festival, não se enxergam em algumas situações como corresponsáveis por ele e, conseqüentemente, como atores-chave para o desenvolvimento do território por meio desta iniciativa. A percepção sobre a cultura popular como vetor de desenvolvimento local é mais percebida por atores externos do que por eles próprios.

Na observação dos impactos para outros criativos, houve o envolvimento com os atores de múltiplas linguagens e coletivos culturais. Todavia, eles pedem um maior aprofundamento nos próximos festivais. Os artesãos foram beneficiados com a iniciativa, carecendo, contudo, de um trabalho mais identitário e formações sobre mercado.

Outro enriquecimento fruto do projeto foram as trocas entre os artistas e o intercâmbio dos ritmos, afora as possibilidades de circulação proporcionadas pelas rodadas de negócios, bem como de novos desdobramentos de renda, quando foram apresentadas perspectivas do mercado da música, por exemplo, ou com a Rota dos Cocos, aposta de turismo criativo que ainda precisa se aperfeiçoar e deslançar, seja com o suporte do Sesc ou dos agentes de viagem locais que participaram da ação e demonstraram interesse de colaborar com os grupos tanto do ponto de

vista de profissionalização para atender a demanda quanto levar turistas para conhecer os museus e sedes dos sambas de coco.

Para o comércio de bens, serviços e turismo, o setor de hotelaria beneficiou-se com o Festival, aumentando sua taxa de ocupação. Os envolvidos no *Giro Criativo* e na *Cena Gastrô* também trouxeram para a pesquisadora relatos de impactos positivos sobre seus negócios. Os apoiadores institucionais, por sua vez, apostam no fortalecimento da marca do projeto e conseqüentemente, em melhores resultados econômicos para a cidade no período.

O presente estudo também elencou as deficiências e uma série de sugestões de melhorias para o Festival, no intuito de colaborar com seu aperfeiçoamento de suas próximas edições. Numa visão de futuro, frisa que o grande desafio do projeto é a sustentabilidade econômico-financeira, algo reconhecido por todos os entrevistados e percebido ao analisar os dados da iniciativa. Como proposição de apoio à iniciativa, esta dissertação traz como produto de intervenção o Planejamento Estratégico do Festival de médio prazo (Apêndices), o qual apresenta eixos cultural, social, econômico, de sustentabilidade e gestão para melhorar a performance do projeto, o que pode contribuir para ir em busca de parceiros públicos e privados, comprovando a eficácia da iniciativa enquanto projeto de desenvolvimento local.

Por fim, esta dissertação espera contribuir com o Festival para que o projeto consiga evoluir na mudança de território, por meio da cultura popular, podendo servir de inspiração para outros contextos e lugares. Contudo, entende-se que este trabalho – com vários pontos de melhoria a serem apontados organicamente em um processo de construção coletiva – não exaure, de forma alguma, as possibilidades, apontando apenas um caminho a ser percorrido em caso de ações similares em outras localidades.

7. REFERÊNCIAS

7.1 CITADAS

ABIB, P.R.J. **Cultura Popular e Contemporaneidade. Em Patrimônio e Memória** - ISSN - 1808-1967. São Paulo, Unespyr, v. 11, n.2, p. 102-122, julho-dezembro, 2015.

ALBOREDA, S; NOGUEIRA, J.L.V. **As ressignificações das relações sociais através da festa e da alegria: o samba de coco Raízes de Arcoverde.** Algazarra (São Paulo, Online), n. 5, p. 37-52, nov. 2017.

ALMEIDA, M. **Brincadeira e arte: patrimônio, formação cultural e samba de coco em Pernambuco.** Orientador: Roberto Luís Torres Conduru. – Rio de Janeiro, 2011. 212 f.: il. Tese (Doutorado em Educação) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Faculdade de Educação, 2011.

ALMEIDA, L. **Turismo Criativo: uma viagem por culturas, encontros e experiências.** Rio de Janeiro: Bambual Editora, 2021.

ANPM. **Pesquisa realizada pela ONU aponta os 50 melhores municípios brasileiros para morar.** Publicado em 20 de janeiro de 2014. Como visto em <<https://anpm.com.br/noticias/pesquisa-realizada-pela-onu-aponta-os-50-melhores-municipios-brasileiros-para-morar>> Acesso em 10/2/2024.

ARCOVERDE (PE). **Lei Ordinária nº 2.681, de 22 de junho de 2023**

BENDASSOLLI, P. F. et. al. **Indústrias Criativas: definição, limites e possibilidades,** Revista de Economia e Administração – RAE, jan./mar., n. 1, v. 49, São Paulo, 2009 a. Disponível em: < <http://www.scielo.br/pdf/rae/v49n1/v49n1a03.pdf>>. Acesso em: 10 Jan 2022.

BARBOSA, J.F.A; TAUKE SANTOS, M.S. **Comunicação, Economia Criativa e Desenvolvimento Local: A experiência do ‘Núcleo de Comunicação Bombando Cidadania’.** Revista Brasileira de Ciências da Comunicação (Intercom). São Paulo, v.8, n. 2, julho/dezembro 2015.

CALABRE, L. **Uma década do programa Cultura Viva: reflexões e balanços** in.: Escritos sobre Políticas Culturais. Fundação Casa Rui Barbosa, Rio de Janeiro, 2019. 218 p.

CANCLINI, N.G. **As culturas populares e o capitalismo.** São Paulo: Editora Brasiliense, 1983.

CARVALHO, R.V. **A decolonialidade de raça e gênero do samba de coco Irmãs Lopes de Arcoverde-PE.** In: Revista África e Africanidades, Ano XIV – Ed. 38, Maio de 2021 – ISSN: 1983-2354 <http://www.africaeaficanidades.com.br>. DOI: 10.46696/issn1983-2354.raa.2021v14n38.dossieartefatos2020.p133-146

CHIAVENATO, I., SAPIRO, A. **Planejamento Estratégico – Fundamentos e Aplicações.** Rio de Janeiro: 13ª edição, Editora Campus, 2004.

CULTURA PE. **Galo Preto**. Como visto em <<https://www.cultura.pe.gov.br/pagina/patrimonio-cultural/imaterial/patrimonios-vivos/galo-preto/>>

DUARTE, J.; BARROS, A. (Org). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Editora Atlas, 2ª Edição, 2009.

EMPETUR. **3º Prêmio Pernambuco de Turismo consagrou vencedores no Cais do Sertão**. Publicado em 13 de dezembro de 2022. Como visto em <<https://empetur.pe.gov.br/blog/11-blog/1367-3-premio-pernambuco-de-turismo-consagrou-vencedores-no-cais-do-sertao>>

FIRJAN – Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro. **Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: 2019. Disponível em: <<http://www.firjan.com.br/EconomiaCriativa/pages/default.aspx>> Acesso em: 21 de janeiro de 2022.

FIRJAN – Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro. **Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: 2022. Disponível em: <<https://casafirjan.com.br/pensamento/ambientes-de-inovacao/mapeamento-da-industria-criativa-2022>>. Acesso em: 21 de fevereiro de 2023.

FOLHA DAS CIDADES. **Prefeitura de Arcoverde divulga balanço do São João 2023**. Publicado em 4 de julho de 2023. Como visto em <<https://www.afolhadascidades.com.br/2023/07/prefeitura-de-arcoverde-divulga-balanco.html?m=1>>. Acesso em 10/2/2024

GONZAGA, Vanessa. **Completando 20 anos, Coco Raízes de Arcoverde organiza financiamento coletivo** – Publicado em 12 de abril de 2018. Como visto em <<https://www.brasildefato.com.br/2018/04/12/completando-20-anos-coco-raizes-de-arcoverde-organiza-financiamento-coletivo>> Acesso em 8 de agosto de 2022

HM GOVERNMENT. **Industrial Strategy - Creative Industries Sector Deal**. Londres: 2018. Disponível em <https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/695097/creative-industries-sector-deal-print.pdf>

HOWKINS, J.. **Economia Criativa: como ganhar dinheiro com ideias criativas**. São Paulo: M. Books, 2013.

IBGE. **Arcoverde**. Como visto em <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pe/arcoverde/panorama>>. Acesso em 11/2/2024.

JAMBEIRO, O., FERREIRA, F. **Compreendendo as Indústrias Criativas de Mídia: contribuições da economia política da comunicação**. Revista Comunicação Midiática, América do Norte, sete, jan. 2013. Disponível em: <<http://www2.faac.unesp.br/comunicacaomidiatica/index.php/comunicacaomidiatica/article/view/298/158>>. Acesso em: 10 de janeiro de 2022.

JARA, C.J. **As dimensões intangíveis do desenvolvimento sustentável**. Brasília: Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura (IICA) 2001.

LEITÃO, C.S. et.al. **Indústrias criativas: alternativa de desenvolvimento regional**. Liinc em Revista, v.7, n.2, setembro, p. 538 – 555, Rio de Janeiro, 2011. Disponível em <<http://www.ibict.br/liinc538>>. Acesso em: 19 de fevereiro de 2023.

LEITÃO, C.S. **Criatividade e emancipação na comunidades-rede – Contribuições para uma economia criativa brasileira**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2023.

LIMA, R. V. **Samba de coco de Arcoverde-PE: práticas e representações na construção de um patrimônio cultural (1980-2010)**. Orientadora Edna Maria Matos Antonio. – São Cristóvão, 2018. 102 f.: il. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Federal de Sergipe, 2018.

LISBOA, Vinícius. **Agência Brasil explica: O que é o Sistema S**. Publicado em 21 de setembro de 2020. Como visto em <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-09/agencia-brasil-explica-o-que-e-o-sistema-s>>

LOPES, A. **Encerramento das Olimpíadas terminou ao som do Samba de Coco de Arcoverde e do frevo pernambucano**. - Publicada em 22 de agosto de 2016. Disponível em <<https://www.blogfalando francamente.com/2016/08/encerramento-das-olimpiadas-terminou-ao.html>> Acesso em 14 de julho de 2022.

MIND MINERS. **O que é a Escala Likert** – Como visto em <<https://help.mindminers.com/pt-br/article/o-que-e-a-escala-likert-1bcv6bm>> Acesso em 15/2/2024

OSTROWER, F. **Criatividade e processos de criação**. Petrópolis, RJ: 30ª edição, Vozes, 2014.

PETRAGLIA, Izabel. **Edgar Morin e o Pensamento Complexo**. Publicado em 12 de janeiro de 2022. Como visto em <<https://revistaensinosuperior.com.br/2022/01/12/edgar-morin-e-o-pensamento-complexo/>>

PORTAL DO COMÉRCIO. **O que é o Sistema Comércio?** Como visto em <<https://portaldocomercio.org.br/sistema-cnc/>>

PREFEITURA de Arcoverde. **Arcoverde anuncia a programação festiva do São João 2023**. Publicado em 26 de abril de 2023. Como visto em <<https://www.arcoverde.pe.gov.br/noticias/6614/arcoverde-anuncia-a-programacao-festiva-do-sao-joao-2023#:~:text=De%20acordo%20com%20a%20organiza%C3%A7%C3%A3o,turistas%20e%20excursionistas%2C%20assim%20como>>. Acesso em 10/2/2024.

RESULTADOS DIGITAIS. **Bio do Instagram: confira as melhores dicas e (90) exemplos prontos para usar**. Como visto em <<https://resultadosdigitais.com.br/marketing/bio-do-instagramb>>. Acesso em: 8/8/2022

REIS, M. **Comunicação e Cultura e Mobilização Comunitária**. Curitiba: Aprris Editora, 2018.

RUBIM, A. A. C. **Políticas Culturais no Brasil: tristes tradições, enormes desafios**. In: Políticas culturais no Brasil, Antonio Albino Canelas Rubim & Alexandre Barbalho (Orgs.), EDUFBA, 2007.

SANTOS TAUKE, M.S. **Comunicação para o Desenvolvimento – Redes da Memória**. Recife: Editora do Autor, 2016.

SEBRAE. **Conheça a Análise SWOT** – Publicado em 10 de abril de 2023, como visto em <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/conheca-a-analise-swot,202f64e8feb67810VgnVCM1000001b00320aRCRD>>

_____. **Famtour: investimento que vale a pena**. Publicado em 17 de novembro de 2022. Como visto em <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/famtour-investimento-que-vale-a-pena,505d72b910684810VgnVCM100000d701210aRCRD#:~:text=Famtours%20s%C3%A3o%20viagens%20de%20familiariza%C3%A7%C3%A3o,propriedade%20e%20em%20maior%20volume>>

SEBRAE-PE – Serviço Brasileiro de Apoio aos Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) - Pernambuco. **Negócios, Cultura e Criatividade – Guia para empreender na economia criativa**. Recife: 2015.

SERRÃO, S.; COSTA, R. **Os eventos culturais como promotores do desenvolvimento local: O Caso da Festa do Vinho Madeira**. In: JOURNAL OF TOURISM & DEVELOPMENT. Nº 34. (2020). <https://proa.ua.pt/index.php/rtd/article/view/22357/16231>

SESC – Serviço Social do Comércio. **Política Cultural**. Rio de Janeiro: 2016.

SESC PERNAMBUCO. **Sistema Fecomércio/Sesc/Senac recebe troféus no Prêmio Pernambuco de Turismo**. Publicado em 13 de dezembro de 2022. Como visto em <<https://www.sescpe.org.br/2022/12/13/sistema-fecomercio-sesc-senac-recebe-trofeus-no-premio-pernambuco-de-turismo/>>

STARTSE. **Pitch: O que é e como fazer**. Como visto em <<https://www.startse.com/artigos/pitch-o-que-e-e-como-fazer/>>

TSCHMUCK, P. **The recession in the music industry - a cause analysis**. Music Business Research, 29-Mar-2010. [Online]. Available: <<http://musicbusinessresearch.wordpress.com/2010/03/29/the-recession-in-the-music-industry-a-cause-analysis/>>. Acesso em 03/08/2022.

UNESCO. **Culture 2030 – Indicators**. Paris: 2019. Disponível em <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000371562>

UNESCO. **Indicadores Unesco de Cultura para el Desarrollo – Manual Metodológico**. Paris: 2014. Disponível em https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/iucd_manual_metodologico_1.pdf

7.2 CONSULTADAS

- AGAMBEN, G. **O que é o contemporâneo? E outros ensaios**. Tradução: Vinícius Nicastro Honesko. Editora Argos, Chapecó, 2009.
- ANDERSON, C. **A cauda longa (The Long Tail)**. Tradução: Afonso Celso da Cunha Serra. Rio de Janeiro, Elsevier, 2006. 8ª reimpressão.
- BARBALHO, A. **Políticas Culturais no Brasil: identidade e diversidade sem diferença**. In: Políticas culturais no Brasil, Antonio Albino Canelas Rubim & Alexandre Barbalho (Orgs.), EDUFBA, 2007.
- BEZERRA, J.L. **O samba de coco em Arcoverde-PE: fontes de memórias, construindo identidades**. In: VII Congresso Nacional em Educação. Comunicado. Mestranda do Curso de História da UNICAP - Universidade Católica de Pernambuco, 2021
- BRASIL. **Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014**. Brasília, Ministério da Cultura, 2011. 148 p.
- CAMAROTTI, M. **Resistência e voz: o teatro do povo do Nordeste**. Recife, Artelivro, 2003. 2ª edição.
- CANCLINI, N.G. **Culturas híbridas**. Tradução: Ana Regina Lessa e Heloísa Pezza Cintrão. São Paulo, Universidade de São Paulo, 4ª edição, 2003.
- CASTELLS, M. **Redes de Indignação e Esperança – Movimentos sociais na Internet**. - Tradução: Carlos Alberto Medeiros- Rio de Janeiro: Zahar, 2017.
- CEARÁ. **Plano de Ação Territorial - Distritos e Cidades Criativas do Governo do Ceará**. [S/Data]
- CHAGAS, M. **A poética das casas museus de heróis populares**. In: Revista Mosaico – Volume 2 – Número 4 – 2010.
- CONSTÂNCIO, R. **Teatro e Cultura Popular: Uma Prática Teatral Como Inovação Pedagógica e Cultural no Recife (1960-1964)**. Recife: Editora CEPE, 2017.
- COULDRY, N.; MEJIAS, U. **Colonialismo de datos: repensando la relación de los datos masivos con el sujeto contemporáneo**. Revista Virtualis, v. 10, n. 18 (2019).
- DAMATTA, R. **Treze pontos riscados em torno da cultura popular**. Anuário Antropológico/92. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1994.
- DRUKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor – práticas e princípios**. Tradução Carlos Malferri. São Paulo: Cengage Learning, 2015.
- DOMINGUES, D. **Arte do Século XXI: a humanização das tecnologias**. São Paulo: Editora Unesp, 2003.

ÉPOCA NEGÓCIOS. Streaming da música cresce 32% no Brasil ao seguir tendência global

FREITAS, S.; TARGINO, J.; GRANATO, L. **A política cultural e o governo Bolsonaro**. In: *Brasiliana: Journal for Brazilian Studies*. Vol. 10. No.1 (2021).

GOGONI, R. **O que é Streaming** - Publicado em 2019. Disponível em <tecnoblog.net/responde/o-que-e-streaming/> Acesso em 07/08/2022

HAN, B.C. **Sociedade do Cansaço**. Tradução: Enio Paulo Giachini. Petrópolis, RJ: Ed. Vozes, 2ª edição ampliada, 2017.

IFPI - International Federation of the Phonographic Industry. **GLOBAL MUSIC REPORT STATE OF THE INDUSTRY 2022**. Disponível em: <https://www.ifpi.org/wp-content/uploads/2022/04/IFPI_Global_Music_Report_2022-State_of_the_Industry.pdf>. Acesso em: 2 de agosto de 2022.

LEITE, E. **O fenômeno do empreendedorismo**. São Paulo: Saraiva, 2012.

MOTA NETO, J.C. **Educação popular e pensamento decolonial latino-americano em Paulo Freire e Orlando Fals Borda**. Tese apresentada como requisito obrigatório para obtenção do título de Doutor em Educação pelo Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Federal do Pará, na linha de pesquisa Educação, Cultura e Sociedade, sob orientação da Profª. Drª. Sônia Maria da Silva Araújo. BELÉM-PARÁ. 2015

OLIVEIRA, M. E. **Museus e Desenvolvimento Sustentável**. REVISTA ARA Nº7 PRIMAVERA+VERÃO,2019• GRUPO MUSEU/PATRIMÔNIO FAU-USP <http://www.museupatrimonio.fau.usp.br>. <http://dx.doi.org/10.11606/issn.2525-8354.v7i7p193-220>

PASSOS, L.S. **Novo fluxo da música digital** - Como as plataformas de streaming redefiniram o consumo musical. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação –XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte– Manaus--AM–28a 30/05/2015.

PERUZZO, C.M.K. **Observação participante e pesquisa-ação**. In: DUARTE, J. & BARROS, A. (Org). *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação*. São Paulo: Editora Atlas, 2ª Edição, 2009.

PIRES, M.M. **Distribuição de Música na Cultura Digital**: a relação de artistas autônomos com as plataformas de Streaming. Dissertação de Mestrado em Tecnologias da Inteligência e Design Digital. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, sob orientação do Prof. Dr. Hermes Renato Hildebrand. São Paulo 2017.

REIS, A. C. F. **Marketing Cultural e Financiamento da Cultura**. São Paulo: Thomson Learning Edições, 2006.

RAMOS, T. **Novo EP de Marília Mendonça atinge 3 milhões de Plays no Spotify** - Publicado em 22 de julho de 2022. Disponível em <<https://emails.estadao.com.br/noticias/geral,novo-ep-de-marilia-mendonca-atinge-3-milhoes-de-plays-no-spotify>> Acesso em 09 de agosto de 2022

RODRÍGUEZ, C. et. al. **Estrategias de comunicación para el cambio social**. Quito: Impresores, 2002.

SESC - **Serviço Social do Comércio**. SESC Museus Orgânicos. CEARÁ [S/Data].

SIQUEIRA NETO, M.M.DE. **Uma casa para lembrar: memória e silêncio na preservação da Casa-museu Mestre Vitalino**. Educação patrimonial: diálogos entre escola, museu e cidade / Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan); Organização, Átila Bezerra Tolentino ... [et al.]. – João Pessoa: Iphan, 2014. 116 p.: il.; 30 cm. – (Caderno Temático; 4)

STROPASOLAS, P. **Samba de coco: a história da família que faz do ritmo a própria natureza do Brasil** - Publicado em 1º de agosto de 2022. Disponível em <<https://www.brasildefato.com.br/2022/08/01/samba-de-coco-a-historia-da-familia-que-faz-do-ritmo-a-propria-natureza-do-brasil>> Acesso em 07 de agosto de 2022

TSCHMUCK, P. **The recession in the music industry - a cause analysis**. Music Business Research, 29-Mar-2010. [Online]. Available: <<http://musicbusinessresearch.wordpress.com/2010/03/29/the-recession-in-the-music-industry-a-cause-analysis/>>. Acesso em 03/08/2022.

VARINE, H. **O museu comunitário como processo continuado**. In: Cadernos do CBOM - Ano 27, n. 41 - Museologia Social. Ano 2014.

ZUBOFF, Shoshana. **Big Other: capitalismo de vigilância e perspectivas para uma civilização informacional**. In **Tecnopolíticas de vigilância - perspectivas da margem**. BRUNO, FERNANDA et al (Orgs). Boitempo Editorial. (2019)

Entrevistas:

AGUIAR, J. Entrevista concedida à autora em 23/11/2023.

ALMEIDA, I. Entrevista concedida à autora em 22/11/2023.

ALMEIDA, S. Entrevista concedida à autora em 24/11/2023.

AMARAL, H.S. Entrevista concedida à autora em 23/11/2023.

ARAÚJO, K. Entrevista concedida à autora em 21/11/2023.

DE ARAÚJO, R.H.S. Entrevista concedida à autora em 23/11/2023.

BARROS, E. 2023. Entrevista concedida à autora em 28/11/2023.

BRANDÃO, P. Entrevista concedida à autora em 1º/12/2023.

CALIXTO, A. e Grupo Raízes de Arcoverde. Entrevista concedida à autora em 28/11/2023.

CALIXTO, A. Entrevista concedida à autora em 13/7/2022.

CARDEAL, A. Entrevista concedida à autora em 24/11/2023.

CHAVES, J.S. Entrevista concedida à autora em 23/11/2023.

CONSTÂNCIO, R. Entrevista concedida à autora em 24/11/2023.

DA ROCHA, A.A. Entrevista concedida à autora em 22/11/2023.

DANTAS, C.A. Entrevista concedida à autora em 21/11/2023.

DE OLIVEIRA JÚNIOR, R.C. Entrevista concedida à autora em 22/11/2023.

ESPINHARA, E. Entrevista concedida à autora em 24/11/2023.
FEITOSA, E. Entrevista concedida à autora em 22/11/2023.
FERREIRA, J.P. Entrevista concedida à autora em 16/7/2022.
FERREIRA, J.P. Entrevista concedida à autora em 5/12/2023.
FESCINA, C.M. Entrevista concedida à autora em 21/11/2023.
FILHO, I. Entrevista concedida à autora em 29/11/2023.
LIRA, N.C. Entrevista concedida à autora em 14/7/2022.
LIRA, N.C. Entrevista concedida à autora em 29/11/2023.
LOPES, A.C. Entrevista concedida à autora em 13/7/2022.
LOPES, A.C.; LOPES, W. Entrevista concedida à autora em 28/11/2023.
LOPEZ, C. Entrevista concedida à autora em 23/11/2023.
LOURENÇO, L.R.G.S. Entrevista concedida à autora em 24/11/2023.
MAGALHÃES, P.; SANTANA, T. Entrevista concedida à autora em 23/11/2023.
MARIZE, R. Entrevista concedida à autora em 24/11/2023.
MONTENEGRO, I.M.B. Entrevista concedida à autora em 28/11/2023.
NERY, T. Entrevista concedida à autora em 21/11/2023.
QUIRINO, D. Entrevista concedida à autora em 21/11/2023.
RIBEIRO, V. Entrevista concedida à autora em 21/11/2023.
ROCHA, D. Entrevista concedida à autora em 21/11/2023.
SALAZAR, L. Entrevista concedida à autora em 20/11/2023.
SANTOS, J.E.S., 2023. Entrevista concedida à autora em 28/11/2023.
SILVA, C.G e Grupo Trupé de Arcoverde. Entrevista concedida à autora em 28/11/2023.
SILVA, C.G. Entrevista concedida à autora em 13/7/2022.
SILVA, M.C. Entrevista concedida à autora em 13/7/2022.
SILVA, M.C. Entrevista Concedida à Autora em 29/11/2023.
SOARES, J. Entrevista concedida à autora em 1º/12/2023.
TRAJANO NETO, I. Entrevista concedida à autora em 24/11/2023.

APÊNDICE A – ENTREVISTAS COM GRUPOS DE SAMBA DE COCO 2022

COCO FULÔ DE BARRO – 13/7/2022 – GRAVAÇÃO 11

Entrevistado: Sr. Marcelo

Origem do coco?

Em 1960, teve um movimento de coco muito forte em nossa cidade. Esse movimento, ele é de todos os bairros e deixa um vestígio da cultura popular muito forte. Um dos líderes desse movimento é Ivo Lopes. Ele falece no ano de 1986 e aí a brincadeira que era brincadeira dorme. Eu nasci em 1984, dentro de uma comunidade muito popular, riquíssima de artistas de cultura popular, da manifestação, e vou tendo convívio com esses artistas, com Paulo Preto, com Naldinho, com meus tios que cantam embolada e cantam coco, Vicente Nicolau, Antônio Moura e, quando vou chegando na adolescência, 16 e 17 anos, começa a nascer esse resgate do coco que foi feito com as famílias da cidade. E aí eu já sabia o que era o coco, eu não sabia que era tão gostoso, não participei das caravanas, nem vi, e que era tão aceito na nossa cidade.

Eu não venho dessas famílias, mas conheci mestres que brincavam com eles na comunidade. Esse é o Antônio Moura, que tocou o ganzá compadre de Ivo Lopes, no coco de Arcoverde, ele fazia encontro de reisado. Paulo Preto, que vem da região de Buíque, que mora na nossa comunidade, cantava coco, mas não tocávamos com tamanco, nem instrumentos, era toada, aboio, embolada, e meus tios, Cláudio, pai de Valderlan, de Lalá, que fica cantando toada na mão com o meu pai. Se reuniam para fazer desafio de embolada um com o outro. Eu sei que eu nasci dentro, vou conhecendo o contexto, a história, a riqueza e a importância de fazer esse acervo, vendo que Arcoverde já era esse caldeirão de cultura.

Você formou um grupo, como foi isso?

No ano de 2000, eu não tinha grupo, eu tinha 16 anos. Na escola, eu tinha sempre incentivo. Tinha uma professora de história que ela veio conhecer nossa comunidade, que era muito carente, e que a cultura era um atrativo para tentar segurar os alunos na escola. Eu era muito levado. E ela fazia incentivo. Bora cantar um coco aqui. Eu tinha feito uns pandeiros de lata de doce. Minha mulher diz que eu sou autodidata. Eu toco coco, mas não passei por nenhum mestre do coco. No ano 2000, eu fiz minha primeira música, o Quebra coco, minha velha. Em 2002, eu fui fazer aula de teatro com Paulo Lima, que foi até diretor do Sesc em Arcoverde. Ele fazia aqui na Fundação Terra, e foi quando eu comecei a me engajar no movimento artístico e entender, com o teatro, a importância da musicalidade, que a gente poderia se fortalecer. Em 2004, eu fundei um grupo Quebra Coco, que os meninos falaram que ficou de maior, o Quebra Coco Aliança. E pronto, e

o nome de grupo foi quebra coco por causa dessa música que eu fiz alguns anos atrás. Foi entrando e eu já nasci dentro.

Eu sou fundador do Quebra Coco Aliança. João Paulo entra dois anos ou três anos depois. Eu tenho um jornal de 2003 ou 2004 (LER RECORTE DE JORNAL QUE TIREI FOTO).

Em 2004, a gente fundou o grupo Quebra Coco Aliança, e de lá para cá nunca mais parei de trabalhar o coco. Ajudei a fundar os grupos na cidade. O nosso grupo foi o primeiro grupo fora do eixo da caravana, das famílias. Depois veio outro grupo, o Raízes Negras, o líder do grupo sofreu uma queda e morreu, que era lá na Boa Vista e era Rafael que era o líder. Depois eu fundei o coco da Malhada, com crianças, no ano de 2010, que ficou até 2016. E o Fulô do Barro, em 2016, que estamos hoje.

Você funda os grupos e vai saindo?

Não. O Quebra Coco teve uma mudança no cenário arcoverdense e do grupo, e o mestre Ciço saiu do Coco Raízes e fica só. E ele veio ao nosso grupo e leva quatro ou cinco integrantes que era a base que a gente estava bem-organizada aí isso me deixou assim sem solução. A gente trabalhando desse jeito, a gente tinha música, a gente tinha tudo e o mestre chegou aqui assim, de repente, os meninos apaixonados pelo mestre e pelo coco, começaram a ir para lá e foram gerando ciúme aí eu disse vocês não querem o coco não, isso é para quem quer, porque eles foram achando que os ensaios da gente tinha menos prioridade, aí eu comecei a entender que alguns gostavam mais de capoeira, hoje temos dois mestres de capoeira no grupo. E para vertente de coco não dava muito olhar. Aí percebi isso rápido e disse, rapaz, se for assim, vou correr. Hoje seu Ciço tem Edinelton, que toca o surdo e começou comigo, Fábio, que toca o ganzá e saiu que arrumou um emprego na Celpe, tem Novinho, que canta, e teve o convite para o outro rapaz, Gonçalves, eu vim, saí e fui trabalhar com dona Severina. Saí do grupo. Briguei, mas a gente fez as pazes depois.

Foto do Quebra Coco, eu tinha uns 20 anos e aqui é uma das primeiras formações que teve. Depois entra João Paulo. Aqui sou eu, Aldemir, que está até hoje e filho de Paulo Pedro, esse faleceu – Vo Glan.(Neste momento, estão mostrando uma fotografia para a autora)

Dona Severina me convidou. Fui para casa de Dona Severina. Os meninos bem mais novos, crescendo. Ela queria que eu cantasse. Eu já entendia que não poderia mexer na musicalidade, que eu tinha que ter um jeito de me apresentar. Porque... a música que o Quebra Coco fez a gente leva nossa comunidade já para se diferenciar senão a gente não era visto no cenário e eu entendo que o compositor é o coração que move a linguagem do grupo. Se eu quiser a característica diferente, tem que ser feito de acordo com o que a gente escreve. Particpei do vocal, fui aprendendo, trabalhei com os meninos dela, Erno a Amanda, a cabeça. Fui viajando. Fiquei com

eles de 2010 a 2016. Seis anos. Até hoje ela me vê como um integrante, toda festa que tem, ela me chama, diz: vem Marcelo. Acredito que contribui muito nessa passagem. Na formação dos que agora estão em frente. Essa troca de gratidão e reconhecimento. Cantava com ela as músicas da família. É isso.

E agora, como está no Fulô de Barro? Como foi que começou?

Eu escolhi uma data para a gente dar início que foi o dia 28 que a gente comemorava o Dia do Agricultor. 28 de julho de 2016. Essa data é uma data que é vista como o encerramento do ciclo junino que começa em maio com as novenas e vai até 28 de julho. Então a gente tem 90 dias de festas nesse ciclo, que entra o inverno e a festa da colheita. Uma data especial. Fundei o grupo com minha família, minha menina, minha esposa, dois integrantes do coco da malhada, minha sobrinha que canta comigo, e a gente foi trabalhando, interno, não queria palco não, foi fortalecendo.

E o colega desde o começo?

Ele começou comigo no Quebra Coco, está trazendo os filhos dele para vir aprender. Ontem até comentei com Cícero, lá, Fábio está lá levando os meninos lá para casa, mas a gente não participa do mesmo grupo, mas tem uma relação de afeto, de troca. O mestre diz que o coco é sempre uma família...

Então você está fazendo sua família do coco?

Sim. Digamos assim. Eu não me vejo sem o coco, o coco me escolheu para a vida, o coco me deu oportunidades de ser diferente e de ajudar os outros a encontrar caminhos. Eu tento passar isso para as crianças. Porque a nossa história dentro arte ela se confunde pelas dificuldades financeiras que passamos. Aqui na comunidade, tinha um lixo muito grande e a gente não tinha perspectiva de nada e a arte vem e começa a abrir os olhos e nos ajudar. E hoje eu tento com esse olhar fazer com que os filhos e netos dessas pessoas que passaram pelo que eu passei, consigam enxergar outros horizontes através da arte. OU pelo menos ser uma pessoa crítica que possa saber o que está fazendo e ser responsável pelo próprio ato.

Você começou em 2016, com sua família, como é a estrutura do grupo, quem canta, quem dança, quem compõe?

Hoje no grupo temos Maurício, que é um dos que compõem a música – é integrante do grupo desde o início e meu amigo -, meu sobrinho participa, é percussionista, minha menina é da percussão e do canto, minha esposa é quem faz a parte de decoração, de beleza, de comida, que se envolve. Ela é praticamente quem carrega as peijas da gente, que organiza, e é a principal pessoa para levar o coco. Quem canta, são vários, eu canto, minha menina, Riquelme, a menina Luíza. A gente faz um repertório que todos possam ir para a cena, e ser protagonista e brincar.

O que dança canta, o que toca dança. Todos sabem dançar. Com os tamancos, a gente tenta levar um show para encantar as pessoas. Ao todo, é um grupo grande, 4 pais, pai de Roland e Kelme, a mãe de Hugo e o pai de Hugo. A gente tem um grupo grande, são 23 pessoas, e do nosso grupo a gente nunca tirou nenhum integrante. Precisa se reconhecer. Eles se afastam e a gente vai lá. Agora, são 12 pessoas para fazer o show. Do início até o momento temos seis pessoas. Hoje um coco com 8 pessoas já consegue. A gente leva 12 estourando, dois dividem um microfone.

Quando você começou em 2016 com o atual grupo, que instrumentos vocês utilizavam?

Eu gosto de utilizar o maracá, não para mudar a essência do coco, mas para afirmar que somos multiculturais, porque Arcoverde está situada entre povos originários, povos indígenas. Na nossa pesquisa, a gente vê os povos dançando o toré, o toré para mim é a principal base do coco. A influência maior do coco de Arcoverde é indígena. Hoje eu trago o maracá, de acordo com anos, e com gestões, é que muda as linguagens e dá referência ao nome da cidade. Arcoverde era conhecida como terra do doce, Arcoverde era conhecida como terra do cardeal. Eu vejo que é muito ligada às políticas aos nomes dados às cidades. Hoje é cidade do cardeal e a gente esquece as origens. Por isso a gente traz o maracá para lembrar das nossas raízes indígenas. Se você falar com os mestres, eles colocaram o ganzá, o ganzá é um chocalho. O outro, coloca o pandeiro, o outro coloca um surdo. O nosso coco ao longo do tempo tem essa transformação. Aí eu venho e trago isso que é para fortalecer nossos povos, que é o povo xucuru, que Arcoverde foi uma aldeia, o Kapinawá que dança parecidíssimo com a gente. No trupe que a gente faz. A cadência do nosso coco, abre várias células percussivas.

Então você usa mais instrumentos que os demais?

Em algumas músicas. Por exemplo, numa apresentação da gente, eu preparo um momento indígena, para levar os xucuru, os kapinawá, os atikuns, os pancararu, a gente traz uma música indígena, apresento também o que é o coco, mas o principal da gente é a pegada do coco de Arcoverde, que é o surdo, o ganzá, o triângulo, o pandeiro e o quinto instrumento colocado pela família Calixto que é o tamanco. Às vezes também eu coloco um apito, mocó, um juruti, um apito da rolinha, são os sons que têm no nosso sertão. Um pedaço de osso, a ciência e tecnologia do povo indígena do sertão, para se manter vivo para a caça. A gente traz esse instrumento não para modificar, mas para fortalecer o que existe. Assim que a gente fundou, a gente fez isso. A minha mãe nasceu na Aldeia velha, era a aldeia mãe de uma tribo da região, minha avó, dona Teresinha, é pancararu, da aldeia folha branca. Aí eu trago isso para mostrar a mistura do povo que é. Se você for para a feira de Arcoverde, você vai encontrar os kapinawá, os atikun vendendo feijão, milho, e isso se mistura. Por isso Arcoverde é muito forte culturalmente, essa pluralidade.

Preciso historiar e ver o antes e o depois. Você já fundou fazendo show ou não, do grupo atual para cá?

A gente entra para estudar. Eu sou muito territorialista. Gosto de entender o lugar onde eu estou. A gente disse que precisava representar o catador de material reciclado, moramos em uma área que tem o maior número de catadores. Precisa ver o que é essa linha do trem, essa linha férrea, os nossos anciãos. É o nosso primeiro CD, que é o Pré-Urbano, é o nosso jeito de ser e de fazer. Lançamos no dia 16 de julho de 2021. Foi uma pesquisa interna, a gente se reconhecer e pesquisar a comunidade.

Desde 2004, eu vou entendendo que a gente precisa ter essa singularidade para que a gente seja diferente entre os cocos de nossa cidade. O que é que acontece: o que faz a família Calixto se destacar no coco: a mente do mestre Assis que conversa com o coco. Até então, o repertório era todo das irmãs Lopes, que era o coco de Arcoverde. A família Gomes é a mesma coisa: vai para a cena e começa a fazer o coco de Jackson do Pandeiro. Até para que os três cocos pudessem se diferenciar tocando os mesmos instrumentos, mas quando entrar um ou outro, já saber a diferença. Acho que a diferença entra na composição.

E o figurino, diferencia?

A gente faz com estampas, com chita. No ano passado, fiz com viscose, porque dá uma luz, outro brilho.

Vocês mudam todo ano?

Depende da condição financeira. A gente deu uma parada agora na pandemia. A reverte 70% do que a gente ganha no grupo. Eu tento que a gente esteja sempre com um figurino novo.

Quando vocês se lançaram em 2016 já fizeram shows?

Não, só em 2017. A gente passou um ano se organizando, vendo, se encontrando sábado e domingo, ou dia de semana, ou o grupo todo. A gente gosta de ensaiar por partes, só dança, só percussão, só voz e depois geral, porque fica muito cansativo, a pressão sonora, a gente trabalhando aqui. É tudo dividido.

Na pandemia, se a gente parasse, ia ficar doido, a gente trabalhou todos os dias com o coco, começamos a ensaiar. Conseguimos lançar o CD, conseguimos ganhar um prêmio do governo do estado, fortalecemos nossos elos entre o grupo.

Essa pandemia serviu para mim, porque eu melhorei o relacionamento com o Sesc, com a prefeitura. Estou vendo que algumas pessoas estão mudando o olhar para a nossa cultura. Para mim, teve algo positivo.

Você trabalha com o quê?

Sou arte-educador, sou formado em educação física. Trabalho dando oficinas de percussão, na Fundação Terra e também trabalho em vários lugares. Já dei oficina no Sesc, pagas, particular. E hoje estou trabalhando na Aesa, na faculdade daqui trabalho na parte de acervo.

Neste caso, de instrumentos, de figurino, de tamanco. Você produz ou compra?

Aprendi a fazer, mas eu hoje não produzo. Compro aos mestres, ao seu Assis e ao seu Cícero. Mas eu sei fazer manual e industrial. Faço meu ganzá. Faço instrumentos de percussão. Faço para os outros o ganzá.

Essa questão do tema das músicas, quais são?

Deixa eu falar do CD. O nosso CD, que é o pré-urbano, a gente explorou a nossa comunidade e compartilhou dentro desse CD algumas singularidades, a gente fala da linha do trem, que é o poder do império. O nome da música é Terreno Sem Cerca, passagem do trem. Fala de quando a gente morava do lado da linha, o trem vinha, e quem tivesse passava por cima. Então veio entender, graças a arte, que o capitalismo estava ali, passou e levou todo mundo. A outra a gente faz o retrato do espaço de lazer da nossa comunidade. Era um espaço muito perigoso e violento e quando você era criança você acha que está tudo bom, que é uma música que se chama Forró do Cão. Está tocando no rádio, fazendo sucesso. A gente fala do nosso cotidiano periférico. Tem um retrato da infância da minha mãe.

EDUARDO: tem uma particularidade no grupo que ele não segue a métrica do coco tradicional. Tem uma quebra na música deles. Não segue esta mesma métrica de sete, que seria do coco tradicional.

MARCELO: A gente pode juntar a melodia, e gosta muito da oração que esteja a história e correr atrás da melodia. Às vezes a galera canta em cima da métrica, da rima, mas na hora da oração, faz os versos perdidos, com a coerência da ideia que começou.

Então em Arcoverde a rádio toca coco?

EDUARDO: Toca, não como a gente queria, mas toca.

Você estudou música?

Nada. Sou autodidata. O meio do mundo foi que nos ensinou.

Vocês hoje conseguem fazer quantos shows por ano?

Depois da pandemia, a gente começou a tocar mais. E essa aproximação do Sesc e da prefeitura a gente está tocando mais. Antes da pandemia, era muito pouco, era em algumas escolas e no ciclo junino. Este ano, só no mês de junho, nós fizemos 9 apresentações, em Arcoverde, em Sanharó, em espaços particulares, no São João, em dez dias fizemos show praticamente todos os dias. Teve dia de ter dois. Todos a gente foi remunerado. A gente é convidado muito, mas a gente tem zero remuneração. Inclusive eu estou com um projeto de ir para as escolas, a gente passar o

chapéu e ir para outras escolas. A ideia é essa agora, levar um show da gente, preparar um repertório de 15 músicas, finalizou, passar o chapéu, para que tenha condições de pagar o transporte, começar na área urbana e depois ir para a área rural. É um projeto pessoal e eu tenho que entrar eu já estava vendo a data hoje. As aulas já começam dia 27. Dia 28 já tem coco. Vou conversar com a coordenação, para ver se tem som, para que os alunos possam ver e enxerguem o valor da tradição.

Os estudos científicos focam muito nos 3 cocos tradicionais da cidade. Vocês já têm participado de alguma pesquisa?

Sim. As escolas têm nos procurado. No ano passado, eu ganhei um prêmio como mestre do governo do estado. (DÚVIDA) E já tem começado a chegar escola. Eu tenho salvaguarda do estado de Pernambuco para pessoas que faz o que o mestre faz, que mantém a cultura, que se dedica.

Quem fica responsável pelas redes sociais de vocês?

Sou eu e agora estou dividindo com as meninas.

Mas por quê fulô de barro?

Foi uma viagem que eu tive, de entender que, através do barro, as pessoas começaram a ter a necessidade de viver em conjunto é a matéria prima que une famílias, e dentro dela está sua energia, e essa energia é o amor, o respeito, a coletividade, o sustento das aldeias. Aí entra o fulô de barro nessa ideia. Aqui são os povos, o branco, o preto, o índio, pisando esse barro e nascendo essa música que é a flor do barro. Eu precisava justificar para as pessoas quando fosse questionado. E eu digo, bicho, eu escuto os mestres. Ia fazer uma casa, ia pisar no barro, então foi quando eu pensei esse nome. É original. É uma flor que nasce de energia.

No seu processo criativo da música, você tem alguma rotina produtiva?

Eu tenho uma rotina com percussão, mas para compor, maioria das minhas músicas, nasce na rua, eu saio e vou para a feira. Pego a melodia e já nasceu lá. Vou ouvir se a melodia algumas pessoas já tenham cantado, se tiver, eu descarto, porque, assim, eu tenho o maior cuidado em fazer algo que alguém já fez e ter na memória aqui guardado. A melodia é o coração do coco. A letra a gente vai direcionando.

Tem o exercício de parar para escrever?

Às vezes eu me acordo de madrugada, caderno, escrever. Faço poesia, tenho que jogar o meu pensamento para fora.

Você pensa no coco todo dia?

Todo dia. Eu ontem de noite eu fui dormir pensando nesse projeto do coco nas escolas, como é que eu posso levar nosso grupo e fazer com que os meninos interajam com a gente. A gente

estava conversando com os meninos hoje. . Já estava pensando em a gente fazer oficina, passar três ou quatro músicas, e depois vai fazer um show com figurino e tudo.

Você acha que esse constante contato com o coco vai te inspirando para sair a melodia, para sair a letra?

Demais. A gente está também o tempo todo com os mestres, da zona imaginária. Eu costumo levar para alguns mestres a minha musa inspiradora é a voz de fulano no back. Então hoje eu já consigo ouvir minhas respostas na minha letra. Eu tô compondo uma música que eu fico ouvindo a voz da minha back, minha back é minha menina. Ela canta melhor que eu. Aí, peguei essa parte e vou trabalhando a música.

Algumas pessoas dizem que a criação nasce do nada. Você acredita nisso?

Acredito nos dois termos. Por exemplo, eu fui provocado a fazer uma música que fala sobre abuso sexual. Estava na aula e o professor pediu para que eu fizesse uma música que falasse sobre abuso sexual, e fizemos uma música chamada sinal verde. Enquadrei e entreguei a escola. Acredito que a inspiração da melodia é quando bate.

Então, dá para ser processual, porque você consegue atender uma encomenda, e uma inspiração...

Eu acredito que dentro desse processo ela é muito robótica, a inspiração é mais....

Você consegue enxergar com o seu coco o fortalecimento da cultura dessa comunidade?

Sim. Eles já se identificam com isso. Hoje a gente é uma referência. Tem pessoas que pedem informações de outros cocos. Na comunidade, se você perguntar onde é o coco, o povo já indica.

Na dança de vocês têm algum elemento diferente que os outros cocos tradicionais?

Não. A gente tem a parcela e leva os trupés. Nos trupés, tem umas cadências, às vezes eu gosto de duplicar elas, para dar mais volume na apresentação, tem vários que fazem trupé, mas fica tudo num tempo só. Tem o trenzinho, tem amarrando.

EDUARDO: Aquilo que ela estava falando que o trupé tem seis tipos.

Nesse caso, da dança, que você procura manter, você recebe algum olhar enviesado, alguma crítica dos cocos tradicionais por estar mudando a tradição?

A gente, por ser diferente, cada um tem seu jeito de trabalhar, então, quando está sendo distorcido, o mestre diz, será que isso aqui, é algo que incomode, porque eu passei a vida fazendo aquilo. As músicas tradicionais a gente mantém a pegada delas. Eles aceitam muito bem. Já eu canto no que eles foram baseados na vida toda num show. A galera acaba se encantando com pessoas que lançaram CD ou que tem mais facilidade com mídia. A gente levou muita música de mestre Assis, de dona Severina.

Você pode cantar as músicas de todos eles?

Sim.

E o roteiro das músicas, como se escolhe?

O show da gente era 40 minutos no São João, mas a gente chegou a cantar duas horas nesse dia. Geralmente, é de 40 minutos a uma hora. O roteiro das músicas a gente faz os tradicionais, o indígena e o pré-urbano. A gente é bem dividido assim, quem vê a apresentação da gente, a gente tem o roteiro que apresenta as músicas tradicionais e o indígena entra os instrumentos, sai um pouco o tamanco com muita força e entra mais parcelado, e depois o pré-urbano entra a nossa comunidade na apresentação.

E as músicas, quem escolhe?

Engraçado que a gente ensaia as músicas e com dois dias sinto que alguns integrantes estão nervosos, aí vai pela segurança, a gente vê que não está seguro, aí a gente tira. Eu tenho o repertório na bolsa, mas o artista está se sentindo inseguro, aí a gente vai rodando, diz, hoje quem vai é tu.

Você se consideraria o produtor também?

Eu faço tudo. Eu estou doido para correr disso. Desde sonhar a ideia do palco, eu faço mapa de palco, release, divulgação, fecho show, produzo, propaganda, repertório, passo o som, coloco os instrumentos, a história do rolder, tudo eu, os tamancos, os tablados. A produção é a gente, quem gosta, quem ama... A gente fez uma festa que lotou de gente aqui na rua.

Nos ensaios abertos vocês vendem coisas?

A gente fez o primeiro ensaio aberto no dia 12 de março deste ano, a gente vendeu R\$ 800. Ajudou a pagar o som, que foi R\$ 300,00, aí dei R\$ 50,00 aos músicos que vieram tocar com a gente, Valete e François. A gente tem essa bebida desde 2012, que é a carraspana da gente, aí o Sesc deu a ideia de vender, e a gente disse, bora colocar. O nosso CD que a gente fez. Nossa camisa que o colega que é ilustrador. Ele hoje já fez para lalá também. As nossas xícaras têm esse desenho também. Chaveiros, nossas estampas do coco. Esses colares, são guias, para quem tem religião, para quem não tem, é colar. Tem pendentes que eu faço de cordas.

Vocês procuram colocar alguns elementos de candomblé?

No coco de Arcoverde não tem não. A gente não tem. É mais católica do que africana. A família Lopes é muito católica.

Vocês têm um diferencial em relação aos grupos tradicionais. Vocês já nasceram na era digital...

Sim. Engraçado que a coisa mais diferenciada muita gente não vê. Nenhum mestre de coco da gente é mestre de coco com tamanco. Nenhum mestre da gente dança o coco com tamanco no pé. Essa geração nova dança, Amanda, eu, Valete. A gente está repassando o tamanco para a

comunidade aqui. Aqui deve ter uns 300 meninos que já dei aula aqui. Hoje, se eu te mostrar aqui, a oficina que eu dou tem 120 alunos.

Como você enxerga as tecnologias para o coco, para o seu grupo e para o coco de Arcoverde?

Eu enxergo a tecnologia sempre de forma positiva. O que não é muito positivo é centralizar em uma pessoa para fazer. Eu nem consigo dormir com essa tecnologia. Isso é ruim para propagar essa imagem do grupo. E depende de como usar essa tecnologia. Enxerga a tecnologia de modo positivo assim, de dar amplitude, de fazer chegar no Sul mais rápido.

As pessoas te procuram nas redes sociais para fechar shows, por exemplo?

Eu vendo xícara, apresentações, oficinas, tem dois amigos meus de Recife que vieram fazer aula de pandeiro aqui comigo. Eu não sou especialista, mas ele pegou a pegada do coco de Arcoverde. (levo a didática, começou a falar de oficinas e que o Mestre Assis começou a chamar ele de mestre...foi preciso ele ver a minha musicalidade, até então tinha um receio)

Você computa essas receitas acessórias, fechar as oficinas, vocês calculam quanto vocês faturam por ano com coco?

Eu vivo de coco. Você acredita? Desde 2005, eu faço oficina de coco e nunca parei. Todos os anos eu estou envolvido, em oficina, eu nunca parei. Eu vivo da arte. Do showbiz eu não consegui viver, a aceitação do show é diferente. Você levar um show e uma técnica de conhecimento. Os integrantes do coco têm que ver as outras possibilidades que o coco dá para a gente, canais, entrevistas, tecnologia, a musicalidade, a tecnologia, a poética. Você pensa o show, mas as outras coisas. Eu vou lançar agora a poesia que eu fiz, que a batida do coco vai ser o ritmo da poesia, para quando a pessoa ouvir a poesia e a batida do coco perguntar que batida é essa e entender que é o coco.

Você já fez uma vez o cálculo do custo que você faz para se apresentar?

Não consigo calcular o dinheiro para o show. Mas oficina eu consigo, já fiz de graça, já fiz por R\$ 10,00, 30,00, já fiz por R\$ 200. Nas apresentações, eu fechei com o Sesc, o maior gasto que eu tenho é com transporte, a maioria dos lugares oferece a refeição, é bem mínimo o gasto, mas tem o som. Tem apresentação que diz que o carro é teu, o lanche é teu, o som é teu, a hospedagem é tua. Eu estava fechando uma apresentação em Alagoas por R\$ 10 mil, tudo incluído, mas aí eu estava falando com o mestre. Hospedagem na casa dele. Aí fui negociar. Aí tem que vem para negociar.

Como paga os integrantes?

A gente divide usando os critérios de assiduidade – se não faltar – se puder tocar, cantar e dançar para poder fazer a divisão dos recursos e as condições financeiras da pessoa. Esse ano eu queria

comprar um figurino e um som, mas eu vejo que a necessidade do pessoal é maior. Você chega na casa de um integrante, situação difícil, para comprar um desodorante, uma sandália. E isso é ruim, o cara arruma um emprego e sai do grupo.

Voltando a falar das plataformas sociais, vocês já conseguem faturar com o Spotify, com o Youtube? Você sabe lidar com isso? Tem as músicas registradas?

Eu tenho procurado evoluir e avançar neste tema. Dia 16/7 fez um ano que mandei minhas músicas para as plataformas digitais. Vejo os gráficos. Tem o público que vê, a faixa etária de idade e eu preciso ver, pesquisei na carteirinha da UBC, que a minha música já estava sendo no ECAD. Você já registrou suas músicas. Esse CD já é todo registrado. Eu tenho umas 40 composições.

Eu estou tentando monetizar as nossas redes sociais. É um investimento para que no futuro vá estabilizar. Impulsionar. Quando a gente passa a ter visualização, lá na frente, as redes sociais vai pagar. Eu posso negociar a minha visibilidade num patrocínio para dizer que é um canal, tem 16 mil seguidor, é um meio de sustentar.

A gente parte para os desafios dos grupos de samba de coco que encontram para se manter. Quais são as suas principais parcerias e patrocinadores?

Eu sou uma pessoa muito articulada. Eu tenho várias pessoas que eu entendo como parcerias, que podem ajudar na divulgação, por exemplo, no ano passado, consegui com uma rapaz de uma loja aqui, eu consegui sapatos e tênis para todos os integrantes. Na nossa sambada, eu consegui, com dois parceiros, um foi internet, a internet a gente utiliza, aí eu vou divulgar ele e é parceria vice-versa, alguns pais são parceiros, se jogam na entrega. Na parte física, a nossa comunidade é parceira, a gente deixou aqui algum palco, tablado, banheiro, a comunidade cuidou, se mobilizou para entregar. Isso para mim é parceria. E quando a gente ensaia, porque tu não tocasse mais o coco esse dia. Tem uma galera que bebe e passa aqui.

Vocês bebem antes de se apresentar?

Não. Quem quer beber, bebe depois.

Quais são as principais necessidades que você tem hoje para manter o grupo de coco?

Acredito que a principal dificuldade de todos os grupos, a maior fonte de renda é nossa apresentação. É ter mais eventos, mais festival. Acredito que nesses próximos seis, sete anos, a gente consiga reverter isso, com esse projeto da gente. SE a gente conseguir reverter o palco pelo público da nossa casa, a gente pode fazer com que o nosso produto se torne renda.

Fora o São João, você falou que fez um ensaio aberto para ter um calendário mais regular de apresentações. A questão do retorno financeiro da apresentação dá para sobreviver?

Não, porque é pouco. Esse ano eu vi que tem muito festival no país, estou tentando pesquisar mais e de entender nossa região e outras regiões. A gente precisa melhorar essa parte jurídica, fonográfica, para a gente chegar a esses eventos. Festival em Curitiba, no Amazonas. Eu converso e pergunto o que faz para poder ir. Mande para o Sesc da Vila Mariana. Pediram portfólio e documentação. Tenho algumas coisas regulamentadas, outras não. Preciso me organizar melhor. Sou MEI individual, nosso grupo não é, toda vez dá problema. A gente vai tentar fazer uma associação.

Qual o público que aprecia o coco de vocês?

Perpassa todos os públicos. Tem adolescentes, crianças, tem jovem e adulto. Pelo Spotify, de 17 a 35 anos.

EDUARDO: o pessoal mais velho não acessa Spotify.

Quero fazer uma live com Youtube, Instagram e Face integrada, isso a gente não sabia, e ter umas 15 mil pessoas.

Qual o valor que o seu grupo traz para a cultura de Arcoverde?

A gente traz um valor que não se conta não. A gente traz um valor sentimental muito forte, a gente traz o valor que a cidade só ganha e cresce. Hoje o ciclo junino do coco é o principal eixo para atrair o público, isso falando de capital, sem falar do valor de moralidade, de segurança, de diminuir caos para a cidade. A gente trabalha com crianças em risco, em vulnerabilidade, que poderiam estar causando riscos, danos empresariais, com furtos, com roubos e estão aprendendo arte. A gente está numa comunidade que é mais violenta da cidade.

O que você espera alcançar com o seu grupo, o que almeja?

Eu almejo, através do nosso grupo, através da nossa arte, a gente tentar mudar a realidade da comunidade. Acredito que esse projeto que a gente está envolvido vai ser muito forte (do Sesc), que a gente faça um evento e a pessoa se prepare para alugar sua casa. O turista consegue movimentar e fazer que seja aceito mais ainda. Além de a gente querer ser mais conhecido em outras cidades, poder, estou com um grupo jovem, para poder se apresentar em outras cidades. E essa troca de energia daqui. Mas é com pé no chão, a gente sabe que é difícil, mas não é impossível.

Que expectativas você enxerga para o samba de coco no futuro?

No meu olhar, tem crescido muito essa expectativa no futuro. A gente precisa se aproximar mais, e no futuro eu acho que o coco movimentasse nossa economia. Já que hoje consegue dez dias, um mês, que a gente conseguisse pelo menos movimentar a cada 90 dias. A gente precisa muito de mídia, para conseguir isso, acho que a gente falha muito nos eventos, não centralizar as imagens, para que as coisas possam ter essa visibilidade, quanto mais pessoas puderem ser

figuras de representatividade na cidade, mais pessoas podem querer vir. Tem pessoas que lhe conhecem, mas não gostam de você. O futuro do coco é quando ainda tiver pessoas que quiserem dançar com a gente. O coco é todo dia.

Quem vai ser amanhã, mestre Calixto, Gomes?

Tem os bastidores, de braços cruzados, Amanda, Pecon, Luizinho Calixto, outros que estão na descoberta de mundo, estão experimentando. Na nossa comunidade, Henrique.

O que você gostaria de acrescentar?

O Coco fulô de barro é um coco que é jovem por idade, de fundação, mas que está conseguindo aos poucos plantando e que no futuro bem próximo vocês vão ver que a gente vai ser mais forte junto com nossa comunidade e toda a cidade de Arcoverde. Eu quero também mostrar a força de outros grupos, o Quebra Coco, que tem passado por transformações e dificuldades, não tem sido fácil, mas tem resistido, o Pisada Segura, que está se conhecendo, experimentando, e que os grupos mais antigos pudessem vestir, abraçar quem está aí para que a gente possa reafirmar a história deles, eu sinto falta um pouco disso, na parte burocrática, de eu trazer o outro para o meu palco. Sinto muita falta disso. Eu queria que nós, brincantes de coco, pudéssemos ter mais produtos, produtos feitos de cocos diferentes, conseguisse potencializar aquele. Igual Salvador faz, não custa nada demais Daniela Mercury trazer mané do cavaquinho tocar no mesmo palco e mané do cavaquinho ser visto pelo público. Na Bahia isso acontece. Aqui tá começando, mas ainda muito tímido, muito inseguro. O pessoal abraça. Sabe o que está plantando e as pessoas não enxergam isso.

- FIM -

COCO DAS IRMÃS LOPES – 13/7/2022

Entrevistada: Sra. Amanda Camila Lopes da Silva Oliveira,

28 anos, formada em Gestão de Recursos Humanos, Educadora Social

Qual a origem do seu grupo de coco?

O grupo das Irmãs Lopes vem de uma tradição familiar a partir dos nossos bisavós, Pedro Gomes da Silva e Clara Maria da Conceição, que são avós da mestra Severina, que são oriundos de Garanhuns, de Correntes. Saíram de lá para vir para Arcoverde em busca de ter um espaço para pousar com a família e tentar a sobrevivência a partir da agricultura e chegaram aqui em 1916, quando aqui ainda era chamado Olho D'Água dos Bredos.

Eles já desenvolviam isso, isso foi muito forte dentro da família desde corrente e quando vieram para cá para entreter na família e com a comunidade, que eram poucas pessoas, que minha avó narra muito bem isso, e eles usavam o coco como um mecanismo de comunicação também.

O coco era o condutor para reunir, para festejar, aniversário de alguém, casamento, após o novenário, ter o terço. O coco para eles naquele período da história que minha avó relata, era realmente um brinquedo, não tinha esse pensamento de fazer isso um negócio.

A ideia de entender o que é realmente o coco. Tem o modelo de coco que é brincado pela minha família, mas tem o coco em si, o coco em si tem as confluências das tradições indígenas, sertaneja, quilombola e do caso do coco de Arcoverde tem uma ligação muito forte com o catolicismo, após o novenário, o coco para o padroeiro. Brincar dentro de espaços de novenas.

Os mestres podem falar melhor, do pisar, de ajudar a casa de taipa dos moradores, foi o caso da família da gente também. Pilar o piso da casa, pisando o coco. Era uma noite. Começavam a dançar às seis da noite e ia até o outro dia de manhã. Uma forma de divertimento.

A base do coco mesmo parte mesmo mais do canto do que mesmo da dança. Se você for observar da cronologia da história, como foi a introdução da dança e a introdução dos instrumentos. A dança foi evoluindo não é mais a mesma. Os instrumentos, na cronologia, primeiro vem o ganzá, como primeiro elemento, vem o triângulo, o pandeiro, em Arcoverde tem o surdo, é um pouco diferente. O último elemento foi o tamanco, que é usado na dança e que é reconhecido hoje como o instrumento principal do coco. Se você for para qualquer lugar que tiver coco, vai ter a mesma referência de métrica, mas se não tiver tamanco, não é o coco de Arcoverde. É um elemento que caracteriza que é de Arcoverde. O recorte de história de outros grupos, outras vertentes, mais de 30 tipos de coco, a questão do tamanco era muito usado em mão, e a partir do tamanco no pé, vem dos experimentos de Lula, a partir de Lula.

Até hoje a gente reproduz parte dessas canções que retratam o dia a dia mesmo, tem muita referência a animais, tem palavras que reproduzimos hoje de canções tradicionais que a gente

não sabe o que é. Baiana janeira a gente não sabe o que significa, mas naquele tempo eles entendiam. A ambiência da região, a cultura. Bebe muito do trovadorismo, da cantoria de viola, da embolada. Tem coco por aí que só vê refrão, mas isso é muito forte da embolada, e para a dança chama trupe. Embolada seria trupé no pé. Antigamente, não se separava música da dança, mas com o tempo vão se separando para ficar mais didático.

Ela mostrou o ganzá feito de lata de ninho – fiz foto.

A gente fala muito dos cantos de trabalho, o povo negro, a colheita. A gente acredita que vem disso do canto de trabalho. Se você for olhar as canções de coco do Nordeste eles se perpassam. É tipo cantigas de roda. As cantigas tradicionais e as outras. Percebe que tem algo circular. Não tem nada concreto. Onde existiu o coco no NE? Existe uma força muito grande de ser em PE, muito grande de ser na Paraíba e em Alagoas. Volta sempre a temática de ter surgido em Alagoas. O quanto que a gente produz coisas tão similares. Frases, textos, passamos um dia falando sobre isso e realmente nos leva a crer que o coco vem do território de Alagoas. A gente entende que o coco veio de Alagoas.

Quantos integrantes começaram a fazer esse brinquedo. No princípio, fala que só eram os irmãos dela. Eram sete irmãos. Era um grupo mais reduzido. Só que essa história de passar a tradição de irmão para neto. Tinha uma caravana de coquistas e tinha mais de trinte pessoas. Parecia uma quadrilha, todos cantavam, todos dançavam. Mas tocar não, dois ou três. Isso de criança ao senhor. Sempre envolvia todas as gerações. O que minha vó fala muito é a questão do canto, quem puxava eram os homens. As mulheres sempre foram muito presentes de puxar uma roda para dançar. De servir, de acolher, de dar o acolhimento. Mas o canto por homens. Sempre tinha fartura, comemoração pela fartura. De festejar os santos tradicionais, São João e São Pedro. Ficava mais para esse período junino, durante todo o ano tinha, mas não era algo contínuo, o forte do mesmo era o trecho entre os meses de maio e junho, porque maio tem o novenário, nossa senhora, catolicismo, e em junho. No mais, quando casava, quando nascia alguém. Chamava uma sambada, na porta da casa ou nas salas, se reuniam e começavam a cantar, sem ter pretensão de hora para começar, quem chegava ia conduzindo.

No começo era orgânico. Cronologia dos instrumentos. Na década de 1970, era apenas a questão do ganzá, o condutor, depois disso que o coco de Arcoverde tem muita influência do forró, até mesmo do próprio Luiz Gonzaga, os elementos que entraram dentro do período de Luiz Gonzaga, entrou triângulo, o pandeiro, o que seria uma zabumba, que é o surdo, às vezes parece a execução de um baião. O coco foi ao decorrer da história trazendo elementos de outros tipos de musicalidade. O forró. Depois, vem triângulo, depois vem pandeiro e depois vem o surdo e por último o tamanco.

O Biu Neguinho disse que houve interferência política, sempre teve essa ideia de comício político foi afoito, Ivo se candidatou vereador e foi o primeiro vereador negro e queria que o coco pudesse chamar mais atenção. O prefeito sugeriu que o coco chamasse mais atenção que trouxesse uma coisa mais para cima. Sugeri. Falou com Ivo para doar uns instrumentos para que ele pudesse agregar, pensar em como agregar aquele instrumento no coco. Aí entrou a questão do surdo com o mestre Biu Neguinho, que criou a batida do coco de Arcoverde, que não é essa de agora, que houve outra forma de executar que ele percebeu com o tempo que estava danificando o instrumento. Na zabumba a gente usa a baqueta na marcação e o bacalhau de resposta. Ele disse que também usava baqueta e o bacalhau e dividia do lado do instrumento e isso foi danificando o documento. Com a empolgação ele começou a ver que marcava do lado. Arrumou uma forma de anular a segunda baqueta com as mãos. Hoje mesmo ele reformulou que era outra batida.

Anos? O mestre Cícero fala muito da década de 1970. Ganzá desde o começo e a introdução destes documentos foi nos anos 1970. Na foto, já tem o bombo, o surdo, o pandeiro, é de 1972. Tamanco entra no fim dos anos 1990. Tio Lula tinha as questões dele de trabalho que ele era artesão e como a gente estava conversando o mestre Assis pode falar melhor sobre isso ele criou uma sandália para que ele pudesse usar para sair. Ele era muito criativo, de montar o próprio estilo de se vestir, não ter como comprar, então ele ia fazer. O primeiro que ele fez foi com recorte de calça jeans (tem foto), antes tinha uma borracha embaixo para não escorregar. Ele levava o coco para as escolas. A Márcia fala muito sobre isso. A questão do Lula, pífano, brincar de cultura popular com as crianças para chamar a atenção do público. Para ele, não chamava a atenção que ele queria. Antes começava com as mãos, e depois para os pés, tirou a borracha, e criou a marcação que chama hoje de trupes, seis tipos a partir do Lula, a parcela é padrão, um, dois, três, mas o trupé de Arcoverde vem do Lula e os condutores diretos são Valete e Daine, que participaram desse processo de criação e maturação. Eles são os condutores.

Como se deu o figurino? Tem um certo padrão, tem uma referência do chapéu de couro, das alpercatas, do lencinho, influência sertaneja, de Luiz Gonzaga. A indumentaria padrão a partir que saiu dos terreiros das casas, quando começou a ir para a caravana do Coco. Para chamar atenção também foi sentida a necessidade de criar algo que padronizasse os sambadores para identificar o que era aquilo. No começo, eram as mulheres dos próprios brincantes. O próprio Ivo costurava.

Questão do machismo. A gente entende que isso é uma coisa muito cultural. A mulher não ter tanto espaço para a fala. A gente vem trabalhando isso, mas dentro do grupo de nossa família, a mulher que vem com essa questão de enfrentar a própria família foi a minha avó. Porque quando

Ivo começou a reger a caravana, ela começou a fazer a parceria direta com ela. Ela brigava nem que fosse para falar. Ela queria cantar. De assumir uma coordenação. As mulheres foram as primeiras mulheres para brigar para ter espaço e para mostrar a produção delas mesmas. As irmãs delas sempre fizeram composição, dançavam, cantavam, só não tocava. Essas mulheres para puxar as rodas de coco vem da minha avó. Isso veio na década de 1970, quando explodiu, deixou de ser uma brincadeira das casas para ir para as comunidades. Foi uma questão de tempo. Ela só se sentiu à vontade de assumir o coco a partir das irmãs Lopes. A minha vó veio da tradição da família, foi companheira de Ivo, quando ele faleceu, o coco deu uma pausa, e depois, dentro do coco raízes, houve uma composição, mas ela não se sentia à vontade, ela cantava, dançava. Foi a partir de 2000, com as irmãs Lopes, que ela ficou como a puxadora de coco oficial. Isso era antes limitado, tinha uma certa resistência. Primeira mestra até então é reconhecida.

Já conversei com outros sambadores que dizem que tinham outras mulheres nas salas de coco, dona das Dores, mas não tem registro dessa história, brincavam dentro das próprias casas. Acredito que desde o começo teve a força da mulher muito forte, mas para as mulheres puderem puxar e cantar isso vem da minha avó a partir de 2000. Se parar para conversar com Iran e outras mulheres que cantam em Arcoverde foi pós morte do Lula. Pode-se dizer que as mulheres vieram ter mais espaço para cantar no Coco de Arcoverde e mostrar sua produção a partir do fim dos anos 1990.

Hoje nós temos protagonismo reconhecido. Houve muita resistência, mas tem. Você vê mulheres cantando, dançando, tocando. O coco de vocês é só de mulher, não, mas é maioria. Comecei a estudar percussão, com 15 anos comecei a tocar, faz 15 anos que eu toco surdo no coco, eu era resistente também. Teve um rapaz que não pode ir e eu fui a mostrar o que eu tocava em casa mostrar em público. Eu tinha essa resistência também. Eu tinha esse preconceito de que era coisa de homem, não era para mulher. Tinha esse preconceito arraigado em mim, já por essa interferência social. Hoje eu tenho uma paixão tão grande que isso não me importa mais. Hoje tem mulher em todo canto em Arcoverde. Com protagonismo.

Cachê – neste período justamente dessa década de 1970 que minha avó chamava cruzeiro aí onde começou toda a história de evolução do coco e de regação. O investimento começou a haver essa ruptura. Antes era um brinquedo e passou a ser entendido como um produto que poderia gerar uma renda. O Ivo começou a enxergar isso. Ele tinha um espírito mais empreendedor. Dentro desses espaços de comício, o Cícero fala isso ele passou 15 anos com Ivo. Começou a comprar instrumentos, roupas, pagar brinquedos, começou a entender como um produto. A relação comercial. O que foi que se perdeu? Perdeu muito a essência. Começou a cair outro tipo

de formatação. Começou a trazer a influência muito forte do forró. Rompeu muitas questões. A essência do coco foi perdida. Minha avó diz que o coco era para reunir e não para dividir, quando começa a questão do dinheiro, do produto, começou a existir muita competição e divisões. Com essas divisões, hoje existe 7 cocos e está surgindo mais um coco, o oitavo coco, com influência de terreiro, de Jurema.

Eu particularmente acho que essa divisão foi muito importante, se não tivesse tido essa divisão, a interferência do mercado e da questão financeira, não teríamos essa produção que temos hoje e essa projeção, independente de termos 5 ou 7 grupos, não temos reprodução direta um do outro, porque existem elementos diferentes um do outro. Se parar para entender cada coco, você vê que é diferente. As irmãs Lopes são tidas como um coco tradicional, mais pela questão de reprodução dos cantos, o tempo de resposta ser diferente, a pisada não ser tão marcada como dos outros. A gente é um grupo mais tradicional. A gente trabalha mais a questão sertaneja. Os cantos sertanejos. Influência muito forte da embolada.

O coco de jurema que vem saindo agora espaço de tradição de terreiros de outra forma de cantar coco, que não tem a pisada, tem a métrica diferente, é coco, mas é diferente. Tem coco que tem a influência do forró. Tem outros que têm influência do rock, do samba e do soul para o coco. As instrumentarias são semelhantes, são, os instrumentos, são, mas as afinações dos instrumentos são diferentes, a forma que toca. Vem da oralidade, de observar muito. Isso eu falo muito isso quando a gente para a conversa. Quando falo com François. E também tem a nossa própria identidade que vai se construindo dentro desses grupos. A gente executa os instrumentos de forma semelhante, mas cada um tem seu jeito. Um, dois, um dois, três, quatro, se olha para as mãos, ficamos meio perdidos. É diferente.

Como se dá esse processo criativo do coco hoje?

Antes, eles se sentavam para escrever, mas essa nova geração não se senta para escrever. As músicas surgem muito, tem, por exemplo, uma sambada, aí um mestre faz um verso de improviso, esse verso já acaba surgindo de inspiração para outras. Vem referência de uma atividade nossa, tem música minha que eu fiz de uma oficina aqui, do nada, a gente brincando, improvisando, vem a música. Mas a gente não senta e diz hoje à tarde eu vou sentar e escrever uma música. A gente não tem essa tradição, não é costume nosso. Isso porque vem muito da oralidade, onde está o nosso grande risco, porque a nossa história não está escrita. Nossas músicas não estão escritas, temos isso muito na cabeça, porque isso vem muito da improvisação, da questão imediata, da improvisação. Da criação imediata, sem planejamento. Vai para um show, tem dez canções, mas na hora a gente tem um verso diferente, uma palavra diferente, nunca vai ser igual, a gente foi criado para improvisar. A gente tem essa capacidade de

improvisar porque vem questão da cultura sertaneja, do trovadorismo, da embolada, do repente. O coco vem dessa métrica da embolada. O que a gente tem é uma visão de uma métrica padrão, mas que não funciona para todos em nossas produções. Tem música do coco que não tem uma embolada. O coco tem que ter o refrão, tem que ter o verso e ter a embolada. Hoje, tem música que não tem embolada, tem música que não tem verso, tem outra que é só embolada. Quando a gente cria uma música, vem a questão da escrita, hoje a gente tem como escrever, como registrar, que antes a gente não tinha. Não creio que isso vai prejudicar. Com o coco, não tem uma regência, quando você pega uma música para o violão, você consegue criar, já o coco não, é da improvisação, parte de frases que vão ser construídas e depois a gente vem a batida, para ter a cadência. Hoje estão escritas, mas não temos a prática de vou criar hoje. Quando está marcado é que a gente produz para a escrita, para o registro.

Antes, minha avó era muito resistente, só deixava cantar música do repertório da família, hoje tem músicas tradicionais, dos novos cantores da gente, e a gente se atreve a cantar de outro artista. Temos essa troca. A minha avó tem dentro do acervo do coco, 112, do Ivo, hoje, eu já tenho 10, a família da gente tem aproximadamente 130 canções. Quando a gente vai cantar, não chega nem a 12. Tem escrito. Gravados temos 2 álbuns, umas 26 músicas gravadas.

A Renata vem desse berço do teatro e do canto. Quando Renata chega, ela vem com a poesia dela, o canto dela não tem embolada. Influência muito forte da questão indígena. O Ed já traz mais da embolada e eu já trago mais a minha influência de indígena mesmo. Fazemos a mistura disso tudo e fica isso diferente. A mestra Severina adotou a minha mãe, e eu tenho origem cigana da minha mãe e indígena do meu pai. Indígena Xucuru de Pesqueira.

Você percebe fortalecimento das suas raízes?

Sim, principalmente porque agora, no tempo que a gente está, tem o registro. O tempo digital, em que as coisas estão mais acessíveis para todo, aqui você tem acesso à cultura do outro lado do mundo dentro da sua própria casa. Eu acredito que isso tem sido muito benéfico para o coco. Tem japonês cantando coco. Tem música do mestre Assis, gravaram a música deles. Pela internet, conseguiram de alguma forma chegar. É coco japonês.

A dança teve alguma inovação da origem para cá?

Antes era uma pisada que não tinha tamanco, que exigia mais dos sambadores, que tinha a questão da identidade da alpercata para os homens, quando vem o tamanco, muda toda a pisada, antes do tamanco, a pisada exigia mais força dos sambadores, e com os tamancos, apesar de a pisada ser muito forte, essa introdução do tamanco amenizou o peso do pé e o impacto dele no chão. É estranho falar isso, mas quando você ouve o tamanco que é tão estridente, parece que a pessoa está se matando para fazer aquilo. Era mais pesado para assentar o barro antigamente,

quando vai para o tamanco. Era um brinquedo tradicional para assentar o barro. Quando vai para o palco, com o tamanco, já muda. O mestre desenvolveu o tamanco para que ele tivesse um atrativo maior, foi pensada já entra outra questão, a acústica, outra dinâmica, para dançar com o tamanco, agora tem que ter o tablado, porque a madeira precisa bater na alti e o repercutir, mais limpo, porque se você bate o tamanco diretamente no chão, o chão isola o som do tamanco e se você vai para um tablado ele meio que reverbera esse som. Ele limpa o som. A gente observando o coco a gente acha que os meninos estão pisando forte e não é. O corpo fica mais solto. Antes era uma pisada mais contida. Minha avó fala que os meninos reclamam e se passassem dançando diretamente no chão. Tinha também a interferência da bebida, porque aquilo era como se fosse o energético da dança. Hoje em dia não se bebe para dançar. Mas vende a carraspana.

Até o nome dos passos mudaram. Antes eram a parcela e o trupé, hoje tem a parcela e os trupes, com o tamanco. Hoje tem vários tipos de trupes de tamanco. Tem o cavalo manco, pergunta e resposta, mais o coco. Tipos de passo com o tamanco. Quando entrou o tamanco. É como se fosse o frevo. Isso é mais contemporâneo. De agora. Tem também a questão do folguedo de roda. Que antes tinha passos também, hoje já não tem. Tinha o cruzado. Hoje em Arcoverde tem uma pessoa que está experimentando o tamanco dentro do folguedo de roda, que é o Marcelo, com o coco fulô. O tamanco é usado na parte do coco mesmo.

Como se dá a fabricação dos instrumentos?

O único instrumento que se produz é o tamanco, o resto é comprado. Começou com a latinha de leite. Não se tinha dinheiro para comprar, se produzia.

Como se dá hoje a produção do grupo, de visual, de tamanco, de adereço?

Roupa a gente não faz, terceiriza. Quem desenha é a mestra. Ela pensa a ideia e junto com a gente a gente traduz isso para a costureira. A roupa é a única coisa que ela não abre mão. Ela é muito metódica, tem até o adereço que tem que usar. Tem esse padrão de vestimenta. Não produzimos.

Com que frequência mudam o visual? Geralmente a cada ano.

Como é o custo disso? O próprio grupo. A gente mesmo destina uma porcentagem, que pagaria um produtor, tem um caixa para manutenção do grupo. Vinte por cento de um show, instrumentos, a sede, os figurinos. Todo ano a gente não gasta menos de R\$ 2 mil para fazer roupa, adereço, sandália, para 15 pessoas. Adquirimos o tamanco ao mestre Assis. Hoje a gente compra em quantidade o valor sai um pouco menor.

Como vocês se preparam para as apresentações?

Uma dificuldade nossa, por ser um grupo numeroso de 15, é difícil reunir todos. Tem grupo que ensaia toda terça e toda quinta, não somos o maior grupo, só que nosso grupo é complicado porque tem os horários de trabalho para cada um. Tem dia que a gente ensaia às 22h ou às 9h. Depende muito dos integrantes. Uma regra da gente é ter no mínimo 4 ensaios por mês. Canto, dança, instrumento, tudo, às vezes nosso ensaio é de 3 horas. Canto, ensaio geral. Duas horas e meia, 3 horas. Com os intervalos.

Como é que é a escolha do repertório?

Temos algumas divisões. Eu fico com a produção executiva. A produção musical, o que vai ser apresentado. Leo. A Direção é minha avó, ela é quem aprova. Ela diz que quer ouvir e quer ver. O grupo também constrói. Tem música que as meninas mesmo escolhem, tiram, para não sobrecarregar também, porque a gente não pode ficar em choque, eu sozinha não posso fazer tudo. Tudo é construído em dinâmica pelo grupo. Às vezes a gente escolhe um repertório e não é aprovado pelo grupo. A gente tem dois repertórios fixos ensaiados, dependendo do tipo da apresentação, a gente executa um ou outro. Temos muitas músicas de tradição indígena, ancestralidade, aí a gente adapta à realidade do público, porque o público pode não se identificar. A apresentação dura, no máximo, 60 minutos. É porque também hoje essa questão de show é de no máximo 60 minutos. Mas a gente cansa em 30 minutos.

Tem curso de canto, de dança que vocês investem para agregar ao grupo?

A Renata tem habilitação no canto, temos autoformação dentro do grupo, mas quando a gente não alcança, a gente vê a forma de financiar isso de outra forma. Já trouxemos oficina para cá, por exemplo, Eduardo já trouxe oficina de canto. Eu desenvolvo um pouco essa parte executiva. A gente tem dentro do grupo o que a gente chama de estudos, uma vez por mês ou a cada dois meses que um integrante vem trazer uma formação para o próprio grupo, dança, canto, a parte de produção. Quando a gente não consegue bater a meta a gente corre atrás em particular para trazer para o grupo.

O que seria a produção executiva?

É a parte de gestão mesmo, organização do acervo, documental, da venda dos produtos, de precificação, de logística, de fechar o show, captação, escrita, negociação etc.

Divisão do time?

As meninas trazem as formações. O grupo traz muito a questão das formações. A gente pensa a ideia, mas como a gente é um grupo entende que o coletivo é importante, por mais que eu seja a produtora executiva, às vezes eu trago ideia que o grupo não compra, se eu fechar um show, a depender do que for, tudo que eu fizer, precisa passar pela deliberação do grupo, precisa ter isso, para uma mesma pessoa não ficar fazendo tudo e tudo que envolve o grupo passa pelo grupo.

Diferença do coco ontem e hoje

Na minha cabeça, o coco é um produto que tem um potencial tal qual o forró e acredito que ao decorrer desse processo que vem se construindo ao longo da história ainda não teve o reconhecimento devido, mas que as coisas estão se encaminhando para isso, para ter um reconhecimento disso e uma divulgação ainda maior. A gente para, vai ver quem era Jackson do Pandeiro, Jacinto Silva, eram cantadores de coco. Tiveram seus momentos e auge de divulgação dos seus trabalhos. O coco de Arcoverde está num patamar neste trabalho, mas acredito que esse patamar ainda não é adequado e com o tempo isso vai mudar mais, porque está chegando muita gente nova construindo junto com os cocos. Muitas formas estão sendo criadas de execução. Eu acredito que o coco nos próximos 5 anos já vai estar em um outro tipo de patamar no mercado e até mesmo com outro tipo de musicalidade. Com outro perfil. Porque, como vem muito disso dos fazedores e da oralidade, é normal que isso ao decorrer do tempo vá mudando, reconstruindo, porque passa por mãos. O coco não tem o reconhecimento que seria devido, porque houve um momento na história que já teve, não impede que no futuro volte a reverberar ainda mais forte.

Para ficar mais forte, é possível se manter no improviso, na oralidade?

Hoje já nem tanto. O improviso hoje perde muito espaço para a métrica. Hoje o coco está indo muito para a linhagem do método. Antes, o foco do coco era cantar, era a festa. Hoje o coco está dentro de outros espaços, da educação, de outras linguagens, na verdade. A evolução está sendo benéfica e que isso de certa forma vai deixar de ser improvisado para vir para o padrão mais metódico, porque, digamos assim, a própria continuidade da história nos obriga a ir para a metodologia, porque a metodologia vai nos ajudar a alcançar mais. O alcance com a metodologia vai ser maior.

Como você que acha que os coquistas enxergam isso, não perde um pouco a tradição?

Em parte, sim, mas isso já vem rompida há muito tempo, como minha avó fala, o coco quando saiu dos terreiros e foi para o palco, o coco já perdeu 80 por cento do que era o coco, mas não deixa de ser coco, sabe. Por exemplo, o coco de Arcoverde, a gente entende que é uma coisa só, mas quem produz tem mãos diferentes, jeitos diferentes de produzir isso. A mesma coisa é a brincadeira, com o tempo, as pessoas vão trazer suas personalidades e essas interferências pessoais vão modificar ainda mais o brinquedo, mas não vai deixar de ser coco.

(Eduardo – fala da questão da tecnologia que ajuda a gravar e manter o registro)

Como você percebe a chegada da tecnologia para o samba de coco...?

Eu vejo a tecnologia muito benéfica mesmo. Quantos de nós não vivíamos essa questão do ocultismo dentro das nossas casas? Com a tecnologia, a gente teve a possibilidade de trazer isso para comunicar que existe uma produção. É tanto, isso é tão forte que tem no Rio de Janeiro uma

cadeira que estuda sobre o coco, na área de artes. A tecnologia, ela, na verdade, deu um outro avivamento na história do coco. A partir de 2005, já percebi que as coisas foram se expandindo.

Depois da pandemia potencializou?

Estreitou muita coisa, fizemos lives, teve um momento em que estávamos aqui e ministramos uma oficina para o Rio Grande do Sul. Aproximou, na verdade. A tecnologia veio e está ajudando muito na questão de comunicar o coco.

Teria como monetizar o coco nas plataformas digitais?

Tem, a gente está no deezer, no spotify, no youtube, e a gente tem que pensar como monetizar e ter uma renda para ter recursos para outros trabalhos também. Já está monetizado, mas não tem o rendimento que a gente queria, porque o coco não tem um alcance feito um sertanejo. Já gera uma renda. Tem uma canção de Renata, raio de luz, já está vendo o recebimento do alcance digital. A gente está ligado a Abramus. A gente aprendeu pela internet a colocar nas plataformas, fui atrás de entender esse mecanismo como condutor para que pudéssemos gerenciar o nosso trabalho. Tem um limite que você faz para requisitar a monetização desses trabalhos. Por exemplo, no Youtube, você tem que ter um alcance de 1 mil, a gente ainda não tem 1 mil. Tem que ter inscritos, determinadas horas, para receber alguma coisa. Pelo Youtube não, mas pelas plataformas, sim, já estamos ver como receber. O perfil da gente é público, por ser artista independente, a gente se autoproduz, a gente não tem uma gravadora, para gerar o ISRC das canções, mas como a gente se autoproduz, a gente pode fazer isso e fazer a nossa própria inscrição. O Spotify paga diretamente para a gente. O Spotify paga o ECAD e o ECAD paga ao artista. Não converteu em dinheiro. Não é nem real. Tem um limite que pode solicitar esse recolhimento. Tem uma tabela, determinado valor não posso mexer. Se eu arrecadar R\$ 5 ou R\$ 6 você não pode tirar. Tenho que bater determinada métrica que é justificado por lei? Fica retido no ECAD e depois recebe. A gente ainda não conseguiu receber.

Algum ponto que enfraquece?

Sempre tem. Hoje temos a graça de comunicar o coco, produzir mais, levar para outros lugares, mas tem algo que é muito delicado, nosso grupo passou uma hora só falando nisso, a questão do comparativismo a partir da tecnologia. Temos de entender o que é o coco, tem um espaço dentro do mercado, o forró tem um, só que com toda essa efervescência que vem a partir da tecnologia, isso chega para a gente que vem de uma matriz musical muito tradicional, chega às vezes como um choque, porque às vezes a gente não percebe, e a gente acaba reproduzindo uma coisa que não é da nossa tradição, e às vezes acaba meio que mastigando isso de uma forma não tão benéfica para a nossa tradição, por exemplo, o coco tem um padrão de vestimenta, eu tenho que entender que quando eu tiver cantando coco, eu tenho que estar dentro de um padrão. Fez uma

vestimenta de um outro tipo de cultura. A tecnologia é benéfica, porque nos faz produzir mais e alcançar mais, mas, ao mesmo tempo, ela vem também como um grande desafio, que ela existe, mas que ela não pode jamais sacrificar uma produção nossa, ela pode agregar, mas sacrificar não. Hoje, quem é o público da gente, que consome coco, é um público muito jovem, é o público que consome o forró, é o mesmo público que consome o sertanejo, só que a forma que eles têm de consumir nossa produção também é outra, a forma que eles têm de chegar a nossa produção também é outra.

Como é essa forma de consumo do público?

Por exemplo, esses cantores têm a potencialidade de a cada semana lançar um single na internet. A gente que é do coco não tem por que é o maior sacrifício para juntar dinheiro e gravar uma música em estúdio. A gente não tem isso ainda. Não posso cobrar que eu tenha 50 músicas numa plataforma, se eu não tenho condições de gravar uma. Pega um coco e coloca para tocar em um clube, se conseguir vender 10 por cento do que for planejado, beleza. A gente não atinge uma portaria que uma banda atinge. Não dá para a gente cair de cara e ficar pensando só nisso, nossa produção é outra, mas, com a tecnologia benéfica, a gente pode alcançar mais, dentro de outro tempo, dentro do nosso espaço.

Vocês se enxergam já no Tik Tok?

A gente ainda não está no tik tok e não está no kwai, mas os meninos aqui, o Ray já está entrando, os meninos do Fulô e eu acho importante isso. O alcance é maior.

O Spotify dá esse métrica de onde estão lhe ouvindo?

Tem outra plataforma que permite a gente entender. Tem algumas que permitem. Brinco com os meninos isso que não podemos ter a mesma métrica de outros grupos. Somos coco. Muita gente daqui e do Brasil todo que consome coco. A gente tem que ter cuidado para a gente não virar mais um. Com o tempo isso é muito delicado. Na verdade, a gente está entendendo isso agora. É muita coisa que vai surgindo.

Para vocês colocarem as músicas na plataforma streaming, vocês precisaram ir para um estúdio?

As músicas da gente tem estúdio, registro, elas exigem um certo padrão. Não podemos fazer de qualquer jeito. Tem estúdio que a gente fez algumas parcerias através de projetos e consegue gravar.

Quais os desafios que o grupo de cocos encontra para se manter?

As dificuldades que a gente tem, entender os tipos de captação, não são só projetos, esse negócio do mecenato, se funciona ou não através no interior. Aprova o projeto na Lei Rouanet, mas captar

é outra coisa. Para o interior aqui não funciona ainda. A nossa produção hoje se dá muito através de projeto, recorrência a editais, por exemplo, Funcultura, premiações, ganhamos dois prêmios, a gente reverte para CD, para o festival. O nosso festival era para acontecer em junho, vai ser reformulado uma edição especial em setembro, tem uma fonte. Pode se dizer que a gente é um grupo que trabalha a produção independente, que a gente tem isso de guardar um percentual que a gente recebe de cada show para a produção nossa. Mas a gente tem parceria. Muitas vezes não é financeira, ou patrocinador, que cada mês passa percentual, mas a gente tem trocas. Aprovo projeto e gravo no estúdio. Tenho a parceria de gravar e pagar de outra forma, em dinheiro, entrega, então a nossa produção vê muito hoje a questão de editais e percentuais de show. Desses percentuais de show. Supondo que a gente faz o show hoje e quando for receber pega 20% para manutenção do grupo, instrumentos, coisa do tipo. A gente já chegou o momento de deixar de ir para um show porque em caixa a gente não tinha o valor que poderia cobrir o transporte, porque, quando fôssemos receber, a gente não ia conseguir restituir isso. Isso é delicado! Você não ia perder o dinheiro, mas é delicado. Eu levo o grupo até Recife, tenho o custo de R\$ 2 mil e a gente estando articulado, dá para ir. Mas tem momentos que a gente quer andar, mas as limitações financeiras não permitem. Se a gente tem, supondo, dez shows pagos por ano, para dividir para 15 pessoas, para pensar manutenção, quando vai para as contas realmente, não fica quase nada. A gente faz uma sambada aqui, para pagar do bolso, se não tiver como ofertar um lanche, não faz, se não tiver como pegar um som, não faz.

Shows pagos a gente faz uma média de 10 shows: 4shows no São João, FIG, carnaval mais 2, fim de ano, mais 2 de festivais. Não dá 12. Você vê de cachê que varia de R\$ 3 mil a R\$ 6 mil. A gente demora para receber. Vamos dia 28 para o FIG. A gente já ficou quase 1 ano sem receber. Se você receber R\$ 8 mil, você tem que esperar receber, eu fiquei que nem louca, porque a gente acaba gastando mais do que recebe. Tem que pagar na hora. Já chamaram para ir para São Paulo, quando a gente coloca na ponta de lápis, para levar oito pessoas, para pagar transporte e alimentação, não dá e a gente não vai.

Vocês adaptam o grupo conforme o cachê? Quais os pacotes que vocês têm?

Adapta. Por exemplo, na verdade a gente adapta o cachê ao grupo, temos um grupo fixo de 15 pessoas, tem uma média que nossos shows a depender do cachê, a gente passa dois dias a três dias fora, variar de R\$ 150 cada um até R\$ 200, a maioria vai os 15. A maioria das vezes vai os 15. Por exemplo, São Paulo, se dá para ir 3, vai, se dá para ir 2, vai, aí é briga para escolher. Tem que entender. Se tem trabalho, não vou poder passar 5 dias fora, quem consegue, e vai conseguir fazer o que está sendo proposto por quem tá apresentando... A gente tem apresentação com 5 pessoas, 10 pessoas, 15 pessoas. Quando é coisa pequena, a gente faz rodízio. Às vezes vai 5, na

hora de pagar, a gente dá um percentual para quem não foi, para ter a ideia de grupo. Se tem pessoas do grupo que não conseguem ir a gente tem que entender o porquê. Existem integrantes do grupo que moram no Maria de Fátima, é um bairro quase ali na entrada eu vai para Buíque, eles vêm a pé para o ensaio, muitas vezes eles não conseguem acompanhar o show, algumas são mães, não posso pagar para ficar com o filho. A visão é minha, que implementei. A gente tinha dificuldade de manter o grupo, a gente tinha 5 pessoas, hoje a gente tem grupo de 15, e a gente já está há mais de 8 anos com esse grupo fixo, porque antes as pessoas recebiam por show, então iam mais pelo dinheiro, é difícil você manter uma unidade das pessoas por show. O grupo se tornou hoje meio que uma família, tem essa dinâmica de conversar, de se entender. Não tem fixo mês, a gente tenta, mas não tem. Não sei se isso é padrão para outros grupos, mas isso funciona para a gente. Pode aparecer 10 shows, mas os meninos não perguntam se vai ter o cachê. Pode ter cachê ou não. Eles têm isso muito claro.

Quais são suas necessidades para fazer grupos de coco? A gente antes ensaiava aqui, só que por questões da pandemia e por causa da minha avó a gente está ensaiando na outra casa, mais a frente, meu irmão mora lá, tem uma área aberta. Quando a gente vai receber o público, a gente se adequa aqui, porque é museu e não pode fugir muito desse espaço.

Quais são as principais necessidades para desenvolver o grupo?

A gente tem uma certa estrutura que possibilita ensaios, a gente tem uma sede, para ser sincera, a dificuldade que a gente tem hoje é essa questão de todas as vezes que a gente tem que fazer um show é terceirizar transporte e ter que terceirizar registro, porque é muito caro. Não adianta ter equipamento e não ter gente habilitada para mexer. O Sesc não exige que tenha registro, mas o Estado exige que tenha, com um certo padrão, e isso é custo. Da Fundarpe, por exemplo, não tem como, pagar transporte, alimentação, e registro, que é R\$ 1,5 mil, não tem como. Se você for perguntar aos grupos, a maioria diz que é transporte, para carregar tanta gente, é um pouco difícil. Se tivesse associação, através de projeto, alugar um som de qualidade, pudesse andar sem depender de estar pedindo. A gente está em busca dos parceiros. Para pedir para alguém eu vou, mas para pedir ao meu grupo eu sou meio cabulosa para pedir.

O que fazem para manter o grupo ativo fora do São João? Já respondeu.

Você oferece? Sim, a gente é muito ativo em edital e com as oficinas, fizemos um grupo oficinairos ao longo do ano ter uma renda indireta a partir de formações. Acontecem aqui e geralmente contratam para realizar isso. Tem integrantes nossos que estão vinculados à fundação e à prefeitura como arte educadores de coco. Ensinamos todo o contexto do coco.

Como intitula?

Oficina de iniciação à cultura popular a partir do coco.

Na sede, a gente tinha um projeto as oficinas na comunidade, porque a gente não tem estrutura, mas geralmente no segundo semestre a gente faz oficina com jovens com crianças, muitos que fizeram oficina de pandeiro vêm para o grupo. Quanto cobra? Na sede, não cobra. Na prefeitura, vai por hora. A hora pode ir de R\$ 60,00 a R\$ 80,00. Concluem a oficina n mesmo dia? Tem oficinas que são contínuas, um, dois meses, três. Média de 30 alunos. A do Rio Grande do Sul foi virtual, veio uma professora no início do ano para aqui. Ela veio pesquisar o modelo de ensino daqui e ao mesmo tempo trouxe uma referência do estudo de lá. Ela nunca tinha ouvido falar do coco e veio aqui e passou uma tarde conversando e a cultura deles é parecida com a nossa. Quando ela voltou, ela fez uma oficina com a gente daqui e as crianças de lá, na dança rural, no trupe e deu certo. A partir da tecnologia a gente conseguiu fazer isso. No modelo do metaverso, no início da pandemia, a companhia de dança de são Paulo, iam 30 pessoas, que pagavam e iam conseguindo participar da oficina.

Vocês vendem outros produtos?

Não. Quando tem sambada, minha avó tem o costume de dar munguzá. Na cabeça dela, não é compreensível que tem que gerar renda a partir do coco. Ela tem o costume de dar as coisas. Nós temos produtos que não são físicos. A gente não produz tamanco, roupa, nada neste sentido. O que a gente produz é um lanche, mas produto ainda não tem. Gravou com um celular e meio que vendeu para Funarte a aula. Eles pagaram um valor. Abriu um edital, montei todo o processo para acessibilizar isso para todo o público. Cultura Arte em toda parte.

Retorno financeiro dá para sobreviver? Não.

Quais são as ações que precisam desenvolver até o show? Ensaio, contratação do transporte, articulações, hospedagem, alimentação, é bem complexo, montagem do palco, do som, tem o pré e o pós espetáculo. A gente terceiriza o técnico para a montagem do som/palco.

Quem é o público que consome o coco?

A partir dos 8 anos, tem muita gente mesmo já consumindo o coco. Daí vai embora. Mais fixo que observa. O mais fixo é entre 8 anos, já arrastando o pé. 30 e poucos anos. Público muito forte. Pessoal de vinte e poucos anos.

Quais os canais que estão para alcançar o público?

Digital tem as plataformas, o Instagram e o físico, as apresentações abertas e a sede. Aqui por ano a gente tem a sambada, o festival que atrai outro público e as oficinas que estão paradas.

Qual o valor que o seu coco traz para a cultura de Arcoverde?

Eu tenho o meu olhar sobre isso, mas não sei se o público entende dessa forma também não. Eu acho que o valor que é dado essa questão hoje em dia é entender que o coco não é só um brinquedo, mas também não é só um produto. O coco tem essa potencialidade de ser um

patrimônio forte, principalmente nesta questão educacional, porque o tanto que o coco já reuniu de gerações e promoveu diálogos não está na história, o coco das irmãs Lopes, eram pessoas idosas que brincavam, até chegar nas crianças, levou certa resistência, só que com o tempo de entender que o coco não é só bater um pandeiro, que vai chegar lá e bater um bombo e que também não é só vai estar lá no palco aí foi que conseguiu aproximar as novas gerações, as crianças e os jovens, então eu entendo que hoje a herança maior que o coco deixa para Arcoverde é essa questão da construção educacional mesmo. Não diretamente só sobre musicalidade, mas a construção educacional por trás disso, dessa musicalidade, porque empregos são gerados, se você fizer uma média de quantas pessoas brincam coco em Arcoverde, tem umas 200 pessoas, que se alimentam do coco de alguma forma. Diretamente dentro dos seus espaços, tem grupo de coco que não estão tocando nos festivais, mas estão nas comunidades. A maior herança que o coco deixa para Arcoverde é esse legado, independentemente de ser um brinquedo ou o que for, é um grande mecanismo de comunicação e de educação também.

Vocês enxergam como fonte de renda fazer hospedagem nas casas de vocês? Fazendo airbnb, um turismo comunitário?

Sim. Penso muito nisso. Temos essa sede, eu penso muito, não falo agora, porque não tenho a condição, mas tenho muito a ideia de sair da casa e transformar num espaço de fruição, fazer um hostel, mas durante o dia termos atividades educativas e no fim de semana uma atividade cultural. E, indiretamente, os cocos de Arcoverde já fazemos isso, já acolhemos o pessoal da UFPE, já acolhemos por três dias. Mas a gente pensa. É uma dificuldade porque nem todo coco, não tem sede. Os meninos moram em casas alugadas, não têm condições. A gente e o trupe que tem. O raízes está alugando.

O que você espera alcançar com o seu grupo?

Queria muito construir uma escola de formação sobre o coco. Eu falo muito e a gente tem muito disso. Não é que a gente queira ou querer se acomodar e ficar só produzindo aqui. O nosso intuito não é ganhar o mundo tocando o coco, mas o que a gente realmente quer fazer é uma escola de coco que não tem em Arcoverde, ter uma escola aberta. Em Olinda, tem sedes de maracatu que funcionam como escola, mas aqui não funciona. Aqui não tem. Falo do meu grupo. De formação. Eu queria entender e construir uma escola realmente de coco. Se isso conseguir, de ter um reconhecimento maior, válido.

O que gostaria de acrescentar?

Só queria que os cocos de Arcoverde que a gente pode também trabalhar muito mais entendendo essa potencialidade do coletivo, que a gente pode continuar caminhando cada um dentro do seu espaço individual, mas também do coletivo. Falo isso que porque, por exemplo, que tem coisa

encarecedora, que é mão de obra, que é um técnico, que produz audiovisual, mas a gente por ter essa dificuldade de entender o potencial da coletividade, a gente acaba dificultando esses processos, em que na verdade se a gente conhecesse esses potenciais a gente ganharia, com a questão de produzir mais e ter mais produções. A única coisa que queria acrescentar, na minha visão, que eu acredito é que os cocos de Arcoverde precisariam entender o que é trabalhar no coletivo. Seria mais fácil para todos, na verdade. Acredito que se a gente tivesse essa possibilidade de comunicação, a gente estaria em uma outra estrutura, em um outro tempo da história, na verdade.

- FIM -

COCO PISADA SEGURA – 14/7/2022

Entrevistado: Sr. Neidson

Querida saber quais as origens do coco de vocês?

Primeiramente nossas origens partiram do coco das irmãs Lopes. Particpei do grupo em 2013, a convite da Amanda Lopes, e permaneci lá até 2015. E lá foi onde eu dei minha parte com composição. Comecei a me sentir tão bem no coco, tão vivo assim, ouvindo as letras, comecei a tocar surdo, comecei a tocar pandeiro, a fazer vocal, depois estava cantando também, aí dentro disso nasceu a vontade de montar um grupo para mim, mas, devido aos estudos, eu já tinha conhecido Vitinho, do coco da xambá também, e os meninos coco do amaro branco, a gente já tinha tido algumas vivências, e o mestre Galo Preto também, já havia conversado com ele bastante, dentro dessas conversas no coco das Irmãs Lopes. E aí eu queria montar um grupo para mim, até então, à exceção de algumas músicas que eu tinha feito, no coco das irmãs Lopes, foram apoiadas, só que aí cheguei no ano de 2015, conversei com Dona Severina, que eu queria montar um grupo, pedi um conselho à ela, como eu faria o grupo, porque eu queria montar um coco diferente, dos cocos da cidade, mas que não deixasse de ter a originalidade do samba de coco de Arcoverde, e partiu de lá essa ideia, graças ao coco das Irmãs Lopes, nasceu o grupo Pisada Segura.

Qual a origem das tuas letras, já compuseste quantas músicas?

Já são mais de 30 músicas. A maioria sim. Outras ainda falta o registro, porque a gente é filiado à UBC. A gente está nesse processo. Foi um processo longo, começamos a registrar de 2018 para cá, sou eu e Samuel.

Quais são os temas das músicas?

Nossos temas geralmente o compositor tem um olhar diferente do seu. Por exemplo, tem uma situação aqui que a gente está num domingo de lazer, a gente tá vendo um casal conversando, o casal vai, cita um verso, o homem cita um verso para a esposa dele. E daí parte a inspiração para a gente criar uma música. A gente pega uma cena daqui, outra dali. Nossa comunidade também, das dificuldades que passa. A gente traz essas dificuldades da nossa comunidade para as nossas letras também. A gente também usa muito o nome da cidade. A gente levanta muito o nome de Arcoverde, porque é uma cidade multicultural, e a gente traz esses mestres. Esses bois, esses grupos de coco, tudo para dentro das nossas letras.

Você disse que foi em 2013 nas Irmãs Lopes, mas como foi a tua inserção no mundo do coco?

Eu tenho 31 anos. Eu com 8 anos de idade, minha avó sempre foi apaixonada por coco, desde antes até de formar o Coco Raízes de Arcoverde tinha contato com o pessoal de lá isso eu já fui saber há pouco tempo. Ela disse: ó, meu filho, acontecia assim, tem duas pessoas lá do pessoal dos Calixto que são primas minhas, a gente brincava coco na comunidade das pedrinhas, em Buíque, na época não existia instrumento. Depois foi que trouxeram o ganzá no coco. E minhas raízes deu início com minha avó. Ela me deu um pandeiro. Eu tinha 10 anos de idade. E despertei a vontade de aprender. E o primeiro ritmo que eu aprendi foi o coco. Na época o coco Raízes já estava viajando mundo. Eu também era apaixonado pelo coco. Mas também eu era muito criança, não tinha interesse de entrar em grupo musical. Eu só queria aprender, aprender e aprender. Então, as minhas raízes com o coco vêm da minha avó. Minha avó também me ensinou umas cantigas bem antigas, que a gente usou para fazer abertura em shows de coco em 2016, 2017. Ela foi a incentivadora de tudo, tanto do Boi, ela nos apoiava, não tinha dinheiro para comprar as coisas do boi, ela era as financiadoras do projeto. Até os meninos, com isso, com toda essa história, eu fiz uma homenagem para ela também, Vó Zezé, aí conta um pouco da história dela, da luta dela.

Samuel eu vim conhecer no ano de 2015, justamente na formação do primeiro grupo, na verdade, a maioria dos meninos já participam comigo do boi. Isso foi um eixo que ajudou muito o grupo. Eu trouxe quatro pessoas do boi. Eu tinha primeiro o boi, falei que tinha vontade de criar o grupo, ter uma batida que remetesse ao coco, só que fosse feito nesses instrumentos. Aí do boi partiu o coco. A única pessoa que não era do boi na época que se dispôs a participar na época foi Wilton Freire. Hoje somos em seis, éramos 12 no começo. Eram 12 pessoas assim para a gente era bom, mas para palco se tornava muito agonizante, muito microfone, muito instrumento, com o tempo a gente foi se adaptando. Com seis, fazemos bem, faz o que doze faz e até melhor.

De onde veio o nome Pisada Segura?

A gente fazia uma brincadeira junto a Wellington Santos que ele sempre diz: pisa, quando a gente estava lá nas Irmãs Lopes, começava o trupe, e ele fazia: pisa, pisa, diferente o negócio, pense numa pisada segura, a pisada é boa, é segura. Então eu disse: eu vou colocar esse nome quando eu fizer o meu grupo para remeter justamente ao trupe.

O grupo começou com 12 pessoas, vocês cantavam há onde, onde ensaiavam?

Os primeiros ensaios aconteceram no loteamento Petrópolis, que ainda estava em construção e hoje tem muita coisa, na época, a gente ia lá para o pezinho da serra, a gente ficava embaixo de um pé de juá, aí montávamos os instrumentos, e fazíamos a brincadeira. Como estava só a gente, a gente dava para se ouvir, na época a gente não tinha microfone, equipamento de som, era tudo no gogó, então ficava melhor para a gente se ouvir. A gente sempre ensaiava lá. Pegava até um

pouco da natureza mesmo para aproveitar e compor algumas músicas. A frequência no início era muito forte porque a busca pelo conhecimento era muito grande. Estávamos pesquisando muito. Indo aos ensaios. Os mestres nos deram um apoio muito grande, nos dando as coordenadas, Cícero, Assis e dona Severina. Os três deram um apoio muito grande ao grupo, tanto com oficinas, conversas, visitas que fizeram para a gente também. A gente também foi convidado, nos primeiros eventos que tiveram, eles já colocaram a gente também, acho que tinha seis meses de formação, e assim o impacto do grupo, o primeiro parceiro nosso foi o Sesc. A gente fez um show na área de lazer do Sesc, nem figurino a gente tinha ainda, a gente só tinha seis meses de grupo nessa época. Foi o primeiro cachê. Não. A gente fez na parceria mesmo, a gente teve o transporte e a alimentação. Depois foi se formando, se formando, depois disso, devido a isso também a gente é muito grato, porque a TV LW chamou a gente para gravar um DVD, a gente tinha, acho que ia fazer um ano ainda de formação, alguns viram a gente lá na apresentação do Sesc, e a gente fez o projeto, gravou esse DVD, deu entrevista e aí foi quando o grupo explodiu mesmo assim, sabe, aqui na região, a gente tocou em quase todos os Sesc, parceiros, sabe. Pesqueira, Belo Jardim, Triunfo, Arcoverde, fomos para o Sesc em Paulo Afonso também. Foi tudo acontecendo tão rápido que eu disse, caramba, a gente tem que continuar, vamos estudar mais, vamos focar mais.

Agora se eu fosse perguntar a você seu coração é mais do boi ou é do coco?

É dividido. É o boi e é o coco, é tanto que a gente hoje tem ritmos do coco que a gente leva para o boi. Para não deixar de sempre estar homenageando nossa cidade. Tem até música homenageando Arcoverde que já dois grupos de boi quiseram se apresentar no carnaval no Recife e a gente cedeu a música.

Vocês começaram com que instrumentos?

Da primeira formação, eu consegui um pandeiro emprestado, com Everaldo Marques, presidente da Liga Cultural dos Bois, quase não devolvo. Ele disse que não estava precisando e a gente ficou até comprar um. Os outros a eram do boi. Essa alfaia, o caixa era do boi, a gente usou o ganzá, o pandeiro e um timbau que tinha na época. O timbau não faz parte do coco tradicional, mas a gente deixou para preencher na parte da marcação do coco, quando ficava na marcação, a gente colocava o timbau para puxar o ritmo do coco, na época ficou um coco meio praieiro.

Vocês usam os tamancos?

No início sim. A gente está adaptando algumas oficinas para voltar com esses tamancos e a gente quer inserir um surdo também. A gente vai fazer algumas rodas também.

No começo vocês usaram tamancos e hoje não estão usando tamanco?

Hoje não estamos usando.

Usavam o tablado também?

Não. Não usávamos o tablado também. A gente usava o tamanco tanto nas mãos, a gente pedia a seu Assis para adaptar alguns, e na época quando tinha 12 pessoas, a gente tinha duas pessoas que dançavam, que eram Aderson (?) e Moisés.

Como é que vocês se viravam para fazer transporte, para ter a organização do palco. Como é que vocês conseguiam fazer isso?

No início foi muito difícil, porque, a gente sem experiência no palco, mas, devido ao meu conhecimento, com algumas pessoas, com alguns mesários, com Carlinhos também, na época nos ajudou muito. Nos deu esse apoio, passou as coordenadas também. Mas a busca era incessante, a gente montou um mapa de palco, plastificou ele, e todo canto que a gente chegava, a gente dizia, tá aqui ó. O nosso show vai funcionar assim, instrumentos, vozes, e até hoje é assim. A gente teve que se adaptar, no primeiro show, foi bem complicado. Mas depois desse primeiro show, a gente começou a pegar um pedestal, no ensaio, caixa de som emprestada, e a gente foi se esquematizando para quando chegasse o show, todo mundo saber onde estava, tu fica aqui, tu fica aqui, aqui e aqui, não tinha microfone para todo mundo, então ficava dois por microfone.

Ao longo desse tempo, você fez algum curso de música, de dança? Como foi a sua formação?

Eu fiz algumas oficinas. Particpei de algumas oficinas na Estação, com Everaldo Marques, e o pessoal do Boi Maracatu, porque o Boi tomou uma proporção muito grande e a gente começou a buscar esses estudos, tanto dos de Recife, quanto daqui, e a gente foi buscando o boi, o coco, o maracatu, e aí começou a ficar uma coisa bem multicultural mesmo no boi, e daí a gente foi estudando mais e ganhando mais experiência. Mas minha história na música, eu sou autodidata mesmo.

Você fala estudar. Você acredita que a composição das suas letras acontece porque você faz um trabalho constante de busca ou é por inspiração?

No início eu tinha como inspiração e, aí com o longo do tempo, eu comecei a expandir a mente para buscar inspiração diariamente, não só inspirar o momento ali certo, como Guitinho falava, eu não consigo chegar e dizer vou chegar aqui, e fazer uma música assim, assim e assim, caramba, eu tenho que ter inspiração, mas eu hoje eu estou meio a meio, 50% de inspiração e 50% de atitude, hoje eu vou parar e vou fazer isso, mas depende muito do dia, às vezes a correria não deixa, mas pelo menos um dia na semana, eu tô aproveitando e compondo com o violão agora, colocando harmonia em algumas músicas e isso facilitou muito também trazer o violão, para algumas composições, ajuda bastante, estava procurando uma frase, uma palavra, que se

encaixe e vai colocando as notas no violão, vai trazendo uma sequência de acordes, que lhe traz inspiração e ali eu começo a brincar com as músicas, com as letras, e às vezes brincando até com os meus meninos aqui em casa. E as músicas vão saindo, vão fluindo. Eu anoto no caderno e gravo no celular também. Hoje eu estou até compondo forró também, além de coco.

Vocês começaram a receber cachê. Qual seria o traço diferente que tem desde o início do coco de vocês?

Temos um traço bem diferente. A gente pegou a batida do surdo de Arcoverde e trouxe ela para a alfaia que a gente faz com as duas baquetas. (COLOCAR NO ARTIGO DE FIGUEROA) E nisso a gente criou a nossa própria batida do grupo, inspirada na batida do coco de Arcoverde. Perguntei se tinha material que queria compartilhar. Ele disse que tinha muita coisa. Que ia passar.

Como se dá o processo do coco hoje. Você falou que você e Samuel fazem as músicas. Que para compor, 50% é inspiração e 50% é atitude, que antes era inspiração, os temas podem retratar cotidiano, a realidade do entorno da comunidade, e para exaltar Arcoverde. Continua com esses temas ou mudou algo de lá para cá?

Continua, mas a gente procura não ir seguindo o que a atualidade pede. Tem muita coisa sem sentido. A gente procura manter a questão da comunidade, do nosso dia a dia, de falar do amor, de falar dos nossos avós. Procura não sair desse nicho no coco.

Você se sente acolhido pelos grupos mais tradicionais do coco?

Sim, a gente se sente muito acolhido. Desde o início a parceria foi muito forte, mesmo não sendo da família. Principalmente, o mestre Cícero Gomes, juntamente com a mestra Severina Lopes, e depois o pessoal do coco raízes de Arcoverde também, o mestre Assis, chegou muito forte. Eles nos chamam, sempre em todos os eventos, em todos os festivais, quando tem cachê, quando não tem cachê. A gente sempre está se ajudando. Eles sempre vêm também para os nossos eventos. Nós podemos tocar as músicas dele, existe essa troca.

Como é que você constrói o roteiro do show?

A gente constrói o roteiro do show de acordo com a época do ano. De repente se a gente vai fazer show no carnaval, quando a gente vai tocar algumas rodas, a gente toca algumas rodas, algumas marchinhas que remetam à época. E sem perder também as nossas músicas autorais. Setenta por cento do show nosso é autoral. A maioria das músicas são nossas, e a gente não pode deixar de se adaptar ao momento, à época. Se for São João, já é mais simples e mais tranquilo para a gente, que a gente já tem aquele repertório próprio do São João, que é uma coisa bem tradicional que a gente nunca sai do eixo. A gente é um grupo que tenta trazer sempre canções

não vistas ainda, anônimas, mas que fizeram sucesso na década de 1960, 1970, canções bem antigas mesmo. A gente acha as músicas pesquisando no Youtube e no google. A gente trabalha muito também com canções de Jacinto Silva, Jackson do Pandeiro.

Existe uma influência de Luiz Gonzaga na música de vocês, de baião?

Existe sim. Tem um pouco de baião também. Tem um amigo nosso sanfoneiro que diz que se a gente colocar uma sanfona já fica um baião. A gente pode estudar já no próximo álbum.

A religiosidade está contida nas músicas?

Sim, muito forte. A gente traz o candomblé e também traz um pouco do catolicismo em algumas músicas. Por conta da minha avó que ela sempre foi ministra da igreja e eu cresci junto a ela ouvindo músicas católicas e tem algumas canções que trazemos essa parte também. Mas hoje está muito forte o candomblé. E também a Jurema Sagrada, a gente saúda muito à Jurema Sagrada. Alguns cantos que a gente faz. Tem também influências indígenas. O afro e o indígena eles se encontram realmente no coco. O trupe em si ele teve origem nessa pegada mais indígena, tanto da pisada, daquela marcação do toré e quando entra a questão África, até hoje não se sabe a origem do coco mundialmente, tem várias vertentes, que nasceram em vários lugares, a África em si está no nosso sangue. Jurema é uma entidade do candomblé que é afro.

De quanto em quanto tempo conseguem compor?

A gente tem uma regularidade. Eu e Samuel e a gente no mês tem quatro encontros. Os ensaios são frequentes, a gente sempre tem ensaio terças e quintas, acontecem aqui minha casa. O intuito, lá trás, estou terminando a minha casa, para essa da frente virar a sede do grupo.

A gente percebe que em Arcoverde vem crescendo o público para ver os grupos. Que ligação você faz disso com o turismo?

A procura hoje é muito grande, de acordo com o que a gente vem trabalhando, isso não era tão forte para a gente antes, devido à iniciativa do Sesc, de reunir os grupos, de mapear isso, de onde são as sedes, os que tinham menos tempo de criação, a gente soube, não têm sede própria, mas usam as casas como ponto de referência e a gente está assimilando isso porque a procura é grande, tanto por instrumento, quanto por material e hoje o pessoal já devido à esse mapeamento já consegue nos achar, chegar no endereço e procurar no WhatsApp, olha, a gente está querendo falar contigo, a gente tem uma pesquisa da escola... e durante o São João a gente recebeu muita visita de turista aqui e foi uma coisa inesperada, não esperava. Mas aconteceu. Não tem gente da minha família alugando casa, mas a gente quando estava com uma sede alugada, lá no loteamento Petrópolis, em 2018, 2019, nessa época, em si a gente não alugava, mas cobrava uma pequena taxa para ajudar na energia, na água e no aluguel. O pessoal que vinha de longe de ônibus, de bicicleta, de carona, que queria curtir o São João aí e ficavam hospedados em nossa sede.

Vocês tiveram uma sede alugada e pararam por quê?

Devido à pandemia. A pandemia paralisou muito e a gente teve que entregar essa sede. A gente dividiu o material na casa da minha vó e o restante para cá.

Antes vocês faziam quantos shows por ano?

Dava uma média de 22 shows, dava para sobreviver dos shows e da venda dos instrumentos. A gente confecciona instrumentos. Alfaia, ilus, a gente está com pandeiros agora que são recicláveis, juntamente com Wellington Santos, eles são feitos de garrafa pet. A gente fez uma entrega semana passada para São José do Egito. Estamos usando triângulo em alguns momentos do show. Agora que a gente vai incluir o surdo, a gente vai incluir as rodas, a gente vai passar a usar o triângulo frequentemente. EDUARDO: Talvez dos cocos todos, a pegada mais diferente é o deles. É uma pegada parecida com o coco xambá. Os mestres não estranham. Foi a convivência com o coco xambá, mas se chama samba de coco.

Como você consegue enxergar o processo de fortalecimento das raízes de vocês por meio da música. É possível?

É possível. Devido às nossas vivências, a gente não pode perder tanto a essência de vivências com os mestres e as nossas comunidades. Essas raízes estão sempre aflorando. É meio que até que é um pouco complicado falar porque tem muita coisa deturpada, saindo do sentido na atualidade de hoje. Se você pegar os jovens, a gente está tentando muito inserir as crianças, levando o coco para as escolas, porque eles é que vão sustentar essa história, esse legado, tem muita criança aqui em Arcoverde que não sabe o que é o coco ainda, mas a gente está quebrando esse paradigma, levando o coco para as escolas, os meninos estão bem interessados. Inclusive até a minha menina também começa a ensinar os meninos na própria escola dela. Isso vai fortificando para que elas cresçam com o coco.

Você trabalha com outra coisa que não seja o coco?

Trabalho também. Eu sou produtor cultural e eu tenho uma banda de forró também. Eu vivo de arte. Atualmente eu presto serviço para a Fundação Terra, sou educador social e arte educador lá também. Trabalho com Marcelo. Faço trabalho sistemático nas escolas levando o coco. O último projeto que a gente levou foi Amanda Oliveira, de juntar escolas públicas e privadas, dia 19 deste mês a gente vai estar com uma oficina de coco lá na Fundação Terra com as crianças. A maioria das vezes não recebemos por isso. A Fundação Terra em si e alguns parceiros têm a troca de trabalho, a gente sempre se ajuda. A gente vai para um evento deles aqui, vai ter uma

oficina aqui, e troca aqui, na próxima oficina que eles possam nos viabilizar isso. A maioria são viabilizados também pelo governo do estado, a gente sempre consegue recursos.

Vamos falar um pouco do teu grupo, quem faz o quê?

Vamos começar pelas meninas. A gente tem Uislaine Lira, que é minha esposa, hoje ela toca triângulo, ganzá e faz o vocal, juntamente a Quiviane, que gosta de ser chamada de fáiça, por conta da capoeira, ela toca também, o ganzá, o abê, que é um instrumento que a gente trouxe do maracatu para o coco, e também toca pandeiro com a gente. E a gente está protagonizando as meninas agora também trazendo elas para cantar no coco para pegar o microfone lá na frente para soltar a voz mesmo. E aí vem os meninos, tem Samuel Santiago, que toca o bombo, a alfaia e faz o vocal. Tem Manuel Silva que faz a parte dos ilus e timbau, alguns efeitos, carrilhão, prato de ataque, agogô, que tudo isso que dá para fazer uns efeitos durante o show e tem Tiago Alves que toca o caixa, o tarol, e todos eles tocam e fazem o vocal. Eu tô tocando pandeiro e cantando e faço a inversão com Samuel, vou para a alfaia e ele canta.

Quem fecha os shows, organiza o transporte, quem faz isso?

Está dividido entre minha pessoa e Samuel. Nós dois é que fazemos a gestão do grupo, a questão dos projetos a gente agora está incluindo as meninas também para que elas possam trazer também a visão feminina para dentro do projeto.

Você percebe o coco como uma manifestação mais machista, mais masculina?

No início, sim. Não vou dizer machista, mas os protagonistas eram sempre os homens porque as mulheres tinham muitas obrigações da casa, para cozinhar, cuidar dos meninos, meio que se tornavam sem tempo para a gente inserir elas. Até tem um exemplo muito grande foi as irmãs Lopes, a maioria são mulheres, na época eram 4 homens e 8 mulheres e a gente pensou em trazer isso também. As mulheres têm que aparecer até para fortalecer. Não vejo como preconceito, mas a gente deixava de inserir porque tinha as dificuldades do dia a dia.

Como chegou a ideia de trazer a reciclagem para os instrumentos?

De acordo com o meu amigo Wellington Santos, ele vem trazendo esse trabalho desde as irmãs Lopes, começou a trabalhar essa questão ambiental e em parceria com ele lá a gente aprendeu a fazer algumas coisas tanto com Wellington Santos, Douglas Viana e com o apoio de Wilton, que não é Wilton Freire, ele reside hoje em Recife, mas ele nos deu muitas oficinas sobre produção de instrumentos e também com o ambiental. Hoje em dia está se fortalecendo. A gente está buscando essas oficinas mais e mais.

E vocês vendem para quem?

Os eventos que a gente está participando. No início, a gente sentia muita dificuldade, a gente só tinha um material, sandália para vender ou figurino que a gente sempre fazia sempre mais. Gente,

quanto é esse figurino aqui, a gente ficava meio perdido até para dar valor, começou a se basear nisso, e hoje a gente está se despertando para este lado por conta da economia criativa, a gente tem que pensar de alguma forma que a gente possa voltar a se sustentar igualmente a 2018, 2019, mas o forte maior hoje é a comercialização de peles de couro e os instrumentos maiores, são os que a gente vende mais.

Os figurinos, são vocês que fazem?

A gente faz os desenhos, compra os tecidos e a gente tem uma costureira para fazer isso para gente. A minha esposa já está começando a fazer esse trabalho também.

Vocês têm ideia de quanto custa o coco de vocês por ano? Custa tanto para fazer um ensaio...

A gente não tem esse levantamento não. Mas temos mais ou menos uma base. No início a gente fazia figurino todo ano, agora a gente está fazendo de dois em dois anos. Quando entra esse figurino e o orçamento junto de viagens, alimentação, os ensaios, energia, tudo, a gente tem um custo anual de R\$ 7 mil a R\$ 8 mil. Incluindo instrumentos, tudo.

Vocês dividem como o cachê?

Antes dividia por porcentagem. Era 50% para o grupo, 25% ficavam para mim e 25% para o caixa do grupo. A gente dividia esses 50% em partes iguais para os 5 integrantes do grupo, eu não me inseria nisso. O restante ficava para mim porque muitas vezes eu nem ficava com essa parte minha, eu já reinvestia no grupo, comprava pandeiro para buscar material. Hoje a gente já está fazendo diferente, é a mesma porcentagem, é, mas a gente está dividindo as funções, quem tem mais de uma função no grupo vai receber diferente de outras pessoas que só vêm para os ensaios e para os shows. Alguns meninos, Manuel, Quiviane, já tem umas funções específicas mais que os outros.

Quem cuida da parte digital de vocês?

Na parte digital no momento estou sendo eu mesmo e Samuel. Vamos aprendendo e fazendo. O design da marca eu mesmo estou fazendo isso. Eu fiz um curso de design pequeno, paguei um aplicativo, porque o convencional gratuito não oferecia os recursos que a gente precisava, aí as artes eu estou começando a montar as artes, tentar buscar o mais profissional possível. Até as fotografias a gente está procurando tirar em estúdio, com figurino novo no estúdio, integrante por integrante, vamos começar a falar desses integrantes, começar a falar das artes, especificamente tanto para as oficinas de percussão, de dança, para a gente protagonizar aquelas pessoas em artes diferentes.

Os instrumentos você faz aqui em sua casa?

Eu faço aqui com o apoio do meu sogro que tem a marcenaria aqui embaixo. Geralmente fazemos nos fins de semana, que geralmente ele está parado, a gente abre lá e é tranquilo lá.

Quando você fala vender, vocês levam isso para vender nos shows?

No início a gente levava muito CD e algumas canecas também. Aqueles chaveiros pequenos. A gente procura também movimentar o dinheiro aqui em Arcoverde que a gente pega. Tem alguns materiais, as canecas, que a gente encomenda, os chaveiros também, os tamancos a gente compra ao mestre para vender aqui, Mestre Assis. A gente vai começar a movimentar valores com ele também.

Vocês não usam mais o tamanco por quê?

A necessidade do tamanco, a gente deixou de usar mais, por conta da falta do surdo na época. Não é por conta de que a gente não sabe dançar com o tamanco, a gente sabe dançar com o tamanco. EDUARDO: é porque são seis pessoas então fica difícil ter uma pessoa para dançar só lá na frente. A gente está trazendo esse tamanco de volta, porque a gente parou também por causa da pandemia. Em 2019, Anderson também estava com a gente, mas não era em todo show. Se tornava um pouco cansativo, a gente que tocava puxar o trupe. Até então, quem puxa o grupo é o tarol, não é o surdo. Inclusive deu certinho para fazer a marcação do trupe. As meninas vão protagonizar agora a dança também. É um instrumento do coco, o tamanco, a gente não pode deixar de usar.

Fico me perguntando se algumas pessoas não cobram o tamanco nas apresentações...

Algumas pessoas cobram, mas alguns turistas, dizem, não. Até então a gente tenta quebrar esse paradigma, mas esse não é o intuito da gente não. Dizem, vocês revolucionaram o coco, no São João, chega daquele tamanco. Gente, o tamanco é um instrumento, mas é preciso usar, a gente não está trazendo nesse show aqui, mas a gente traz o tamanco sim para o show, mas não uma hora e meia.

Então quer dizer que têm pessoas que acham que já deu o tamanco, que acha que não precisa mais usar...

Tem alguns turistas que dizem que sim. Ai, meu Deus, chega daquele trupe, que a gente quer tanto ouvir as vozes, ouvir tanto as palmas de mão, quer tanto ouvir vocês cantando, mas tem hora que aqueles tamancos, com aqueles tacatacatá daí a gente não está entendendo mais nada...

Então um outro viés, não é? Não tinha percebido isso... Como é que vocês se preparam para uma apresentação daqui a 15 dias, por exemplo...

O primeiro passo, a gente se reúne, na reunião, para a questão da adaptação do show, se é pela prefeitura, se é pelo Sesc, sobre o cachê, o que a gente está precisando, o que a gente pode fazer

com aquele cachê, sempre pensar antes no que a gente vai ganhar, porque até então quando a gente tem um show marcado, a gente já tem um repertório pronto, já tem ensaiado, e também às vezes a gente procura se adaptar. Às vezes o contratante diz, vocês fizeram um show em 2018, que a gente viu no Youtube, que a gente queria que vocês tocassem, e a gente pega aquela música para tocar. E o público também. Os nossos shows são de 60 minutos. Uma hora.

A gente tem a data definida do show, a gente faz uma reunião, depois da reunião, a gente monta o repertório, depois desse repertório, a gente faz um ensaio, mas também não faz tão árduo para não desgastar tanto para o pré-show. No caso do pré-show a gente se reúne novamente para revisar as vozes, tem às vezes que alguém pegou um resfriado também, aí a gente designa que outra pessoa faça essa voz de quem ficou doente. Ou se acontecer algum caso de a pessoa adoecer, tem umas pessoas que fazem a substituição, que ficam digamos na reserva.

Quais foram as mudanças que você percebeu de quando começou o coco até hoje. Acho que já falamos um pouco sobre isso, não é? E o diferencial do grupo de coco de vocês... Agora a gente entra no eixo da tecnologia, no caso do coco de vocês ele já veio na era da tecnologia, vocês são de 2015, não é isso? A tecnologia impactou no fazer a música de vocês? Não teve impacto, mas nos proporcionou maior visibilidade. Hoje a maioria dos shows fechamos por Instagram e WhatsApp. É o principal canal.

A questão das plataformas digitais, Spotify etc.?

Eu faço essa parte. Como eu fui fazer essa pesquisa para me filiar à UBC eu também encontrei a OneRPM que é uma plataforma que é muito usada no Brasil que a gente faz a distribuição das músicas aqui no Brasil por essa plataforma. EDUARDO: ela distribui para todas as plataformas de uma só vez. Sim, já estamos sendo monetizados. A questão dos direitos autorais também, se alguém posta no reels, o Instagram mostra para a gente, restringe por um tempo, mas a gente consegue fazer a liberação. A questão do direito autoral está muito forte e nos beneficiou também. Na questão autoral e de liberação de música. Ainda não recebemos dinheiro. A gente está finalizando nosso CD, eu lancei 3 músicas agora no Spotify, e a gente está patrocinando no Google Ads para conseguir ouvintes e conseguir monetizar e ganhar dinheiro com isso. O Youtube ainda não está monetizado. Antigamente era mais fácil, você fazia o canal e ali já estava monetizando. Agora você tem que ter mil inscritos e quatro mil horas de vídeos assistidos. A gente perdeu um canal com 300 e a gente está com uns cento e poucos agora. A gente perdeu por direito autoral, a gente não sabia, não tinha conhecimento e perdemos por isso aí.

Vocês já gravaram um álbum?

Sim, gravamos aqui em Arcoverde em 2018. No Mixon estúdio. Nosso amigo Eder Santos e lançamos no mesmo ano no São João de Arcoverde. Estamos indo para o segundo.

Você enxerga as plataformas como potencializador ou como enfraquecedor do coco?

É importantíssimo. Um nicho que estou estudando, ele atualmente, é o nosso futuro. O CD físico a gente já não pensa mais nisso. A gente fez em 2018 depois a gente parou para pensar e disse: caramba, por que que a gente fez essa impressão dessas cópias. Só para a gente usar em projeto. Mas hoje em dia os projetos estão pedindo só os links. Está uma coisa tão futurista, tão necessária que é uma coisa primordial, a gente não pode deixar de usar não. É uma coisa importantíssima. Estamos nessa busca, estamos estudando e tentando se atualizar para isso, porque o nosso futuro é esse, os streamings.

E qual é o público do coco de vocês?

Nosso público hoje em dia a maioria as crianças em si. As crianças estão usando muito o coco, mas a gente está com o público muito aberto. Digamos, de oito anos de idade a maiores de 60 também.

Mas se você fosse fazer um recorte, o que você diria que é a maioria do seu público?

Com base no nosso Instagram, dá em média entre 25 anos e 40 anos de idade. É a maioria.

Os desafios do grupo. Quais são os desafios que o Pisada Segura encontra para se manter?

Nosso maior desafio hoje. Antigamente, a nossa cabeça em si era show. Hoje em dia não, acho que o principal desafio é a gente tentar se manter. Viver do Samba de coco novamente, não sobreviver, mas viver dos nossos recursos. A gente está se adaptando para isso.

Quais são as necessidades de vocês? Infraestrutura etc.

O impacto da pandemia foi muito grande, muito grande mesmo. A gente teve que se desligar do nosso grupo, para se virar em outras coisas, para trabalhar, comercializar outras coisas e a infraestrutura do grupo ficou bem carente. A gente vai passar os dois anos da pandemia mais um ano para poder confeccionar um novo figurino que foi justamente esse para o São João de 2022. A dificuldade é muito grande. Geralmente a gente se reúne com recursos do nosso trabalho, a gente coloca do bolso para fazer as coisas do grupo, a gente nunca deixou de fazer isso, desde o início dos nossos trabalhos para tentar manter o grupo. De 2017 a 2019, ali, o grupo conseguiu se manter tranquilo, a gente conseguiu começar a ganhar o próprio dinheiro, só o grupo ali, que andou com as próprias pernas, mas aí veio a pandemia e quebrou as pernas.

Esse ano fizeram quantos shows?

Esse ano, juntando os ensaios abertos, os shows privados, fizemos 9 shows.

O que vocês fazem para manter o grupo ativo fora as apresentações de São João?

Venda de produtos, shows privados e os ensaios abertos.

Quanto custa sua apresentação e o retorno financeiro obtido?

A nossa média de cachê é a gente hoje está adaptado para R\$ 4 mil. Mas a gente tem comprovações de R\$ 2000,00 a R\$ 8000,00, dependendo do tipo de evento e do orçamento do contratante. A gente se adapta.

Quais são os canais que utilizam para que o público chegue até vocês?

Temos os digitais, as visitas estão mais constantes, os ensaios abertos que acontecem aqui. O público começou a interagir mais conosco. Diria que 50% a 50% estão com rede sociais e também escolas e as pessoas que nos procuram para conhecer a história do grupo e as escolas propõem oficinas. A gente sempre tem essa interação.

Qual o valor do seu grupo para a cultura de Arcoverde?

O nosso valor é de preservação da nossa cultura e também de buscar o novo. Creio que o valor cultural que a gente tem, seguindo o que o público nos fala, é um valor cultural de renovação. Mantém a tradição, mas traz a inovação e ficamos também com responsabilidade de assumir o papel dos mestres futuramente porque eles não vão estar conosco, vão passar o cajado para a gente. Já temos essa visão de futuro a gente fica nervoso, caramba, eu não me vejo como mestre ainda não, mas o mestre Cícero diz, preste atenção, mais na frente eu não vou estar é você no meu lugar. Ele diz: se responsabilize e assume o seu papel.

O que você espera alcançar com o grupo Pisada Segura?

O pisada segura a gente almeja muito levar nossa música para o Brasil. Que o Brasil nos conheça. Que o Brasil possa conhecer Arcoverde. E a gente tem resquícios em algumas cidades, a gente foi fazer em 2021, em Romualdo Freitas, uma oficina lá no Acre, fizemos uma roda de coco com o pessoal, o pessoal já tinha a música do Grupo Trupé de Arcoverde, de Assis Calixto e das Irmãs Lopes, já tinha na ponta da língua já, o pessoal do Acre. Comecei a cantar e cada um começou a responder. Começamos a brincar lá. O que a gente tem de intuito é isso, de poder levar nossa música para todo cantinho do país e, se possível, com essa proporção se tomar, levar para fora do País também.

Quais as expectativas que vocês enxergam para o samba de coco no futuro, não só o seu?

A expectativa para o samba de coco é que ele sobreviva, antes de tudo. A dificuldade é muito grande, mas a gente já vê que o impacto do samba de coco não só em Arcoverde, Pernambuco, mas no Nordeste e fora do Nordeste, em algumas capitais já é muito grande. A gente deve muito aos mestres, por todo o trabalho que eles vêm implantando, a gente deve isso. Lá de 1990 para cá, que foi quando aflorou mesmo isso, e a gente espera que possam nos reconhecer não só aqui

na nossa cidade, mas mundialmente, não é que a gente anseie por isso, mas é o que a gente espera por isso. Porque isso, o coco, é uma brincadeira sadia.

Quando você fala de muitas dificuldades, você se refere aos shows, é isso?

Também, mas é dificuldade que muitas pessoas ainda não nos entendem. Quando vai falar de grupo, hoje em dia, um samba de coco é uma banda mesmo porque a gente trabalha no mesmo formato de uma banda. Não é mais um brinquedo. A gente tanto trabalha a brincadeira, olho a olho, mas também tem a interação com o palco, com o público ali, com um show grande, e isso está tomando uma proporção tão grande que a gente já está tomando o mesmo processo de grandes bandas aí. Para o futuro, meu intuito é que a gente seja chamada de banda, mas não vai perder a essência, porque muitas pessoas vão nos conhecer como grupo. A gente estava se intitulado como Samba de Coco Pisada Segura, hoje a gente diz Grupo Pisada Segura. Pode haver essa adaptação, a gente é jovem e a gente pensa muito na frente. A gente vai de 21 anos a 31 anos.

EDUARDO: Sobre esse festival que a gente está fazendo junto, como é que você vê esse festival?

O festival em si, no ano passado, a primeira edição, foi uma coisa magnífica, a contribuição, a entrega de todos. Foi muito grande. Contribui muito no que a gente estava mais carente, que é a união dos grupos. O festival veio para unir esses grupos, para quebrar os paradigmas: “não vou para o ensaio do mestre, porque o mestre não me chama para cantar. Eu não vou para a apresentação do Raízes de Arcoverde, porque não me chamam para cantar. E, se quebrou essas paredes, está todo mundo conectado, o festival veio para nos conectar. Antigamente, tinha se quebrado esse elo entre as famílias e agora eu vejo todas as famílias trabalhando unidas no coco. Esse festival para mim veio com intuito de união.

A questão da economia criativa do festival acendeu tanto para o nosso grupo como para outros grupos também que não faziam esse trabalho. Hoje em dia, antes tinha a questão da gastronomia, dos alimentos, a gente não comercializava, hoje, com o público de fora, a gente está fazendo isso. A gente está trazendo a economia criativa para dentro do grupo, conseguindo movimentar um ensaio aberto, gerar renda para custear nossas despesas. A economia criativa veio para revolucionar mesmo e abrir nossa mente que estava bem fechada quanto a isso.

Algo a acrescentar?

Sobre o samba de coco. O samba de coco hoje em Arcoverde eu creio que já é um mérito cultural nosso, mas que a cidade em si já nos reconhece também como um mérito cultural e é uma alegria muito grande fazer samba de coco aqui na nossa comunidade, partindo da nossa comunidade saindo daqui para outras cidades. A cultura popular ela nos salva, é vida, é inspiração, nada mais

que o samba de coco não poderia de deixar de nos proporcionar essa alegria e esse saber também, nossas vivências, nossos encontros.

- FIM -

QUEBRA COCO ALIANÇA - 15/7/2022

Entrevistado: Sr. João Paulo

As origens do grupo de vocês?

O nosso grupo deste ano completou 18 anos no mês de junho agora. Tudo começou como uma brincadeira. A gente fazia parte do grupo de jovens de nossa comunidade aqui na Fundação Terra e aí surgiu uma ideia, numa época junina, daqueles jovens organizarem uma apresentação cultural, e na ocasião foi proposto que fosse um samba de coco, e alguns integrantes daquele grupo de jovens se reuniram e fizeram uma pesquisa rápida como montar um grupo de samba de coco para esta apresentação específica, porque ia ser só para este evento, esse festival junino da igreja. E aí juntaram algumas pessoas, arrumaram alguns instrumentos improvisados, um surdo improvisado, um pandeiro emprestado, um triângulo emprestado e, conseguimos fazer uma apresentação nesse evento desse ano. Aí outras pessoas que assistiram essa apresentação já chamaram para fazer apresentação em outros locais, aproveita e leva os meninos para apresentar lá. E aí o grupo foi começando a tomar gosto por fazer essas apresentações, a ensaiar de fato, a montar um grupo que até então não existia, não tinha local definido, não tinha nome definido e aí inclusive esse nome Quebra Coco Aliança vem do grupo de jovens, que a gente formava o Grupo de Jovens Nova Aliança, era o grupo da igreja, aí a gente juntou e formou esse grupo Quebra Coco Aliança. No ano seguinte de formação de nosso grupo, a gente já foi convidado para tocar no São João da cidade, lá no centro, e aí foi a nossa primeira experiência para tocar para um grupo grande, era um público novato, sem tanta experiência, mas a gente já tocou no ano seguinte. O grupo se formou em 2004, em 2005 já fez a primeira apresentação no São João e, de lá para cá, o grupo sempre tem se apresentado nas festividades da cidade, tanto juninas como em outras que acontecem, mas a origem do grupo se deu com esses jovens que se juntaram só para fazer uma apresentação temática naquele dia.

Você, especificamente, como começou o seu interesse pelo coco?

Eu não sou de Arcoverde. Eu vim de outra cidade. Eu vim de Pesqueira, de um sítio que é município de Pesqueira, que se chama Sítio Capim de Planta, e aí, quando eu vim morar em Arcoverde, eu fui convidado pelos meus amigos para conhecer o São João de Arcoverde, era a primeira vez que eu vinha conhecer o São João. E aí a gente foi conhecer os polos. A gente foi conhecer o polo de pé de serra, a gente foi passando de polo em polo e aí fui ao polo que estava tocando o samba de coco que na época era o raízes de Arcoverde, seu Cícero ainda fazia parte do coco raízes, inclusive era ele que estava tocando na hora que eu cheguei. Eu tinha na época uns 16, 17 anos. Aí eu vi seu Ciço cantando aquela música: a vida estava tão boa, quem foi que

mandou me chamar. E acabou que eu fiquei ali escutando, escutando, e o pessoal chamando para outro polo e eu dizendo: vamos ficar mais um pouquinho. Vamos ficar mais um pouquinho. Acabei que eu fiquei lá sozinho, os meninos foram embora e eu curti o show inteiro. Então quando eu vim morar, que a gente já tinha uma ideia do samba de coco, a gente não sabia montar, mas a minha primeira experiência foi com os meninos no São João.

Daí foi ouvindo e se propôs a formar esse grupo. Quando vocês começaram, eram quantas pessoas?

A primeira formação, a formação original do grupo, eu ainda não participei da primeira formação, aquele que criou o grupo. Essa história que eu estou te contando, é a história de Marcelo, que hoje faz parte do Fulô de Barro, Aldemir Bruno, Novinho, José Gonçalves, tinha o rapaz que tocava o surdo para a gente, José, tinha outros da comunidade, até então, eu era o “ureia”, querendo participar, ficava ali do lado, querendo participar, ainda com aquela timidez. Aí quando o grupo começa a ensaiar, eu já comecei a ir para os ensaios, muitos dos componentes hoje, que tocam com seu Ciço, o Edinilton, que era nosso surdista antigamente, Fábio, muitos que tocaram com a gente, acabam migrando para outros grupos também, a gente meio que foi formador de algumas percussionistas para outros grupos, eu também já fiz parte, já toquei uma temporada em outros grupos, Amanda Lopes me chamou para uma temporada, eu fui adquirir bastante experiência com eles lá também. O nosso grupo acaba servindo de uma base de formação para artistas que serviu até os outros grupos, como é o caso do trupe, que foi Novinho, o Edinilton, o Fábio, que eram pessoas que faziam parte das nossas oficinas de coco.

Como foi o processo criativo de vocês?

O grupo ensaiava na rua da linha, que é aqui perto da fundação terra. O grupo se reunia na rua da linha, dali para a rua São João, não tem uma casa específica. A minha primeira participação no grupo eu entrei para responder o vocal. Quem cantava, era Marcelo Gonçalves e Novinho, com o tempo, eu passei a aprender a tocar os instrumentos. Primeiro eu peguei o pandeiro, depois eu peguei um pouquinho do ganzá, peguei um pouquinho do triângulo, até do surdo, meu objetivo era aprender um pouquinho de tudo. Minha vontade era sempre cantar, na frente, porque eu achava bonito a puxada dos mestres, eu via seu Assis cantando, seu Cícero cantando eram as referências que me faziam querer cantar também. Aí, com o tempo, alguns componentes do grupo foram saindo por questão de trabalho, foram se distanciando, aí foi abrindo espaço. Chegou um tempo que eu disse, agora eu vou para a frente, vou cantar. E depois de 2008, 2009, por aí, eu assumi a questão de cantar lá na frente, de ser o puxador, juntamente com Novinho.

E com o tempo assumiu a liderança do grupo?

Isso, exatamente. Com o tempo, ficou Novinho, Aldemir Bruno e eu. Ficaram esses três lá do início. E aí a gente foi agregando novas pessoas, fazendo oficinas, ensinando pessoas da nossa comunidade. Tem muita gente que hoje não está no samba de coco, mas que passaram no grupo, que aprenderam. A gente trabalhou formando pessoas. Inclusive a gente está com cinco pessoas novas no grupo que estão aprendendo esse processo para futuramente fazer parte definitivamente no grupo.

Você falou que o grupo começou na igreja, mas como é que vocês confluem com a questão do coco, que é uma dança de origem africana, indígena, e também do candomblé, como é que se deu isso na Igreja Católica?

Foi bem tranquilo. Inclusive a ideia partiu do coordenador, Jailton, ele nunca viu um empecilho quanto a isso, ele era um incentivador até hoje ele participa fortemente. Ele é da igreja, ele não tem, ele nunca teve. Essa pergunta me faz ter bem claro essa ideia porque inclusive eu faço parte do grupo da igreja e nunca deixei de participar. Estou dentro da capoeira, eu sou contramestre de capoeira, estou dentro do samba de coco. Nunca teve confronto, sempre foi uma relação muito tranquila. A gente toca inclusive dentro da igreja. Essa apresentação da criação do grupo foi de um evento da igreja. Inclusive a gente foi convidado para tocar agora dentro do festival de São Cristóvão, da igreja, no dia 30 de julho, em frente à igreja. Não tem não essa barreira.

Você compõe ou apenas canta?

Eu tenho umas composições com música de capoeira. Eu ainda não parei ainda para fazer uma música de samba de coco, inclusive eu estava comentando com o pessoal aqui que está chegando a minha hora de começar a compor minhas músicas de samba de coco. Eu componho muito música de capoeira. Algumas músicas da capoeira que o pessoal canta. Eu canto muito no samba de coco músicas que foram dos componentes do grupo, como José Gonçalves, como João Batista, que seu eu não me engano agora está na França, Marcelo. Teve muitas músicas que foram construídas com ideias em geral, coloca isso, dá pra colocar esse verso, coloca isso, com consenso geral, vamos dizer assim, mas sempre tem aquele que assina a obra, no caso aquela pessoa que vai pra casa, que pensa, que amarra os versos, e quem fazia geralmente é José Gonçalves, que agora parou de cantar samba de coco, ele agora está trabalhando em outra área, mas o grupo tem muitas composições, como Foice Amolada, o balanço da jangada, noite de lua.

Ao todo são quantas músicas?

Atualmente, eu acredito que tem umas dez músicas que são composições do grupo. Não são registradas. O grupo infelizmente ainda não se organizou para fazer os registros. Mas estão anotadas, datadas, tudo certinho.

Me fala da realidade hoje do grupo, a composição?

Hoje a gente trabalha com uma média de dez, doze pessoas. Eu, juntamente com Novinho, a gente são as vozes masculinas que puxam na frente. Voz feminina a gente tem Aldirene, que canta, surdista, Wellington Santos, que está com a gente há bastante tempo também, desde a saída de Edinelton, ele assumiu o surdo. Aí tem o filho dele, Vertinho, que faz a parte da dança e também reveza o surdo com ele, quando ele vai fazer uma performance, que tem uma música que ele criou que é a velha do Ribeirão, ele criou a velha do ribeirão, deu vida à velha do ribeirão, que ela vai dançar na frente, que é Wellington vestido como uma velha, que ele faz a dança que nessa hora quem assume o surdo é Vertinho o filho dele, e o pandeiro, hoje atualmente é o mestre canguru, vocal, tem Josilene, Paulinha e Talita e na dança a gente tem Kidiane, a professora Meia Lua e nossa amiga Betânia.

Vocês utilizam tamanco?

Sim. Uma das prioridades do grupo, inclusive a gente discute isso em reunião, é a gente manter a originalidade do samba de coco. Então o tamanco, tudo certinho. Algumas inovações que a gente faz, é uma performance, é uma brincadeira à parte, que o grupo criou ali, mas a gente mantém ali a tradição, tem que ter o tamanco, tem que ter a pisada direitinha, tem a parcela, tem que ter o trupe, tem que ter os versos amarradinhos, com os trupes acompanhando, tem que ter tudo amarradinho para não perder a tradição também. E os mesmos instrumentos.

Os temas das músicas que vocês tocam remetem a quê?

As músicas, como o balanço da jangada, o tema principal, é falar dos grupos de samba de coco da cidade. Arcoverde é a cidade que tem o samba de coco. A gente fala o nome dos cocos. Na época não existia o Pisada Segura. A gente cita a Estação da Cultura. É uma saudação dos pontos de samba de coco, dos pontos de cultura. Outros temas falam do tema de lampião, algumas falam de amor, que é a música de João, e várias outras, cana boa, do trabalho com a cana de açúcar. Temas bens regionais mesmo.

Hoje vocês já têm traje?

Hoje a gente tem uma colega, que se chama Simone, a gente sempre procurava uma pessoa que fizesse um figurino no capricho e ela fez. Tem umas fotos que depois a gente pode te mandar. A gente achou magnífico. Ela realmente conseguiu trazer a ideia de que a gente pensava para o figurino. A gente só não usou figurino na época da formação do grupo, depois a gente começou a correr atrás para conseguir um figurino. Nosso primeiro figurino era verde com flor de girassol. Uma das nossas preocupações era ter isso.

Quando começaram a receber cachê?

Depois de um ano a gente já começou a receber cachê. A gente nem esperava que a gente fosse ser convidado. A gente também por ser um grupo de jovens a gente criou uma batida muito rápida,

era muita energia. Todo mundo pegava o instrumento, a gente queria espancar o instrumento. A gente tinha muita energia. Inclusive eu lembro de uma vez que algumas pessoas vieram de outros grupos assistir à nossa apresentação e disseram: vocês tocam muito rápido. Tem que manear. Aí um dia a gente conversando a gente disse: quer saber, é o nosso diferencial. É a nossa marca, os garotos da periferia. Vamos tocar rápido mesmo, é trupé pesado mesmo, é a nossa marca. E a gente sempre tocou, o surdista bota pegado. É o show todinho, dificilmente tem uma parcela lenta, é parcela média à rápida.

Eu ia perguntar qual o diferencial de vocês. Então seria essa pegada rápida?

Exatamente. Temos que ter nossa identidade. Nossa identidade é essa: é tocar rápido. Uma outra coisa, subiu no palco, tem que transmitir energia. É primordial para o grupo Quebra Coco Aliança transmitir a energia de cima do palco para o público embaixo. Quando você faz isso, a energia volta. A gente tocou agora, no Cruzeiro, quando a gente subiu, lotado, hoje a gente vai mandar tudo que a gente tem lá para baixo, foi dito e feito, a alegria de quem dança lá na frente, a gente brinca com Betânia, ei, Betânia, ela tem cinco anos quando está lá na frente, ela e Vertinho, se desmancham, Wellington no surdo se desmancha. É como se fosse a apresentação da vida. A gente vê que o público olha para a gente e manda isso de volta. Então a gente vê que uma das marcas da gente é a pegada, e transmitir energia o tempo todo. É energia no máximo, lá em cima, o tempo inteiro.

O processo da letra das músicas é no coletivo, as músicas ainda estão sendo registradas e não existe uma regularidade, de hoje eu vou me sentar para compor...

Muitas ideias de música acabam surgindo de brincadeiras, de temas soltos, de estar ronronando feito gato, e fica na cabeça e sai a música, e vai botar uma letra, uma coisa. Mais ou menos por aí. Não é feito a capoeira que eu digo, hoje eu vou compor uma música. A gente acaba no ensaio, alguém brincando, batendo pá pá pá e sai uma música.

Você pensa todo dia no coco?

Eu divido bem. Hoje eu divido bem, a capoeira que anda na outra mão. Então, quando vai ter o ensaio, é no sábado, então, da sexta para o sábado eu tiro esse tempo para me preparar para esse ensaio, para a criatividade desse ensaio. Durante a semana, como eu trabalho com a capoeira, então eu tento me dedicar a esse trabalho também, mas uma coisa ajuda a outra, porque, no nosso repertório, tem muitas músicas da capoeira, não músicas minhas, porque as minhas falam muito especificamente da capoeira, mas a gente faz um trabalho de pesquisa que tem muitos mestres da capoeira que compõem músicas que não são especificamente de capoeira, como é o caso do mestre Luiz Cangaia, Mestre Barrão, mestre mão branca, que compõem música que a gente traz para o coco.

Você consegue enxergar o processo de fortalecimento de suas raízes por meio da sua música?

Trazer músicas para dentro do samba de coco tem que ter um certo cuidado, porque, querendo ou não, o samba de coco tem uma característica, dependendo da música que você traz, e coloca dentro, você perde um pouco essa característica. Por mais que seja de outra ideia que não saia totalmente fora daquilo que o samba de coco pede, porque senão você perde uma característica forte disso aí. O cuidado que o grupo tem hoje é de trazer músicas que agregue ao que o samba de coco pede. Porque é muito importante você saber que Lula, Ivo, hoje seu Ciço, seu Assis, são um pessoal que mantém uma tradição e eles sempre tiveram muito cuidado com seu repertório, com o que eles fizeram. Sempre tiveram. Hoje não dá para abrir mão desse cuidado. A gente tem que manter que as músicas que venham tenham uma tradição com a originalidade.

O espetáculo de vocês dura quanto tempo e como é que vocês escolhem o repertório?

O repertório é sempre decidido em conjunto. Quem tem uma ideia diz, pensei em tal música, traz para provocação. Traz e a gente conversa. Porque às vezes você gosta de uma música, que tem uns tracinhos, uns trechos que não dá muito certo, e você trazendo para mais ouvidos, mais opiniões, sempre vai ser melhor a decisão ser tomada em conjunto justamente por causa desse cuidado que a gente tem de defender uma bandeira muito forte que é o coco.

Vocês, enquanto grupo, já têm dividido, assim, a apresentação dura uma hora?

Nosso repertório é feito para durar uma hora e meia, porque a gente nunca sabe. Em São João, eles pedem para segurar mais um pouquinho, se o outro grupo for demorar a entrar. A gente tem um repertório sobrando para atender. Dependendo do lugar que a gente vá, a gente a tem dois modelos. O grande, a gente coloca todas as performances que a gente criou, como é a velha, como é o macuqueto, que é uma brincadeira que surgiu dentro do grupo, que a gente pegou o maculelê e juntou com folguedo e fez o macuguedes, que é dançando e batendo com os facões. Esse é um tipo de performance que só cabe quando o show é maior, quando o palco é maior, uma coisa mais estruturada. Quando o show é menor, quando o palco é menor, a gente tem outra forma, que é um show mais simples, com menos tempo.

A dança de vocês traz alguma inovação?

A brincadeira que a gente traz é com o macuqueto, o maior exemplo da dança com os facões, mas na pisada mesmo do samba do coco, a gente segue a pisada mesmo, do trupé e da parcela. Logicamente que quando eles se empolgam, no palco, que é o caso Vertinho, que é um moleque que é muito topado, ele gosta de fazer muita variação. Ele nunca vai no trupe ali. Fica um desafiando o outro. Ele e o pai. Ele desafia com o pé, o pai desafia com o surdo e vai brincando ali e sempre acaba saindo alguma variação diferente.

Como você fala muito do mestre Assis Calixto, do mestre Ciço Gomes, participou do grupo da mestra Severina Lopes, você se sente acolhido, já que você não é filho, sobrinho, neto de nenhum deles e você veio de Pesqueira?

No início, não. Mas eu acho que quando você começa a mostrar o seu valor de uma forma respeitosa, a fazer um trabalho, porque uma coisa que os mestres querem é manter a tradição que às vezes chega um menino novo demais e quer inovar muito, sabe, então, é normal você ter de início essa barreira, porque são eles que estão defendendo ali a cultura, o que eles fazem há muito tempo e entender de fato que aquele novo está fazendo. E como eles começaram a entender que eu vim para manter o legado deles, sempre faço questão de falar, uma vez me perguntaram se eu tinha vontade de ser mestre, eu digo, mestre só se for de capoeira, enquanto seu Cícero, dona Severina Lopes, seu Assis e seu Damião estiverem vivos eles serão os mestres. Não tenho essa pretensão. Faz dezoito anos que estou aí fazendo samba de coco, mas não tenho essa pretensão. Nesse evento que teve agora as pessoas vieram me chamar de mestre eu disse, educadamente, mestre não. É pesado demais. Não dá, você ser chamado de mestre, sabendo que tem dona Severina, seu Cícero, seu Assis, seu Damião, não. Mas assim, hoje eu me sinto bem acolhido. Quando eu vou lá na casa de dona Severina Lopes é sempre uma alegria. Ela sempre está perguntando por mim. Eu gosto demais dela. O respeito que ela tem por mim. Tive no último evento dela lá. Um abraço muito verdadeiro. Seu Ciço conversa comigo tranquilamente. Seu Assis, inclusive ele estava me chamando lá naquele dia no Sesc, para ir na casa dele, para a gente cantar umas músicas.

Vocês fabricam os instrumentos de vocês ou compram?

Quando a gente fez a formação, a gente tentou comprar um surdo, umas coisas quem disse que o dinheiro deu? Aí a gente teve a brilhante ideia, sem experiência nenhuma, de fazer com couro de bode. A gente não sabia que tinha que curtir o couro, colocamos o couro cru e esse surdo ficou sem dar som. A gente pegava jornal. Não sabia que tinha que curtir o couro. Depois, com o dinheiro que gente ganhou, a gente comprou o surdo, o triângulo, o pandeiro... Hoje a gente tem Wellington Santos, que ele tem o ateliê dele, que faz o ganzá, o triângulo, o nosso triângulo foi ele que fez, de alumínio, que ficou muito bom por sinal.

Eu estava falando anteontem com Neidson e ele disse que faz pandeiro de material reciclado. Vocês produzem todos os instrumentos?

Não. O pandeiro e o surdo a gente compra. Quem produziu para a gente o ganzá e o triângulo foram feitos por Wellington Santos e os tamancos a gente compra de seu Assis.

Vocês usam tablado na apresentação de vocês?

Sim. Para não dizer que a gente não fez nada, o tablado eu fiz. Porque o tablado era muito grande. E para carregar, como a mala do meu carro é pequena, sempre era aquela mão de obra danada, a mala tinha que ir aberta. Eu pensei, vou fazer um tablado menor, um tablado portátil, e ficou pequeno, deu na mala. A gente fez esse só para a gente mesmo, não vendemos.

Com que frequência vocês ensaiam? O grupo já participou de algum curso? Vocês oferecem alguma oficina para o público?

A nossa frequência de ensaio é quinzenal, porque como muitas pessoas do grupo da gente trabalham, e trabalham em regime de plantão, a gente pega esse ensaio e combina o melhor dia para todos, e a gente tenta manter essa frequência de 15 em 15 dias, nos sábados, de preferência, que dê para todo mundo. E com relação a aula de canto, essas coisas, só uma integrante, a Paulinha, que entrou agora há pouco, que ela já fez aula de canto, mas eu, por exemplo, aprendi com os mestres cantarem. Aprendi com seu Ciço, com seu Assis, vou olhando cantar.

Se tem uma música que o pessoal não conhece, a gente divide bem as vozes. Nesse dia a gente não trabalha o instrumental. Quando é uma música que o pessoal já decorou, já consegue encaixar bem, a gente começa a trabalhar o instrumental, aí a gente coloca uma parada, colocar um efeito, geralmente Wellington é cheio da criatividade, geralmente ele bota uma coisa, e só depois a gente faz a junção. Com as músicas novas, a gente trabalha separadamente. E as músicas de domínio, a gente trabalha normalmente, faz um ensaio com uma batida geral.

Onde vocês ensaiam?

Atualmente, a gente está ensaiando aqui em casa. A gente não tem uma sede própria. Antigamente, a gente ensaiava na rua de São João, passou para a Rua da Linha, agora a gente está fazendo no terreiro de casa, onde acontece a sambada, o ensaio aberto. Está ficando já tradicional no terreiro de casa já que é na rua Luiz Gonzaga.

Vocês percebem uma mudança no estilo de vocês, no jeito de tocar, de quando começou o grupo, há 18 anos e hoje?

Muito, porque a gente não quis perder essa identidade, mas a gente quer colocar qualidade naquilo que a gente está fazendo. Então, uma preocupação, tem que fazer, mas vamos fazer isso bem-feito, porque senão vai virar a bandinha do Chaves. Aí a gente foi sempre com essa preocupação, de fazer bem. Buscar uma ideia de tocar rápido e fazer bem. Eu evolui muito, porque você escutar mais, detalhes que antigamente você não escutava, e você vai ajeitando, o tempo vai te dando essa experiência, porque de início a afobação não deixa. Mas com o tempo tem coisinhas que dá para ajeitar, está legal, mas vamos fazer assim e a gente vai ajeitando.

João Paulo, você trabalha com o quê, fora o coco e a capoeira?

Eu sou formado em Educação Física, e eu agrego a essa minha formação o trabalho que eu faço com a capoeira, mas também eu trabalho com educação física. Hoje eu trabalho na ONG Amigos do Bem, já trabalho há dez anos, desenvolvo esse trabalho com a capoeira, e quando precisa, lá na quadra, com educação física, também estou lá. Nesses dez anos, a minha dedicação tem sido para a capoeira, inclusive tenho que ter essa formação para melhorar, para dar qualidade à capoeira que faço com eles lá. Também faço artesanato. Faço uns bonequinhos, inclusive na feira do Sesc... esse é um bonequinho, tem as alpercatinhas. Esse chapéu é todo feito de papel cortado, crepom, cola e arame. Inclusive eu fiz essa maquete que é o nosso grupo, que é mapa de palco. O ganzá, o triângulo aqui na ponta. Eu também faço esses aqui que é mais voltado para capoeira. Lá quando vai ter algum evento, gosto de fazer a ornamentação também.

Você falou a questão do mapa da apresentação, do palco, quem é que fica responsável de fechar show, de ver o transporte, alimentação, palco, iluminação, quem faz isso no grupo?

Atualmente, eu, e Aldemir Bruno. Somos os fundadores do grupo. Geralmente somos nós dois, que organiza, e a minha esposa também. Ela é mais responsável por figurino, de entregar, é esse, esse e esse. E eu faço a parte de montar no palco. A gente não tem uma pessoa que faça isso para a gente. Mas, futuramente, e uma coisa que foi discutida no Sesc, que a gente precisa ter pessoas no grupo que façam isso para a gente ficar mais folgado para apresentar. A gente já está se organizando para deixar com as pessoas novas que estão chegando no grupo. De deixar com a menina que faz as fotos e os vídeos, a Jéssica. A gente não tinha isso antes. A Jéssica fica responsável por isso. Alimentar a página do Instagram que a gente também não tinha. A gente tem uma pessoa só para isso. Inclusive é uma das pessoas que a gente quer indicar para aqueles cursos lá do Sesc. Futuramente, a gente vai trabalhar uma pessoa que vai ser aquela pessoa que vai trabalhar o mapa do palco. Por muito tempo, eu assumi essa função e não dá para cobrir tudo.

Este ano vocês vão fazer quantos shows?

Shows mesmo a gente fez agora no São João, a gente fez quatro pela prefeitura. Tem esse agora que a gente vai fazer do festival da igreja para o próximo dia 30. Uns 5 até agora. Não sabemos até o fim do ano quantos a gente vai fazer, não tem nada marcado ainda. Vamos ver esse do festival do Sesc, não sei a programação ainda. Fora esses a gente não tem nada ainda não.

E como é que chega para vocês a marcação desses shows? As pessoas procuram pelas redes sociais?

Eu estava até falando esse ano foi o ano que o Quebra Coco teve mais visibilidade. Até mesmo pela ideia do grupo. Por a gente ser pessoas muito ocupadas com outras tarefas, que a gente não sobrevive da arte, a gente não é aquele coco de tradição de família, que tem sempre alguém da família cuidando, todo mundo do grupo trabalha em N coisas. Se pergunta por que o Quebra

Coco existe, o grupo Quebra Coco existe por amor à arte, porque se fosse só por dinheiro a gente não existiria. São 18 anos de batalha para existir, porque todos têm os seus compromissos diários, não é um grupo de tradição de família, então é bem complicado. O que tem mantido o grupo até hoje é o amor à arte. É amor pelo que faz, subir em cima do palco e se divertir. Mas esse ano a gente notou que houve o aumento da visibilidade, inclusive a pessoa que me chamou para a gente fazer o show, foi a pessoa que viu o vídeo com o show, divulgado. Querendo, ligue para esse contato, que não é só o meu contato, mas é contato do Ademir Bruno, que dividimos esse contato.

Como vocês dividem o cachê? Cada grupo tem sua divisão...

A gente pega o cachê e tira os gastos, porque, como a gente é uma associação, a associação tem uns gastozinhos, a gente tira o gasto do contador, esse ano teve gasto de comprar surdo, algumas coisas, gasto com transportes, nessa época de chuvas foi bem complicado trazer as pessoas para ensaiar, então está sempre indo com o carro, indo buscar e levar, então tem todos esses gastos, que envolvem um evento, que envolvem uma tocada. Quando o cachê vem, a gente usa primeiramente para cobrir esses gastos, o restante a gente divide. Divide eu e Aldemir, que somos os fundadores, e que a gente corre o ano todo atrás das coisas, a gente tem uma porcentagem a mais, até mesmo para cumprir o nosso trabalho. Tem que ir ali pegar uma certidão negativa, tem que estar mobilizando. O grupo vai só se apresentar. Não assume a carga.

Você falou aí, eu tomo conta de tudo. Você, quando fecha o show, existe a possibilidade de ir menos gente?

Sim. A gente tem duas formas de trabalhar, dependendo do lugar, se o contratante, assiste aquele show e ele quer a mesma performance, a gente faz com a mesma performance, se ele quer menor, a gente tem como fazer. Fazem mais reduzida com quantas pessoas. Hoje dá para fazer uma apresentação com oito pessoas. Para poder se adaptar à realidade do cliente.

Tu tens ideia do custo anual do grupo? Já fez essa conta?

Não, é Aldemir Bruno que faz essa parte financeira, burocrática. A gente divide 50% por cento do peso. Ele tem o controle sobre essa questão de gastos anuais.

Deixe eu entrar agora na tecnologia. O grupo existe há dezoito anos, e a gente sabe que a tecnologia passou por transformações. Como você percebe a tecnologia para o seu samba de coco e também para o seu grupo?

Até dezembro, a gente não fazia muito uso das redes sociais. A gente tinha uma página no Facebook que não era movimentada. A gente não tinha página no Instagram e a gente não tinha uma pessoa que soubesse fazer uns vídeos bacanas, que colocasse lá e esse ano a gente decidiu fazer porque o público, a grande maioria do público está nas redes sociais, então se você não tiver uma página lá, se você não tiver tempo alimentando isso, uma pessoa que faça um vídeo

bacana, alguns recortes... A tecnologia hoje, daqui a pouco a gente vai ter uns avatarzinhos, o Metaverso, a gente tem que acompanhar, mantendo a tradição, mas não dá para ficar fora disso porque a tecnologia vai levar você até o público. De casa hoje, você consegue fazer sua música, tocar seu pandeirinho e jogar nas redes sociais, ali vai ter 200 ou 300 pessoas que vão assistir, se você fizer uma livezinha ali. Então, a tecnologia, bem usada, você consegue mostrar sua arte, para um público bem maior, no conforto da sua casa.

Você acredita que o aumento da visibilidade do grupo de vocês este ano já veio por causa da tecnologia?

Sim. Por conta disso. E também por ter o fato de ter uma pessoa só tomando conta disso. De estar divulgando, colocar coisas no status, coisa bem simples. Agora, com um celular na mão, grava um trecho do ensaio e joga na rede. Antes a gente não fazia isso. Agora a gente vai colocando, muita gente que visualizou, colocou um joiazinho, que gostou.

Já colocaram as músicas de vocês no Spotify, no Deezer, no SoundCloud, nas plataformas digitais?

Ainda não. A gente gravou um CD e o resultado dele não foi satisfatório. Não foi bom. Não sei se faltou qualidade no grupo ou no gravador. Gravamos num estúdio perto de casa, na Fundação Terra. Não gostamos do resultado final. Então a gente guardou esse CD para consumo próprio e estamos planejando, futuramente, não gravar um CD, mas escolher algumas músicas, gravar algumas músicas, para que a gente possa jogar essas músicas, as melhores, as percussões, a gente tem que registrar no mínimo essa música, a gente vai correr atrás disso, gravou, depois grava outra. Não fazer como do início de querer gravar um CD inteiro. Fazer por etapas e com qualidade.

A faixa etária do grupo de vocês é de quantos anos, do mais novo para o mais velho?

Os mais velhos sou eu e Aldemir Bruno, que temos 36 anos. O resto é de 36 para baixo. O mais baixo é Talita, que tem 14 anos. A menina que está tomando conta das redes sociais tem 28 anos.

Quais são as suas principais parcerias e patrocinadores?

Hoje uma das parcerias que a gente está tendo proximidade é o Sesc, até antes das conversas, sempre vem ajudar com alimentação, no ensaio aberto, vamos tentar lá no Sesc, não teve nem chá de cadeira. Chegou lá foi bem positivo. Conseguiu essa alimentação para a sambada, já está com seis sete anos, e hoje em dia, depois dessas conversas, o Sesc é um parceiro bem próximo, basicamente. Não vou falar do poder público, porque às vezes é, às vezes, não. Não é uma coisa certa. A nova gestão tem sido um pouco melhor, mas estamos aí na expectativa para ver. Basicamente hoje é o Sesc e a Fundação Terra, que nos ajudou com os figurinos e também com a alimentação também, com espaço para eventos.

Quais são suas necessidades para desenvolver o grupo de coco?

A principal dificuldade que o grupo encontra é não ter uma pessoa que cuide especificamente de correr atrás dessas necessidades. Uma pessoa que trabalha para isso, que vá correr atrás dos recursos. A gente não tem essa pessoa. As pessoas estão nos seus empregos, todos os dias batendo os seus pontos e não tem um tempo que para você conseguir se dedicar a algo, você tem que ter uma pessoa específica para isso e a gente não tem essa pessoa.

E o que vocês fazem para manter o público ativo fora das apresentações do São João e as que estão previstas? Vocês pensam em algum produto ou não?

Não, porque, para você ter algum produto, você precisa de tempo para produzi-lo. Eu faço essa minha arte no tempo de almoço, quando eu estou em outra cidade, que eu não trabalho aqui em Arcoverde, trabalho em outra cidade. E nesse tempinho curto, você não consegue produzir muita coisa, para você vender. Para você ter dinheiro. Quem tem hoje um ateliê, que consegue produzir e vender, é Wellington Santos, mas é mais dele, não é do grupo. O grupo hoje mesmo não consegue produzir nada para vender porque os integrantes estão trabalhando. Eu trabalho no Catimbau. Aí para a gente ensaiar, mesmo que não tenha, uma apresentação prevista, a gente se encontra para ensaiar, conversar, encontrar também no momento de lazer, o ensaio é para uma hora, dá duas três horas, somos um grupo de amigos, a gente gosta de conversar, tomar um café...

Antes de subir ao palco, vocês têm um ritual específico para isso?

Tem. A gente quando está no camarim, a gente se tranca no camarim, e a gente costuma passar geral, passar as cabeças das músicas, no som para dar uma aquecida na voz e sempre tem um momento de conversa. Uma das ideias é levar para cima do palco passar energia. A gente vai transmitir o melhor da gente. Carregar a baterias. Os ensaios são quinzenais, mas quando a gente tem um show, a gente costuma colocar três, quatro ensaios seguidos, antes do show. Dois dias antes do show a gente dá uma pausa para descansar a voz e a gente só faz no camarim a passagem geral para subir.

Quem é o público que aprecia o samba de coco de vocês?

Olha, quando a gente toca no São João, se prepara aqui, duas três noites, quatro noites, mas o público aquele que consome o coco com vontade é do alto do cruzeiro. São os turistas. Os turistas, quando a gente toca no alto do cruzeiro. Talita quando a gente tocou em São Cristóvão, no Polo das Artes, quando a gente toca no Cruzeiro, o turista, ele canta com você, ele toca, ele quer entrar no camarim, quer tirar uma foto com você, tocar um pandeiro. Aqui na nossa comunidade, a gente tem também. A molecada do bairro, quando começa, a gente só vê as cabecinhas, querendo ver o coco.

Vocês vão para escolas?

Um projeto do samba de coco, que é o Quebra Coco Mirim, que é ensinar o Quebra Coco...

Qual o valor do grupo de coco de vocês para a cultura de Arcoverde?

Manter a tradição, são pessoas muito jovens, de 14 a 36 anos, é um grupo jovem que carrega a tradição, porque os anos vão se passando e esses mestres que estão hoje como a gente, que tenham muitos anos de vida, mas a gente sabe que o tempo passa para todos, e precisa ter pessoas para estar mantendo essa tradição. A importância do Quebra de Coco hoje é manter o futuro do samba de coco em Arcoverde. Eu acredito que daqui a 30 anos, 40 anos, vai manter e formar pessoas que vão estar curtindo samba de coco. Acredito que a gente contribui com essa parte, de manter mesmo a tradição.

E o que vocês esperam alcançar com o grupo de vocês?

Falando mais especificamente de mim, um dia, ter mais tempo, para dar mais para o samba de coco, de poder produzir mais música, de poder ensinar mais à molecada, que hoje em dia a gente não tem tanto tempo para estar ensinando para uma criança que quer ver. Quero um dia ter mais tempo para isso. E para o samba de coco Quebra Coco em geral, conversando com as pessoas, eles pensam que futuramente o samba de coco, que as pessoas vão ter uma certa idade e uma condição financeira melhor, todo grupo vai ter condição de dedicar tempo mais ao grupo, de se dedicar mais à arte. Vamos realizar um festival, vamos realizar uma sambada grande, dois dias de evento, que não é nossa realidade agora, mas que será. A gente fala muito nisso. É essa ideia a gente espera chegar lá.

Qual a expectativa para o samba de coco em geral no futuro?

Expectativa que o samba de coco chegue num patamar de ganhar financeiramente o que merece. Se você fizer essa pergunta para os outros grupos, acredito que a resposta será semelhante. O samba de coco ser remunerado financeiramente com o valor que ele merece. Hoje em dia não vejo nenhum grupo de coco de Arcoverde sendo remunerado como merece, uma vez que é tão divulgado o nome a terra do samba de coco, mas o samba de coco mesmo que vende esse nome não recebe à altura do que ele representa para a cidade por uma apresentação, uma exibição. Seu Assis são artistas que mereciam ganhar muito além do que ganham.

Quanto é o cachê de vocês hoje?

O cachê hoje que a gente recebe gira em torno de R\$ 3 mil, R\$ 3,5 mil.

O que você consideraria justo para receber?

Por apresentação hoje, para você dizer que vai poder pagar um transporte, para ir de táxi, para não ir na chuva, para o pessoal que se mata para ensaiar, o mínimo, seria R\$ 6 mil.

Você fala que daqui para frente quando tiver uma situação financeira mais confortável, você se dedicar mais ao coco. Você se enxerga como um empreendedor do coco ou o coco é mais uma paixão que você tem?

Já tive a fantasia de ser um empreendedor do coco, mas essa fantasia apanhou tanto que ela deixou de ser fantasia e eu comecei a encarar a realidade, então faço mais hoje mesmo por paixão. A fantasia ela não foi alimentada com tanta conta na cabeça.

- FIM -

COCO RAÍZES DE ARCOVERDE – 13/7/2022

Entrevistado: Sr. Assis Calixto

Histórico de como o senhor começou no coco.

Quando comecei, eu tinha 7 anos de idade. Era uma tia de Ivo Lopes, que ia para o samba de coco, aterrar, quando fazia o piso da casa, aguava num dia, no outro ia pisar, fazia a brincadeira. Então acompanhando essa senhora, ela dizia, deixa os meninos ir comigo, para eu não ir só, e fomos eu e Damião. Cheguei aqui aos 7 anos (COLOCAR NO ARTIGO), foi em 1952 que a gente veio de Sertânia para cá. A gente gostou da brincadeira. Depois a gente são Geraldo, tinha escola de samba, bloco de carnaval. Quando foi em 63, a gente se mudou para aqui, meu pai gostava muito de coco, e a gente fazia coco aqui. Eu com 14 anos comecei e fazia a bebida para o povo beber. Era uma temperada, que era álcool, água e pimenta do reino.

Depois Lula Calixto andava com as bandas de pife, nas escolas, e ele sempre falava para dizer para não deixar a cultura cair, o coco, carnaval, tinha muito bloco bom, cinco a seis escolas de samba. A de Biu Neguinho era a melhor escola de samba daqui. Depois a gente foi se inteirando mais no coco. Em 1986, ele faleceu. Luiz Preto, e foi se acabando os mais velhos. Quando ele faleceu, foi 7 anos sem nada na cidade.

Foi quando Lula encontrou dona Maria Amélia, ela trabalha no museu de barro de caruaru, e ele se encontrando com ela, ele andava com um pife do lado, ela comprava uma cocada, uma caqueira, e depois que ele tocou o pife, ela conversou com ele para ativar esse negócio. Ele contou a história todinha. Ela perguntou se não encontrava as pessoas, ele disse que ia tentar, vou falar com o pessoal.

O papel dela foi muito importante. Ela é a madrinha do grupo. É a pessoa principal do grupo. Eu fui para caruaru e liguei para ela. Ela foi me receber. Foi em Ciço, ele aceitou. Foi na casa das irmãs Lopes, porque, essa coisa eu sempre digo, esse grupo de Ivo Lopes era para dar continuidade, morreu, está certo, mas as irmãs não sabiam? Não fazia parte da caravana? Ter dado continuidade. Aí ia incentivar. Sei que foi formado o grupo com 35 pessoas. Fomos para Recife para a casa da cultura, meio mundo de gente. Aí fomos para as escolas. Aí em 1996, foi que o grupo começou a respirar mais forte. Fazendo São João que tinha AESA, e daí por diante e quando foi em 2000, a gente estava se preparando para a gravação do primeiro CD, antes a gente participou de uma coletânea no Recife, de vários grupos. Foram inscritos 450 grupos, caíram 400, ficamos entre os 50. E nos 50 o Raiz entrou. Isso foi em 2000. Lula faleceu em 1999. Dessa coletânea, ele já não participou.

Do período que resgatou o coco até 1999, não houve disco. Foram três meses depois de ele (Lula) morrer que a gente gravou. Retomamos em 1992. Dá 6 anos. Aí, em 15 de novembro de 1999 ele faleceu. Houve a gravação. Fizemos muito recente da morte dele, a gente estava tudo contratado, tudo fechado já com a gravadora. Ele morreu de Doença de Chagas.

Depois dessa gravação, veio o segundo, veio o terceiro, nós começamos a viajar, nós fizemos uma parte, começamos a ir para o Recife. O Recife foi o caminho principal, que abriu todas as portas. Depois dessa coletânea, começaram a abrir as portas. Teve também a visão de pessoas que iam para os shows e de produtores e nos contratavam para poder gravar. Estava na torre de Malakoff e teve esse contrato para a França. Foi através do show lá, o rapaz viu, também participei de um show de jazz, a primeira música minha, o balanço da canoa, quando o rapaz viu cantando e veio atrás. Baterista de um grupo de jazz americano. Andrew Potter, ele mora em Florianópolis. Foi o ano de Brasil na França, que fomos para a França fazer turnê e fomos para vários países.

A origem do grupo de coco de vocês é qual?

O coco em si ele tem muito a ver com o candomblé, o traje da roupa, o folclore do índio.

Vocês tocam em terreiro?

Existem alguns que integram terreiro. Temos 12 integrantes, com a produção dá 15.

O senhor começou a dançar coco com 7 anos de idade, de lá para cá, o que é que mudou?

Quando eu comecei a frequentar sala de coco, só tinha mesmo o ganzá, não era feito nem assim de zinco. Era uma lata de leite de ninho, com pedra, caroço de milho. Brincava a noite toda. Tinha muito puxador de coco, era homem, era mulher. Na década de 1952, mas já conheci muito puxador de coco, alagoano, tem a família dos Galegos, que era o sítio coqueiros e hoje é a Cohab I. Hoje tem surdo, tem pandeiro, tem triângulo, tem o ganzá, eles foram entrando, em dúvida, a gente sem querer colocar, será que vai ficar muita coisa? Aí chegou aqui e parou. Muitas gracinhas. Dizendo que o grupo só melhorava se tivesse umas meninas de minissaia, mas deste jeito não prospera não. Acho que os instrumentos não pioraram. Os jovens, outra cultura que vem. A gente está segurando para não botar mais nada, a gente tem essa identidade, esses quatro instrumentos, já botou tamanco, daí não pode passar mais, a gente colocou o tablado, para o som do tamanco, foi o grupo de Raízes, mas foi ideia mesmo do grupo, não sabe quem foi que fez. Quebrava muito tamanco, depois do tablado, melhorou. Era até bom porque eu vendia mais.

E as roupas, mudaram?

Antes, só a caravana de Ivo tinha o traje. As outras brincadeiras era de sapato, era de sandália, o povo queria dançar coco. Foi depois que a gente ganhou dinheiro. A gente ganhou figurino, pandeiro, instrumento, ela foi em recife, trouxe tudo. Ela é madrinha, é mãe é tudo do grupo. Ela

perguntou o que precisava. Ela deu o empurrão na gente. O tamanco depois. Depois que Lula morreu, a gente disse, vamos guardar esse tamanco que não vai ter futuro não. Vendi uns 20 tamancos no São João. Vendo uns 200 tamancos por ano. O primeiro instrumento que acompanhou o forró – umelê.

Vamos falar da música, o que mudou?

A criação. A gente usava muita música de domínio público. A gente chegou à definição de os grupos ter suas músicas. Como seu Ciço fazia parte com Ivo, a gente cantava muito as músicas de Ivo Lopes no grupo. Nessas alturas, Lula já tinha feito muitas músicas, botou nos braços de mamãe, galinha zabelê. Ele gravou na sexta para o sábado, não deixou Iran dormir, foi cantar na rádio de cinco horas da manhã, domingo ele adoeceu e depois faleceu. Quando ele faleceu, eu senti, como é que a gente vai gravar CD se não tem música própria? A primeira música que eu fiz, foi o balanço da canoa, ele ainda estava vivo, ele pegou a música e disse, não, eu vou lhe dizer uma coisa: você tem muita coisa dentro de você, só falta você descobrir. Ainda hoje, eu penso nisso aí e acho que foi que veio dele mesmo tudo que eu faço para o grupo. Quando foi próximo à gravação do CD, aí Severina colocou a promotora para me chamar para não gravar música de Ivo, cheguei lá, e a promotora, eu fui intimado sem saber, é porque Dona Severina falou para você não cantar as músicas de Ivo, só gravar as músicas de vocês, porque agora ela tem um grupo. Aí eu disse, eu não canto as músicas de Ivo não, quem canta é Ciço. Disse para intimidar ele que eu não canto Ivo, ele é quem canta. Mas tudo bem, parece que foi uma coisa que Deus a mandou fazer isso para mim. Porque no outro dia eu comecei a andar e fazer música. Teve dia de eu sair de casa de manhãzinha e voltava com uma melodia. Eu até hoje penso como é que eu fazia essas músicas se eu nunca estudei nada. Abriu a mente assim.

O senhor já fez quantas músicas?

Fiz um punhado e todas as que eu faço, o povo gosta. A última que eu fiz foi Deita na rede menina. Essa música está um sucesso. Eu tenho umas 70 músicas.

Como é que chega à música?

Vou andando no carro e penso. Todo dia eu penso no coco e além de pensar o cuidado de não ter outros elementos para não misturar. E eu gosto de tudo. Até do rock.

O coco tem influência de baião, de forró. A roupa, que é aquele florido, aquela coisa bonita de baiana, tem muitas coisas que faz você se apaixonar pelo coco, a dança, o respeito pelas pessoas, que você dança à vontade, sozinho.

Como foi introduzida a presença da mulher no coco?

Foi pensamento dentro do grupo, como a dança da pisada do tamanco, tem várias variedades. O pessoal vai estudando, vamos fazer mais ligeiro, e vai se integrando. Novos passos, novas vestes. Mas a gente sempre trabalha mais o verde e o branco por causa de Arcoverde.

Quando começaram, tinham quantos integrantes?

Ficou de 13 a 14 pessoas e se mantém esse tamanho. O Eremim já saiu e vem para o grupo. É o grupo de crianças.

Quais as temáticas das suas músicas?

É pássaro, é pessoas, eu estava lá em Olinda e veio a ideia de fazer a música sobre a sereia. Como é bonito o canto da sereia, quando ela canta lá no alto-mar.

Onde é que acontecia a apresentação de vocês?

A gente continuou as viagens, trabalhamos muito nas escolas aqui. Ainda hoje eu trabalho, levo duas três pessoas do grupo, a gente toca para os estudantes. Eu continuo fazendo, Lula nunca cobrou nada. Hoje eu também não cobro. Para eu dizer, é tanto, eu não cobro não. Eu vou com prazer para ver as crianças ligadas no coco. Ter essa cultura na cabeça. Se der um cachêzinho eu aceito.

Depois do rompimento?

Fiz CD, DVD, todos os ensaios acontecem lá toda terça e quinta, às 19h, de janeiro a dezembro.

Qual a diferença do coco de vocês dos outros?

Todo grupo faz o trupé. Que foi criado por Lula Calixto, pelo Raízes. Para pisar mais forte, foi quando ele criou o tamanco. Esse foi o grande referencial, que serviu de modelo para os outros.

Quem mais compõe fora o senhor?

Minhas primas. Elas não são do grupo, mas mandam. Às vezes, as pessoas mandam para a gente.

O senhor consegue enxergar que o seu coco fortalece a cultura de Arcoverde?

Sim, e de outras regiões, São Paulo, Rio, mesmo, tem muito grupo inspirado no Raízes. Tem em Goiás. Eles vêm, passam 15 dias, 8 dias, aprendendo, para fundar o grupo lá. Tem uns franceses que passaram aqui 15 dias estudando coco. Tinha uma japonesa aqui que cantava coco, mas morreu atropelada. Era muito minha amiga.

O senhor sempre tem o CD, os DVDs, quem toma conta do seu acervo?

É a Pecon. Canta todo mundo, produz todo mundo, dança todo mundo. Só eu não danço mais porque eu não aguento, mas eu gostava de dançar.

Quem faz a produção dos shows?

É Carlinhos, Jefferson e Manu hoje. Esses três fazem a produção. São todos da família.

Esses instrumentos são adquiridos ou produzem aqui?

Compramos todos eles.

E as roupas?

Também, a gente compra o tecido e manda fazer.

Vocês têm ideia do custo do grupo?

Não. A gente não tem esse cuidado ainda de ter essas coisas relacionadas ao gasto, mas brevemente a gente vai ter tudo isso para saber quanto custa colocar o grupo na rua. Sabe que gasta, mas nunca tivemos essa preocupação.

E o tamanco, o senhor tem ideia de custo?

É uma faixa de R\$ 20,00 que gasto, fora a minha produção e a energia, só a matéria prima. Mais ou menos sai fechado uma faixa de R\$ 30,00.

Quem paga?

Somos nós mesmos.

E muda o figurino de quanto em quanto tempo?

A gente gosta de mudar de ano em ano.

O tempo de duração do show?

Uma hora e quinze, uma hora, às vezes, quarenta minutos, mas a gente gosta de fazer show de uma hora para lá porque a gente gosta de fazer o show bem-feito.

Quando vai ter o show, quem faz o roteiro das músicas?

A gente se junta e escolhe. Às vezes a gente muda, às vezes, um calendário de vários shows, a gente faz o mesmo do primeiro, se for diferente. Às vezes naquele mês, a gente muda.

Bebem antes de contar?

Eu não. Estou com 36 anos que não bebo. Tomo café!

Se for viajar, viaja o grupo todo?

Vai todo mundo. São 12 do grupo e 3 da produção. Vão todos.

Como o senhor enxerga a tecnologia para a chegada do coco?

Acho que é uma boa experiência para nós. O coco vem da escravidão, do sofrimento, hoje a tem uma experiência mais vista. Hoje o coco está sendo visto, no mundo inteiro, e a gente tem andado, e não é pouco, e o povo adora o coco. Lá na Noruega, nós demos uma oficina para 60 pessoas em 2005. Fizemos um contrato. A pessoa assistiu ao show no Recife e veio atrás do grupo.

O senhor acha que a internet atrapalha o coco?

Não. Temos os guardiões. O coco em si tem muita gente antiga que segura o verídico. Tem coco que tem mazuca ainda, porque quando o coco começou era mazuca. Tiveram vários pesquisadores, como Mário de Andrade, um grande pesquisador, e Artur Ramos, era um pesquisador, tem muita gente aí que fala do coco.

Quais são as suas principais parcerias e patrocínios do grupo?

Aqui dentro de Arcoverde, só a prefeitura e o Sesc mesmo. Fora daqui, não enxergo outros parceiros. Vejo de produção, de vender o show lá fora. Rio e São Paulo, tem gente que vende o show lá. Em Rio e São Paulo. Em São Paulo, agora em setembro, vamos fazer show uns 15 dias, através de um produtor lá, que trabalhou conosco em outra época, ele viu, gostou...pelo Sesc de São Paulo. Fizemos turnê com ele em São Paulo que fomos em 12 cidades.

Quem coloca as coisas na internet?

Tem vários, tem o Cleiton que cuida da produção, tem o Ícaro, que é do grupo mesmo que trabalha com internet. Tem Gerson, marido de Pecon também. Tem um grupo.

Eles sabem que é possível ganhar dinheiro com isso?

Não sei. Talvez através desses cursos a gente pode saber.

Quais seriam as necessidades do grupo hoje para se desenvolver?

Show, né, para ganhar dinheiro. O tamanco não vende muito.

Quantos shows o senhor faz por ano?

Esse ano a gente vai chegar a uns 40 shows, por aí.

Já dá para viver do coco?

Não, porque o preço de um show nosso é R\$ 8 mil, são 15 pessoas. Acho que vai melhorar. É preciso ter uma boa visão lá de fora.

Qual a sua maior necessidade hoje?

É transporte e a sede que a gente está lutando para adquirir nossa sede própria.

Fora as apresentações, o que vocês fazem para manter o grupo?

Obra de Arte e a carraspana de Lalá que é para ela vender.

Quando tem um ensaio, as pessoas de fora participam ou não?

A gente tem ensaio aberto e ensaio fechado. Não paga nada. Fazemos em meio de dois ou três fechados, a gente faz um aberto. Às vezes a gente está fazendo um ensaio fechado e o povo chega e pede para ver. A gente faz uma hora, uma hora e meia. Para poder pegar a música direito, o toque, a dança.

Todos os dias o senhor recebe gente aqui?

Sim, quase todo dia. No São João, recebi tanta gente. De Minas, de tudo quanto é lugar. (mostra os livros de assinaturas. São várias!)

Antes de acontecer o show, quais são as etapas que o grupo passa?

A gente vai estudar o show, a apresentação para sair bem-feita, faz o ensaio da letra, da dança, se tem alguma mudança na voz, a gente trabalha com muito cuidado para que os shows saiam a contento.

O senhor é autodidata, os sobrinhos, os parentes, fizeram algum curso de dança?

Tem. O Luizinho é um grande músico, ele sempre procura estudar.

A sua família faz oficina?

Faz. Daiane, Luizinho, Kel, dão oficina de dança. Eles recebem. Fazem na sede. (Ele é o único que não recebe). Dura em torno de duas horas. Fizeram poucas oficinas no São João, porque teve muito show, mas tiveram umas meninas que vieram antes para aprender a tocar e a dançar.

Quem é o público do coco?

Hoje é uma multidão de gente. É de todo tipo e toda idade.

Como o senhor olha, antes, quando chegou dona Amelinha, e hoje, qual a sensação que lhe dá?

Uma coisa incrível, porque a gente não esperava, pelo trabalho que a gente começou, que foi sacrifício para a gente segurar, não foi mole não, era perturbação, quando a gente ia bater o surdo, o povo, eita, vai começar o xangô, os xangozeiros vão começar a tocar, tinha um preconceito pesado, hoje em dia tinha gente aqui que odiava o coco, aqui mesmo vizinho da gente, hoje estão de dentro, aconteceu dentro dessa família, nasceu uma menina que só dormia se colocasse o coco pra tocar, hoje está tudo dentro do coco. Ela trouxe tudinho.

O senhor acredita que está tendo mais gente conhecendo o coco por causa da internet?

Acho também, por causa dessa audiência, o povo vai lá, vê e vem aqui conhecer. Fico bastante satisfeito de saber que a pessoa vem conhecer a nossa cidade e a nossa cultura. Isso para mim é tudo!

Qual é o valor que o grupo de coco de vocês traz para a cultura popular?

Não tinha preço para isso não. Porque só a gente em ver como está hoje o pessoal, gostando, o pessoal da cidade procurando formar grupo, tudo isso é um incentivo muito grande para valorizar nossa cultura. A população de Arcoverde enxerga o coco com orgulho. O coco pode ajudar a desenvolver a cidade. A gente tivemos muita mudança, nas redes sociais, na rede de hotéis, casas alugadas, quando começou a alugar as casas da cidade. É como se fosse o carnaval de Olinda, o povo sai de casa para alugar a casa. É quando alguém vai tirar o dinheiro da luz, da água, do gás.

O turismo pode ajudar a manutenção do grupo?

Ajuda nas visitas, chega ali, compra uma carraspana, um prato de comida, lá na sede. As meninas fazem comida. Um arrumadinho. Um xerém. Elas vendem durante a festa e apresentação do

grupo. A gente já está com 40 grupos inscritos para o festival em agosto e muito grupo ligando, querendo vir e a gente vai fazer sem dinheiro. O festival Lula Calixto, já estamos com 40 grupos e outros ligando. A gente se apresenta no Cruzeiro. Vamos fazer o palco aí mesmo. A prefeitura apoia. Vai ser 12, 13 e 14 de agosto.

O que o senhor espera alcançar com o grupo de coco?

Eu já cheguei no meu patamar. Eu queria pela família os mais novos que, como eu sempre falo para eles, as ramas estão encurtando, mas as raízes têm que crescer, prosperar. Tem uma foto aí atrás só de criança. Nesse grupo aí tem vários pequenos que hoje estão no grupo principal, é como se fosse um time de futebol. Uma escolinha. O grupo de coco já está maior. O Sesc daqui já faz muita coisa apresentando o coco na escola. Isso nos dá alegria. Isso é o que mais me orgulha como mestre, levar a cultura, deixar bem explicado para as crianças, os jovens. Ter um pouco de experiência. Às vezes as escolas não têm muito interesse de passar. As professoras ficam muito satisfeitas. Chego lá, eu canto. Se precisar estar comigo ali na presença, na festa da escola, eu vou. Eu não perco uma festa de escola, só se eu não puder mesmo. Para mim é muito importante.

Como o senhor enxerga o samba de coco de Arcoverde daqui a cinco anos?

Acredito que vai crescer muito. Ter outra visão maior. Porque também tem que ter o interesse de cada grupo, só vai evoluir se houver interesse de todos os membros, porque se não houver, a tendência é cair. O grupo que a gente tem aqui são poucos grupos, mas eles estão com muita garra. A gente vai para o festival e está vendo que vai crescer. A gente frequenta um grupo um do outro. Tem que valorizar. Eu mesmo dentro do meu trabalho e da minha música, eu passo para eles, eles passam para mim. Não proíbo a música, nunca vou proibir. Eu não canto muito a música de outros. Tinha um velho, que a gente vivia muito perto dele, Sabino Sapateiro, ele morreu tem mais de 40 anos que ele morreu, do beco de Joinha, ele cantava muito coco, muita toada, e ainda hoje a gente está cantando. Tem José Gomes, Alfredo Sueca, Zé Marchante, esse povo tudo cantava coco. Eu fui criado dentro de uma sala de coco, posso dizer assim, lá no sítio que eu falei, tinha os galegos alagoanos, toda noite eles faziam uma brincadeira, meu pai ia, me levava também. Isso era mulher, era homem, todo mundo cantava. Fazer aquela ligação dentro da família.

Qual a importância desse festival, do Sesc junto com vocês, o senhor vê se ele ajuda em alguma coisa?

Acredito muito que é um incentivo para os jovens. Acho que é um incentivo muito bom para os jovens, que é isso que eles estão precisando, um incentivo, para dar continuidade a essa cultura.

Alguma coisa que o senhor quer dizer a mais?

É importante esse incentivo para a gente continuar com garra, dar continuidade.

- FIM -

COCO TRUPÉ – 13/7/2022

Entrevistado: Mestre Cícero Gomes

Origem do coco de Arcoverde?

A nossa origem vem da África, mas ela tem participação com os indígenas também. Não posso dizer que é meu, a gente vem dando continuidade nesse trabalho. Eu sempre digo que nosso trabalho é afro. A gente vai dando continuidade, eu mesmo tem Valete, tem meus netos, bisnetos e já chegam tudo se balançando. O toré é uma dança parecida com a nossa. Imagine eu já tenho esse povo, imagine quem tem essa grande de gente. SE acabar a geração do mundo, aí que se acaba o coco.

Origem do coco trupe?

Começou em 2009, eu fazia parte dos primeiros cocos de Arcoverde. Nasci neste bairro, na avenida pinto campos. Em 2009, depois de participar do coco raízes, eu disse, mas rapaz, eu só trabalho, trabalho, trabalho, tenho que fazer uma coisa para mim. Começou com as três famílias, Lula Calixto, quando Ivo morreu em 1986, Lula Calixto assumiu, só que 1986 até os anos 1990, a gente ficou parado, ficou esquisito, não teve brincadeira, São João parado, aí nos anos 1990, Lula Calixto assumiu, foi brincando nas escolas, em 1996, uma senhora, dona Maria Amélia, ela andando, viu, Lula Calixto andando na rua, aí ela foi e convidou ele, ele disse que não estava só e disse que era a dele e outras famílias, perguntou se não queria juntar as famílias para renovar os cocos, aí veio aqui em casa, conversou comigo, ele conversou com a família Lopes e aí fizemos essa junção. E de 1996 para cá a gente deu continuidade. Seu Biu Neguinho também. Ele chamou seu Biu um dos mestres também. Juntou as três famílias, só que a família de Biu Neguinho se incluiu na família daqui de casa. A família de Ivo Lopes foi que deu as primeiras coordenadas do coco. Em 1999, Lula faleceu, em novembro, e a partir do falecimento de Lula, fomos dando continuidade e em 2000 dona Severina aperreou-se e formou o grupo dela e eu continuei no Raízes. Em 2009, eu digo não, eu vou sair, vou cair fora, vou fazer um grupo para mim. Eu fiquei: eu não vou brincar mais não, quero mais não. Chegou um rapaz aqui, eu estava sentado na praça, triste, ele sentou-se e disse mestre a gente vai fazer uma brincadeira sábado e a gente quer o senhor. Eu não vou fazer, porque eu não tenho instrumento, eu não tenho nada. Ele disse: mestre bote uma coisa na sua cabeça, não querendo desafazer de ninguém, a voz do coco de Arcoverde chama-se Cícero Gomes. O senhor vai sábado fazer a brincadeira lá. Eu comprei uma zabumba, comprei um surdo, ajeitei um pandeiro velho eu tinha aqui, a gente fez o primeiro ensaio aqui na cozinha, dia 2 de maio, três dias depois a gente foi, levei Biu Neguinho, na primeira apresentação que eu fiz com o menino, ele veio fazer o pagamento, eu fiquei alegre

visse, eu peguei dei dez contos para cada um e já disse: olha, já passei a ser patrão! Dentro do meu eu, aquele negócio, não passei mais como trabalhador, mas como patrão. A gente foi dando continuidade, isso foi no mês de maio, quando foi no mês de junho eu recebi uma carta da prefeitura que a gente já estava cotado para cantar no São João de Arcoverde. Então eu fiquei alegre. Ficou em 2009, Trupé, Raízes e as irmãs Lopes. Eu não guardo mágoa de ninguém. Precisou de um, a gente está lá, se precisou de outro, a gente tá. Agora, cada um ficou com o seu. Mas está tudo igual. Já não tem mais esses três, já tem quatro. Diz que a terra é de samba de coco, não adianta eu querer só para mim, a gente tem que querer dividir para o próximo, é mais uma tradição. Será que vai dar problema, eu achei, mas graças a Deus não, a gente deu continuidade. Diz o povo que a gente é o mais bem-quisto. Os três mais velhos e tem pessoas do primeiro grupo que apareceu em Arcoverde. Agora só tem três pessoas da primeira formação: Biu Neguinho, dona Severina e eu.

MOSTRA UMA FOTO BEM ANTIGA

A gente começou a gente não tinha ninguém. Fui eu, Biu Neguinho, Dona Maria, Jairene, Cicinho, valete, os meninos tudo pequeno, umas dez pessoas. Foi tudo num improviso. A gente foi sem nome. Para colocar esse nome, vamos colocar coco dos mestres, coco do mestre, tinha ele e seu Biu que eram dois, aí depois veio Coco de Ciço, para chegar no trupe, eu pensei naquela música de Azulão, aiai é meu bem querer, trupe do coco, não tem o sapateado. Aí ficou trupe Arcoverde. Demorou não. Antes desse novo, teve Coco do Mestre Ciço, ainda Mestre Ciço Gomes e o coco trupe, o certo é o coco trupe de Arcoverde. E assim a gente vai colocando como um desejo.

Como foi se organizando as coisas, de empregado a patrão, como foi ver figurino, essa história...

Antes de um mês, fez figurino, no São João fez a primeira apresentação, já com nome, já com tudo, com figurino, isso a gente foi rápido, foi dando continuidade. Agora deu uma fraquejada, porque a pandemia acabou comigo. Depois ficaram 14 integrantes. Tem da família, Jairene, Ciço, Novinho, Fábio, são quatro que não é família e o resto é tudo de família, eu, mainha, painho, minha irmã e três netos. Agora é quatro com a menina dele. (Valete) E desses quatro, tanto dança como toca como canta, agora, tem que fazer, a gente sabe que um dia vai fechar os olhos. E quem canta? Eu tenho um neto que já é quase como um substituto, Diogo Vinícius, que a gente chama Vivi.

Foi se organizando com os instrumentos e de lá para cá?

Os instrumentos permanecem os mesmos: surdo, pandeiro, triângulo e ganzá. Só que aumentou mais um instrumento: que é o tamanco. A gente diz como som percussivo, ele bate na madeira. Não tem muito tempo. (Valete) A ideia veio de Lula Calixto. Já que ele dava aula nas escolas, ele dançava com o sapato dele, ele colocava sola de pneu aí ele viu a necessidade de botar um tamanco que fizesse uma zoadá maior que o sapato. Se o samba de coco, não tiver o tamanco, para a gente não é samba de coco, para a gente é o nosso diferencial. A gente nunca tirou o tamanco. O tamanco foi de 1998. (Cícero gomes) O primeiro tamanco ele fez dois pés direitos. Ele cortou uma calça jeans e fez as correias aí foi mandar valete pisar. Aí Valete fez: mas titio, ele: calça o tamanco, meu filho, com raiva. Os pés ficou assim. Eu, mas titio, está errado, ele, mas calce. O tamanco pegou. Quando ele faleceu, ele não tinha aquela base de fazer, o mestre Assis. (Valete) Tio Assis no tamanco eu gosto do jeito que ele faz, é bem artesanal. Ele fazia artesanal mesmo. Os mais novos já querem fazer mais lixadinho. Ele é um bruto inteligente, com o tempo ele começou a usar máquina. Para a gente é meio estranho querer modificar as coisas, ao mesmo tempo é estranho, mas é bonito, juntou o bruto com as tecnologias.

Como é que vocês ensaiavam e como ensaiam hoje?

Naquela época, dez anos, 15, 30 anos atrás, eu achava o ensaio uma festa. Hoje, um ensaio não é mais um ensaio, um ensaio, vamos dizer assim, hoje você me contratou para fazer uma brincadeira, que enche de gente. O povo não quer saber se é ensaio, quer vir pisar o coco, acha que a festa é boa. Naquela época era mais fechado, e também nunca deixou de ser animado. Quando a gente fazia o ensaio, na época de Ivo Lopes mesmo, nunca deixou de ser animado, sempre era alegria. Hoje é mais sofisticado. O ensaio para a gente é como se fosse um show que estivesse fazendo. A gente faz aqui (na casa dele). Faz na sala ou coloca os tabladós na sala. (Valete) na época deles, no ensaio, não voltava, agora a gente volta, percebe o erro. A gente sempre trazendo o novo, aí para, volta a música, para de novo, às vezes mainha se arreta. (Cícero) naquela época que a gente fazia o ensaio, não tinha som. Cansei de cantar aqui, colocava uma difusora lá no fim de salão, um microfone daquele para 10, 30 pessoas cantarem. Fazia temperada. O nego Assis fez a temperada, ele fazendo a cachaça... Assis, me dá uma cachaça, eu endoideci, corri por dentro dos matos, quando eu voltei, a língua toda pelada. Naquela época, era uma coisa boa. A gente fazia essas coisas, mas era com gosto, ninguém ganhava dinheiro, não tinha dinheiro. Era como se fosse um foguete de roda. Era assim: hoje a gente vai brincar em tal canto. E a gente ia. Mês de maio e junho, a gente passava 60 dias com brincadeira. Quando terminava, a gente cantava a música Adeus Minha Rosa. Hoje a gente toca em novembro, semana santa, carnaval, naquela época era só no São João mesmo. A gente cantava não só nas nossas

casas, mas também nas casas dos outros. Tomava um café, matava uma galinha. Tirava o ano, você não via o coco em canto nenhum.

Quantas músicas o senhor já fez?

Fiz uma dez músicas.

Quando vai fazer uma apresentação, canta o quê?

Bule Bule, Jackson do Pandeiro, Jacinto Silva, coloco no repertório, as minhas músicas colocava 2 ou 3. (Valete) a cada bloco ele coloca uma música dele. A música estourada nas olimpíadas. A vida estava tão boa, que entraram em contato com a gente. (Valete) em 2016, o pessoal do Coco raízes entrou em contato comigo uma mulher querendo falar com a gente, eu peguei o contato, eu e minha ex-esposa, a gente fez a negociação, do cachê, se ele queria ir, ele só ia se eu fosse, não deu para eu ir, quando foi no encerramento, antes disso já tinha depositado o dinheiro da música, antes, eles pediram para a gente não contar de ninguém de Arcoverde. Foi que minha ex-esposa teve a ideia de fazer uma festa. O pessoal sem saber o que era, mas a gente doído para dizer, não poderia dizer para não perder o encanto, e quando foi no dia, colocou o telão aqui na frente, aí apareceu no telão na olimpíada, Maciel Salu cantando, eu me arrepiei todinho, eu fiquei pensando que Painho ia morrer. Ele fez a música na década de 70 e em 2016 a música estoura.

Como foi que isso chegou no Rio? Não sei te dizer. Para a gente foi uma gratificação muito grande, a gente sendo de Arcoverde, para a vista de tantas cidades e tantos artistas, não que a gente não possa ser, mas ver um convite desse para meu pai, meu pai é o top das galáxias, foi pesado para a gente. No encerramento dos jogos, painho teve que aferir a pressão dele. Aí todo mundo aplaudindo. A gente foi mais reconhecido. A gente está aguardando o convite, para ver se aparece para outras coisas.

Cícero – eu andei fazendo algumas viagens, mas andava muito só, e a gente vai chegando a idade, a gente não anda mais só. Eu tomo medicamento, a pressão, a diabetes pode dar um pipoco.

Quais são os temas das suas músicas, afora da sua mãe?

Teve uma que eu fiz, que eu estava deitado, eu não estava dormindo, nem acordado. Aí nessa que eu fiz, coloquei logo a melodia primeiro. A vida estava tão boa, porque mandou me chamou. Despedida de amor, isso é melodia. Aí coloquei no celular. Gravei no celular. A gente aqui, quando foi que o homem da meia noite veio? Foi 2020, foi logo no comecinho da pandemia, aí nós temos dois cocos, que fala da meia noite, eu fiquei pensando o que eu ia cantar, aí pronto, veio no banheiro a música, quem foi que veio, quem veio lá, aí cantei a música do homem da meia noite. Então é isso, é coisa de momento, se eu não gravar, vai embora. As músicas surgiram

pensando assim, todo dia, que chova ou faça sol, eu tenho que ir para a rua, aí apareceu uma... (aí começa a cantar).

O senhor pensa coco todo dia?

Não. Às vezes, eu penso uma música, aí quando menos pensa, vem a música. A minha dificuldade é para escrever, que é péssimo, mas eu agora gravo. A minha leitura é pouca, não dá para fazer. A tecnologia me ajudou nisso, pego o celular e gravo. Antes, perdia. Surgiu também no momento, na Chapada dos Veadeiros, fizeram, quando foi que você fez esse coco, fui eu, estou fazendo agora, pega a caneta aí. Quando vem a letra assim, eu já boto a melodia.

Como foi sua vida?

Fui coveiro. A vida no começo foi difícil. Agora, muitas casas não têm fossa. Eu fui um bom limpador de fossa da cidade. Essas duas profissões eu tirava primeiro lugar. O tempo vai passando, a gente vai evoluindo. Trabalhei na prefeitura. Aprendi a dirigir. Consegui tirar a carteira de motorista. Aí foi minha vida. De 1981 para cá, trabalhei como motorista. Estou aposentado por idade. Sofri um acidente, quase morro. Fiz até a quinta série. (Valete) eu terminei o ensino médio, meu pai é mais inteligente do que eu.

As apresentações que vocês fazem, em média são quantas por ano?

O certo mesmo é o São João e a festa da gente e de vez em quando uma festa quando a gente é convidado pelo Sesc.

Quantas apresentações por ano?

(Valete) Dez por ano, estourando. Arcoverde e outros lugares, Recife, Triunfo, mais para o Sertão, Serra Talhada, Petrolina, Araripina, mais pra baixo, descendo. Para cima, nem tanto, acho que chega em torno de umas dez por ano.

Ambiente da casa, Iemanjá, crucifixo, Jesus Cristo. Tem essa mistura religiosa?

Sim. O candomblé é afro, a nossa religião é afro, está incluída dentro desse contexto. Às vezes o pessoal diz, tudo isso é praticamente afro. (Valete) Painho canta dois cantos que são um ponto, que é um ponto de macumba. Uma é Sabiá e o outro... Cicinho canta um também. A música da gente se resume no candomblé também. O pessoal tem mania de dizer que não é. Já teve vezes de painho cantar e gente receber aqui entidade. Tem uma menina aqui que painho cantava uma música que você olha para ela, quando painho canta a música, a feição dela muda. Eu faço parte da umbanda. Nossa família toda faz parte do terreiro de umbanda, mainha, as tias, meu irmão, eu, tinha gente registrada e tudo. O coco é isso para a gente. A gente frequenta a igreja católica, uma coisa não elimina a outra tem nada a ver não.

Vocês fazem sambada no terreiro?

Não. Mas é muito estranho, né, essa mistura de religião. O pessoal tem mania de estar escondendo as coisas, para mim, o coco é isso.

Dona Maria, o xerém tem a ver com isso do candomblé?

(Cícero) No terreiro, tem. O xerém era o que a gente mais comia quando era pequeno e aí a gente se acostuma com as coisas. Mas o povo quando vai chegando já vai perguntando se tem xerém ou chá.

No ensaio, vocês bebem hoje?

Valete - Não bebemos mais. Hoje faz 31 anos que deixei de beber. No ensaio não tem. (Valete) só bebe depois do show, é uma forma de se profissionalizar, nem quando está ensaiando, perde um pouco da coordenação motora, a língua enrola. Sou o cara que meio bruto, não gosto. Quando eu saio, tomo minha cerveja, mas no palco, ninguém bebe. Não entra bebida.

Como se dá a escolha do repertório?

Valete - A gente pergunta as músicas que Painho quer cantar. Geralmente, quando é para abertura, que ele comece com uma música dele. Qual a música que o senhor mais gosta de abrir o show? A vida estava tão boa. O restante a gente vai decidindo com os meninos. Geralmente é isso. Quando vem, passa só as músicas que a gente já sabe mais ou menos o que vai cantar e o que vai tocar. Geralmente a gente muda porque a gente não gosta de ficar muito repetitivo e assim vai, no show a gente canta umas 20 músicas. Geralmente, demora 1 hora de show. 1 hora e dez minutos. O limite da gente. Às vezes passa até um pouquinho.

Qual a diferença. Hoje temos sete cocos, qual a diferença do coco de vocês para os demais?

Cícero - Existe uma diferença de ritmo, eu tenho cuidado com isso, para estar no ritmo. Eu acho assim, que para a brincadeira, o povo não quer nem saber o ritmo que é, quer saber de estar dançando. (Valete) os figurinos que não são iguais, o trupe, as batidas são diferentes, eu gosto muito de segurar o tradicional do trupe, não gosto de estar inovando, tem que ter umas inovadzinhas.

De 2009 para cá, quando vocês começaram com a nova composição, o que vocês mudaram no canto, na dança, na batida, sentem que mudou alguma coisa?

Sim, na batida, a pegada é a mesma. No processo criativo, o tablado apareceu quando? (Valete) o tablado foi inventado pelo Coco Raízes. Teve uma questão de tablado para a gente estar usando. Palco meio irregular. Adotamos também. Já é uma inovação.

Alguém fora seu Cícero compõe para manter a tradição?

(Valete) Eu tenho em casa alguns rabiscos. Eu gosto muito de poesia, fiz uma esses dias e postei. É bom postar, geralmente tenho o registro que é minha. Alguém pode chegar e pegar. Eu tenho

muita coisa em casa, mas não sei o que é ainda. Vou ver o que é. Por ora, não sei o que é ainda não. Pode ser aqui daqui para lá seja transformada em música. Tem umas 3 ou 4.

A dança? Mantemos a tradição.

Os instrumentos? O senhor já faz o tamanco. Como é que o senhor produz?

Eu compro duas tábuas, divido ela, marco, gosto de fazer o tamanco pelo pé da pessoa, uma sandália da pessoa. Quando eu termino de cortar, vou fazer os acabamentos, o salto, ajeitar alguma coisa, gosto que a pessoa esteja presente, para colocar as correias, para não ficar folgada, não ficar apertada. Compro uma quantidade de tábua, de couro, prego e faço.

Qual o custo de um tamanco? Não digo de vender, mas de fazer.

Para vender, R\$ 50,00, para fazer gasto em torno de R\$ 20,00 ou R\$ 30,00. Vou tirar o custo da energia, de tudo. Como se diz, tem que colocar o prego com cuidado para não rachar a tábua, se quebrar, vai ter que fazer outro.

E o figurino, muda todo ano?

Dona Maria - Faz uns cinco anos que a gente está com esse figurino. A gente está com 13 anos e tem 7 figurinos. Eu faço na minha máquina de costura.

Vocês ensaiam quantas vezes?

(Valete) Duas vezes por semana, terças e quintas-feiras. Quando não tem nada, a gente faz uma vez por semana. Quando tem, duas vezes. Às 19h. O ensaio dura 1 hora e dez. Às vezes até passa. Vai testando a música, o som, a dança.

Quando a gente vai dividir o grupo, você se configuraria como o quê?

(Valete) É muita coisa para o cara que vai tocar, fechar show, organizar tudo, para mim, ou toca, ou canta, ou dança, ou fecha show. Eu estava fazendo tudo. Eu fecho show ainda com a menina, às vezes me procura, eu fecho. Termina embaralhando a cabeça. Vem show, vem repertório para a gente fazer, horário de ensaio. Viagem, eu vou atrás de carro. Vamos ter consciência, cada um faz uma coisa. Hoje produção de palco é a gente que passa som. Eu acho que eu estou mais na parte do tocar agora, eu estou tocando com Painho, não estou muito vidrado na questão de fechar show não. Diogo e Bruno, que dançam.

Dos 14, quantos homens e quantas mulheres?

(Valete) São 4 mulheres. Mainha responde, faz vocal, Jairene faz vocal, minha irmã, faz vocal, minha mãe também faz o figurino. A outra menina faz vocal e dança e toca. Geralmente, às vezes, a gente dança também, eu deixo o triângulo e vou dançar também. Eu gosto do dançar. O meu mais forte é a dança.

Os instrumentos, vocês fazem ou compram?

(Valete) Tudo a gente compra.

Vocês têm ideia de quanto é manter o grupo por ano? O custo?

(Valete) Nunca fomos para a ponta do lápis não. Você acredita que você foi a primeira pessoa que perguntou isso para a gente? Vou ficar te devendo essa resposta.

O figurino?

Cícero – deu quase R\$ 800,00 a R\$ 900,00 o último figurino. Só de pano foi R\$ 600,00 que a gente comprou. Compra linha, tem que pagar o trabalho de dona Maria. O último foi mais barato porque foi de retalho. Dona Maria – o último foi R\$ 1.000,00 que eu mando fazer as calças. A gente fica só com a parte da camisa.

Instrumentos?

Cícero - Se fosse pelo certo mesmo, a gente todo ano tinha que fazer a manutenção dos instrumentos.

Alguém de vocês já fez, filhos, netos, algum curso de canto, de dança?

(Valete) Eu fiz um de coral.

Sente necessidade de fazer?

(valete) Sinto. Cícero, até eu sinto.

Agora eu vou falar sobre tecnologia? O que vocês percebem de diferença? Internet?

Cícero - Antigamente, nos anos 1970, 1980, a gente se batia muito com as músicas mais antigas. Depois da internet, a gente aprendeu músicas mais novas, eles mais passos, na pisada, eu acho que modificou um bocado de coisa já.

Valete – essa pandemia da gente, a tecnologia da live, para mim, eu dizia que não era um show, a tecnologia que expandiu, não é o contato de estar aqui conversando, não é a mesma coisa, mas ao mesmo tempo fluiu. Acho que a gente tinha sofrido mais um pouco se não tivesse tecnologia nessa pandemia.

Você acha ruim ou diferente?

Valete - É bom porque leva a gente, mas é ruim, porque a gente não vê ninguém. Eu acho estranho.

Cícero – a gente sente aquele vazio. No primeiro ano da pandemia, a gente estava tocando no Sesc, eu estava angustiado. A gente não via ninguém. A gente gosta de estar sentindo. O público faz parte da alegria. Eu gosto de descer e estar lá no meio do povão.

Vocês sabiam que conseguem comercializar a música pela interna?

(valete) Sim. Amanda explicou para a gente direito autoral, as músicas todas de painho são registradas. Geralmente quando alguém ouve, cai um dinheiro dele. (Cícero) Eu só tenho duas músicas que não são registradas.

As redes sociais, quem faz?

(Valete) Quem faz para a gente é Amanda.

E o Tik Tok?

(Valete) Se ela fez, não comentou com a gente.

Tem alguém da família que possa fazer isso para vocês?

(Valete) Diogo vai fazer tudo isso.

Vocês têm quantos álbuns gravados?

Temos um álbum gravado.

E como foi a gravação?

(Valete) Foi num estúdio. Aqui em Arcoverde. No estúdio MidSom. Fez um projeto pelo Funcultura, foi um amigo da gente, tem uma produtora, de confiança, tiveram a ideia de fazer o projeto, foi aprovado, foi um CD com 12 músicas, não era para vender, era para dar. A gente fez uma festa de lançamento, a gente deu todos os CDs, a gente deu tudo, ficou com nenhum. Estou com a bolacha guardada, mas a gente deu todos.

Vocês se enxergam como empreendedores da arte?

Cícero – eu acho que sim, pelo amor, pelo carinho. Valete – sim, eu acho.

Quais seriam as necessidades para poder desenvolver o grupo de coco de vocês?

Cícero – eu acho assim, se a gente tivesse show, a gente tivesse 1 show ou 2 shows por mês, era o suficiente para a gente se manter. A gente vive das nossas contribuições, do nosso trabalho, mas se tivesse show, lucro do grupo de coco, hoje a gente não tem. A gente tem vontade de tocar o barco para frente. Chama para fazer um show, a gente vai, R\$ 2000,00 R\$ 3000,00 a gente vai, passa dois, três dias para pagar. Agora a gente mudou R\$ 8000,00. A gente não pode perder um show por R\$ 5.000,00. R\$ 8.000,00 é a base. A gente nunca fechou show por R\$ 8.000,00. Tocou pela Fundarpe.

Vocês viajam, vão os 14?

(valete) Não. No máximo e no mínimo com 8 pessoas, dá para fazer. A gente se adapta conforme o cachê e se não for todos, a gente paga. Se adoecer, geralmente a gente leva Painho, Geralmente não pode faltar as bases dos instrumentos. Tecnologia acostumou a gente nisso diminuir o número de pessoas. Instrumentos, painho e uma voz feminina. Dá para fazer apertado, mas dá tranquilo. Nos ajustamos e dá para fazer um som de qualidade.

Voltando, as necessidades para desenvolver o grupo?

Valete - Se a gente tivesse mais shows, a gente também poderia fazer até projetos para a gente arcar com isso. A gente relaxa muito de só querer que alguém venha e chame. Arcar com isso aí, um projetão, para arcar com essas necessidades, para viver da minha arte, da questão de sair da minha zona de conforto e correr mais atrás, não esperar que fulano e cicrano venha.

As ações que você precisa desenvolver até acontecer a apresentação?

Valete – Eu gosto de me concentrar o que vou fazer, reclamo de quem não chega no horário. É o momento de dar uma relaxada de pai, ficar na dele. Não sobe todo mundo para passagem de som. Tem umas coisinhas, não soltamos fumaça para a voz dele não fechar. Temos todo o cuidado com painho e mainha. A gente geralmente quando vai subir a gente se abraça e reza. E tenho o hábito de subir ao palco com o pé direito. Painho reza um pai nosso e cada um dentro da sua religião. O show, depois, cada um se abraça, comemora. Vai para casa, comemora depois.

Quem é o público de vocês?

Valete - Nosso público é o jovem, os jovens aprenderam agora o coco, é o velho, o pessoal de Recife também descobriu o coco. É caruaru, Recife. O jovem tem na faixa etária a 15 anos a 60 anos. Arcoverde já recebeu o título da terra dos cocos. O público vem aqui para ver o coco. Se não tiver o coco em Arcoverde, o pessoal não vem. A tecnologia ajudou para a garotada consumir o coco. A gente tem esse diferencial, de jogar tamanco, de jogar blusa.

Cícero – quero manter minha tradição de ser popular.

Qual é o valor que o coco trupe traz para a cultura de Arcoverde e de Pernambuco?

Cícero – o valor é ser essas pessoas que nós somos, aqui é igual a coração de mãe, sempre cabe mais um. A atenção que tenho com o povo e o povo que tem comigo. É o carinho que a gente tem pelo povo. Abraço todo mundo, tanto menino quanto criança. As crianças já querem ir acompanhar o coco.

Visão de futuro, o que vocês querem alcançar com o coco trupe?

(Valete) – Eu quero me manter disso. Não é um sonho, é uma realidade para mim. Eu não vejo me mantendo de outra coisa que não ser o coco. Eu tenho meu emprego, mas eu quero viver de arte, é o meu futuro!

Mas vocês pensam em alguma coisa para aumentar a renda de vocês, além do show, curso, turismo?

(Valete) – Painho pensa em fazer em cima para receber turistas aqui. Não sei se é alugar ou deixar o pessoal aqui.

(Cícero) – eu ficar lá em cima com dona maria, aqueles que tiverem a consciência de trazer o colchão e dar um trocado aqui. Uns turistas. Não quero alugar. Não sei se vou chegar lá, mas se eu conseguir. Agora eu não penso assim de vou pedir a fulano não, quero com nossos esforços mesmo.

Eu não vou dizer que vou cobrar, mas tem uns que dizem que é isso e isso, e acabou. Aqui é igual a coração de mãe. A consciência é sua. Meu sonho é esse, não sei se vou atingir.

Que expectativas vocês enxergam no samba de coco no futuro para Arcoverde?

Cícero - Daqui para frente espero que nossa tradição não morra, que ela prospere. Hoje nós temos 7 cocos, o futuro dessas crianças vai ser isso. Qualquer coisa, é coco, os meninos só querem brincar de coco.

Valete – que as portas fiquem mais abertas um pouco, que a gente tenha um respeito mais digno de ter um cuidado diferente. Respeitar os mestres. Fazer outras coisas, que eles vivam disso também. É muito difícil, sabe, eu queria que a gente vivesse disso.

Tu achas que o festival pode ajudar nisso?

(Valete) Eu acho que a expectativa é essa. Acho que depender de como vai ser o procedimento desse festival, vai ser o empurrão, vai ser a chave do nosso conhecimento. Estou apostando muito.

(Cícero) – eu vou dizer uma coisa, mas tenho agora 67 anos, vamos dizer que 50 anos que eu espero por isso e ninguém nunca resolveu isso. Vem um promete, vai embora, vem outro, pega o beco e vai embora. Venho a 50 anos ouvindo isso. Espero que dessa vez a gente tenha um pontapé inicial. Eu espero que agora tudo se conclua. Tantas pessoas chegaram aqui. Pega o que é nosso. É o nosso intuito, é o nosso prazer. Se um dia eu fechar os olhos e vou ver se ficou tudo organizado.

Valete – a gente está trabalhando com as pessoas.

Cícero – não querendo desmerecer, mas quantas vezes a prefeitura fez alguma coisa? Até agora não faz nada. A gente sabe que vem verba para Arcoverde. E não é assim que trata as pessoas. O Sesc tem uma responsabilidade com a gente. Vocês estão querendo que a gente cresça, e a gente está sentindo que vai acontecer as coisas. Meu coração está a mil para a gente dar um pinote lá em cima. Quero que a gente agradecer ao Sesc. Vocês estão mostrando o caminho para gente caminhar.

- FIM -

APÊNDICE B – ENTREVISTAS COM OS GRUPOS DE SAMBA DE COCO 2023

ENTREVISTA: GRUPO FULÔ DO BARRO - 29/11/2023

1. O festival chegou este ano de 2023 a sua terceira edição. Como você avalia os seguintes aspectos ao longo desse processo:

a) Reuniões sistemáticas realizadas com os grupos de samba de coco

Eu participei de 99% das reuniões e avalio com nota máxima, 5, porque é muito adaptável, as funções de quem está inserido nesta construção. Ela não é antecipada. Olha, a reunião pode ser tal dia. A gente sugere data. E com os horários. Isso é essencial para a construção. Acredito muito nisso. Se é um grupo, tem que estar fazendo esforço constante. E a gente tem construído nestas reuniões e muito, a gente sugere, o Sesc traz a informação, para mim, importantíssimo.

b) Formações realizadas com os grupos de samba de coco

A nota é 5 também. A formação é que tira a gente do contexto de não ter acesso a um conhecimento e quando a gente vai para a formação a gente só estaciona se quiser, a partir do momento que a gente tem acesso a esse conhecimento, cabe a gente seguir ou não. Está fortalecendo muito, por exemplo, agora vai ter uma formação de fotografia e mixagem de som, para a gente é essencial porque é a ferramenta que a princípio era muito distante da cultura popular ter conhecimento técnico, ter condições de comprar essa parte técnica, que é caro, e hoje a gente está tendo acesso constante, quando a gente não está tocando, a gente está tendo a formação, e isso é essencial porque vai qualificando, vai ajudando a qualificar o grupo e a proposta da gente em relação a espetáculo, a show, a espetáculo. Fiz curso de fotografia, de mixagem de som, da parte de moda, de produção de portfólio, de holdie, a palestra, teve de expressões artísticas, de redes sociais. Fiz de precificação de produtos, de marketing, como expor melhor esse produto, trade turístico, dentro dessa área de formação. Eu e muitos meninos do coco. Fizemos um quase como se fosse edição na área de como entrar na parte do mercado através do Instagram. Fotografia, como editar as fotos, ver o formato de colocar esse conteúdo nas redes digitais.

A palestra também que teve sobre turismo.

Nosso grupo ele ficou bem ativo.

c) Organização do festival

Esse ano para mim foi para o Coco Fulô do Barro foi de muita sensibilidade. Eu tinha dito ontem, eu achei que a equipe pensou muito, a quantidade de informação para o grupo no dia, achei muito forte, envolvente o trabalho dessa equipe. Teve uma equipe de transporte que nos deu apoio

todos os dias praticamente do evento. Quando a gente estava nas linguagens, quando acabava uma reunião, a gente vai para a casa a pé, não, já tinha um carro já reservado. E no cronograma tem um dia que é bem extenso, que é o sábado, que tem a maquiagem das meninas que foram desfilar, nesse mesmo dia a gente tinha a curadoria com as pessoas que vieram de fora e toda hora tinha a equipe dando suporte para a gente. Isso foi tão importante para que a gente fizesse uma apresentação boa. Tão importante para que a gente não se desgastasse, porque, como a gente mora um pouco distante de onde está sendo as atividades, se fosse no contrapé de pagar transporte ou estar indo a pé, seria muito desgastante. Aí foi muito cuidadoso. Poxa, gente, que empatia, quando a gente coloca artistas para produzir outros artistas, eles já passaram na carne e eles sabem mais ou menos o que a gente vai passar. Então a gente conseguiu aproveitar muito e ganhar mesmo, de verdade. Eu tenho só a agradecer. O que tiver para melhorar, gostei da programação, pegaram de quinta a sexta, pegaram o fim de semana para botar os cursos mais ligadas com os grupos, com os outros mestres, foi muito importante para a gente ter pego esse fim de semana. Esse ano eu não senti falha não. Talvez, lá na frente, se colocasse um filtrozinho, um detalhezinho no cartaz, que fosse assim ano 2023, viesse um filtrozinho, porque está desde 2020 a mesma linhagem de filtro. Quando a gente vai para as redes sociais a gente não consegue distinguir um ano, mas criar um filtrozinho seria interessante. E eu tenho que só agradecer a essa equipe. Esse ano a gente teve condições de jantar já próximo do evento da gente, nos outros anos a gente vinha correndo para casa, e ficar num espaço. A logística. Valete estava na parte de transporte, já ligava para dizer que estava chegando, ligava uma hora antes para que a gente não atrasasse. Agora é a gente ver a forma de aproveitar mais a parte de renda desse evento, fazer um cabide com roupas de pessoas que gostam de coco, eu não vejo mais a ideia de fazer um figurino, mas fazer roupas que a pessoa use para a festa. ...

NOTA 5

d) Parcerias estabelecidas para a realização do festival

A do Sesc a gente conhece todo dia, o Sebrae eu vejo que é uma parceria, mas acho que a parte física dela é mais ligada ao Sesc, né? Acho que a estação foi parceira, deu suporte para a gente nas horas necessárias, acredito que os próprios cocos, é importante colocar a marca dos cocos para vincular, porque a gente se estrutura com isso. Imagina se tivesse nossa logo com a marca Sebrae, com a Marca Sesc e isso nos potencializa para futuros projetos. Quem apoia vocês? Aí a gente mostrar credenciado assim, vai nos fortalecer. É isso. Eu acho que a parceria se a gente agora conseguir agregar mais outras eu acho que tentar algo mais relacionado à comunicação. Acho que o Sesc é tão grande, a gente entrar nessa parceria na Paraíba, porque o povo alagoano e o povo paraibano gosta muito de coco, se pudesse potencializar também seria muito

interessante. Existe uma troca do coco de Alagoas com o de Arcoverde. O de lá é tão ancestral como o da gente.

NOTA 5

e) Impactos culturais para o seu grupo de samba de coco após três anos de festival

Acredito que o coco Fulô do barro foi um dos que mais tenha sofrido impacto positivo. Até então, antes desse festival, com a pandemia, fora as três famílias, alguns cocos não tinham muita visibilidade, eu falo em relação à gestão municipal, e, depois do festival, passaram-se a ter outro olhar sobre o coco fulô do barro e outros cocos e avalio esse impacto muito positivo, tanto na parte de formações que a gente conseguiu se jogar nessa parte de formação, e eu digo aos meninos direto que é um trem passando, se a gente não entrar nesse vagão, a gente vai perder a oportunidade. E pela primeira vez na cidade eu vi os órgãos estar pensando nesse movimento todo em conjunto. A prefeitura junto, o Sesc, outras parcerias, pensando na estrutura desse coco, até então era muito a política de troca, quem agradasse fulano, tinha, quem não agradasse, não, e agora não, é muito aberto. Os cocos que não acompanham é quem não quer, mas a oportunidade que estão nos dando, de acordo com a nossa trajetória e nosso tempo, para mim ela é algo que serve para a gente construir para correr no tempo, tentar pegar o bigu para acompanhar os outros, que tem sua história, seu legado, mas a gente está contando a nossa e essa oportunidade ela tem sido fantástica, em vários aspectos. No aspecto financeiro, melhorou; aspecto de visibilidade...

NOTA 5

f) Impactos sociais entre os grupos de samba de coco após três anos de festival

Eu avalio na cidade, o impacto social que o festival tem trazido para a nossa cidade é enorme, porque estamos localizados em uma comunidade que tem vulnerabilidade, onde tem muita violência e onde o coco está inserido, tem feito onde a juventude, as crianças, tenham perspectiva de vida, criado um olhar dentro da força cultural e se a gente está se tornando uma comunidade mais potente cultural, isso na parte central vai dar impacto social melhor. Segurança, bem-estar porque a nossa comunidade traz uns índices fortes de violência, a gente vê criminalidade. Aponta muito para a aqui e a gente tem potencializado muito essas melhoras de o indivíduo canalizar o seu fazer na cultura, de ele ser protagonista nessa parte da cultura. A gente tem o coco Fulô do barro, hoje a gente tem em média 21 pessoas, mas todos os dias, acabou a apresentação da gente na escola, porque a gente foi dar uma oficina de coco que a escola queria, e a escola é em uma das comunidades mais periférica da cidade, e tem como entrar no coco? É direto perguntando. E os instrumentos faz com que desperte esse querer. Hoje já tenho os meninos que são componentes que estão dando oficina de percussão e aos domingos, no horário da feira, a gente

recebe comunidade para tocar com a gente, para aprender. Acredito que o festival tem tido o impacto muito forte para isso. Hoje, eu acho o festival mais importante para o coco do que o São João. Nestes 3 anos de festival, ensaios abertos, aniversários, teve muito impacto mesmo porque tinha gente que não conhecia a cultura da própria cidade, e passou a ser mais valorizado, o pessoal passou a enxergar mais. Tinha muito jovem e tem sido muito importante, até porque antes, no ciclo junino, o nosso público não tem o prestígio que se tem, o carinho, a empatia que tem no festival. Diz, olha, eu quero tu ali em tal dia e em tal lugar, pronto, passou ali, vai olhar para outros artistas nacionais. E no festival não, tem nosso estande trabalhando, tem nosso palco produzindo, está pensando quem vai trazer. Tá toda hora envolvido em conhecimento, em trocas com os mestres. Para o coco, para mim é o festival mais importante para a cidade.

NOTA 5

g) Impactos econômicos entre os grupos de samba de coco após três anos de festival

O nosso grupo passou a tocar mais. O nosso cachê antes do festival acho que melhorou 3 ou 4 vezes em relação ao que era. E por ter melhorado diversas vezes, o nosso grupo também teve condições de melhorar a produção, fazer mais figurino, se vestir com proposta para chamar mais atenção para o coco e dentro disso passa a ter mais apresentação e o impacto passa a ser melhor, né? Nesse 1 ano e meio, a gente tem tocado mais ou menos em umas dez cidades diferentes. A gente está se tornando um grupo regional potente. A gente tocou esse ano em Pedra, desde o começo do ano, 3 a 4 vezes. Quando chegou no período junino, a gente tinha umas 14 tocadãs para a gente. A gente pegou Garanhuns, Triunfo, Tuparetama, São João dos Tigres (PB), Pesqueira. Nosso grupo está tendo aceitação e essa força da mesclagem do grupo, muito jovem se identificando, a nossa rede social é muitos jovens se reconhecendo, se vendo ali sendo representado como nossa cultura. E agora a gente está querendo quebrar uma fonte, que é a linha do litoral, a gente está vendo consegue chegar na Região Metropolitana, que é onde tem o maior público voltado à arte, à música, ao coco e como é difícil chegar lá. Tanto o nosso grupo como os outros grupos das outras cidades. A gente está tentando quebrar isso. Onde é que está esse movimento que leva para lá. Onde é essa política? A gente tem trazido mestres, grupos da parte do litoral, bom número e por que não está indo outros grupos daqui para lá? Acredito que até para o festival. Se na divulgação, quem está na Região Metropolitana, vai ter muitas pessoas que gostam do coco e vão querer vir para a nossa cidade, mais turistas, e eu acredito que precisamos criar produtos. A gente está preparando um CD, o CD é algo muito emotivo, quando o indivíduo se encanta pelo grupo, pela letra, ele nunca mais deixa de seguir o grupo, porque ele vem sendo representativo em relação àquela música. Acho que o nosso grupo precisa. Fazer um CD bem bonito. Vai ser nossa carta de visita. Tocamos muito esse ano. Tocamos na festa de reis, em

pedra, no III Festival das Irmãs Lopes, tudo em janeiro. Tocou no ensaio aberto do coco raízes, tocou só na faculdade da AESA a gente tocou na faculdade de medicina, em janeiro, na abertura do primeiro semestre do pessoal. Só na AESA este ano a gente já tocou umas seis vezes, enquanto formação de assistente social, saúde, encontro de advogado. A gente está sendo muito solicitado. Tocou em Caruaru, a gente toca em Caruaru no dia 17/11. Era o encontro de Ogan, chocou com outro. Proposta para tocar em vários lugares está começando a aparecer. Teve a proposta para o Pelourinho, ficou para agora no verão de salvador. Uma menina de uma galeria lá de artes e está vendo os custos porque parece que é uma média de R\$ 3 mil para o grupo ir se hospedar, alimentação, transporte, muito caro, né. Aí ele disse que estão vendo. Vem março, em março a gente fez o nosso ensaio aberto e a gente tocou na pega de boi, pela primeira vez um grupo de samba de coco tocando na festa de boi. Estava lotado de vaqueiro, foi no Parque Tamboril, aqui, é a segunda maior pega de Boi de Pernambuco. É em Arcoverde. Nós tocou em março. Lotou de gente. É um público que a gente pensa que não é grupo de coco e foi cada grito. para a gente foi fantástica aquela troca. Todos os meses a gente tocava muito, ou numa escola, ou numa faculdade, ou na prefeitura ou em outra cidade. Acho que este ano a gente não teve sossego.

NOTA 5 - tem sido muito positivo, o nosso cachê tem a média e a gente negocia com as pessoas. Digo aos meninos que a gente faz ensaio interno, que não está ganhando recurso e quanto mais o meu grupo estiver tocando, pegando instrumento, vai estar pegando entrosamento e pegando mais rápido porque precisa. É algo metodológico. Quanto mais meus alunos estiverem tendo acesso ao microfone, eu estou antecipando dez anos dos cocos que só toca de ano em ano e é nervoso, eu não entendia. Por isso é bom gerar essa formação, esse contato, é importante para a gente. Os meninos hoje já têm desenvoltura de colocar som de fala na hora, de entender por conta desse contato diário, essa formação. Eu acredito que, se não fosse isso, a gente não tinha avançado do jeito que a gente avançou, durante esses três anos, porque eu acredito que teve ponto positivo de quase 100 por cento ou cem por cento. Outros grupos também. Desenvoltura de palco ajudou bastante, as rodas de conversa também ajudou bastante, as falas, os lugares de aprendizagem, a troca de conhecimento. O olhar artístico. Tu não quer ser visto no palco, então vamos olhar a apresentação de fulano? E hoje sai caravana daqui para ir assistir o evento do outro. A gente precisa estar aprimorando através dessa vivência ou dessa troca que, além de a gente ser valorizado, a gente precisa valorizar o outro, que é uma troca parcial, e que é importante para o fazer tanto do nosso grupo, quanto de todos. Teve aquela viagem que a gente fez para o Ceará naquele dia eu vi que a cultura só vai morrer se a gente não estiver organizado, porque movimenta, vai facilitar o dia a dia dos mestres, das mestras, vai dar mais dias de sossego para

que eles possam viver pensando na sua produção. Como a gente recebe uma caravana em casa, que vem pessoas para conhecer a sua história, contribui para a manutenção da sua casa. Vai ganhar anos de vida. Que até então a fala de todos os grupos é eita: hoje eu não vou poder receber, porque fulano vai trabalhar, enquanto estava todo mundo trabalhando e sendo remunerado por aquilo ali. Que é o que está acontecendo hoje. Hoje a caravana vem, a gente recebe as pessoas, faz a apresentação dentro de casa, eles divulgam nossa arte para os lugares, contratam. Teve uma oficina feita aqui tantos dias, levei pra Pesqueira e já peguei uma semana lá. Estou fechando para o movimento que está lá. Temos várias formas de trabalhar, além dos shows, tem as oficinas percussivas, canto, dança. A gente dá oficina em escolas. Trabalhar a linha nagô para o desenvolvimento percussivo, melhorar a coordenação motora, a dicção.

h) Impactos para o comércio formal e informal da cidade durante o festival

Os impactos têm sido positivos também. Eu digo essa positividade pela relação que a gente tem com pessoas que nos fornecem produtos. Por exemplo, o rapaz que faz nossas camisas, já tem outra abordagem de conversar porque ele sabe que está chegando o evento, aí ele fala: Marcelo, olha, tá com uns produtos aí. E a gente sabe que está surtindo efeito positivo, que a gente vai lá e pede para confeccionar alguns produtos e a gente revende. A costureira só tem vocês são prediletos, tem prioridade para o figurino. Está surtindo efeito. Os taxistas, toda vez que eu ligo, tá chegando aí com os carros. E na comunidade também, quando tem um evento, a gente está divulgando, as pessoas colocam produtos, uma vez um artista conhecido na feira... A vinda do festival ele criou outros ares, tem sentido um efeito bem positivo. Precisa a gente chegar um pouco mais nas escolas, direcionar mais para público infanto-juvenil, que quanto mais eles conhecem nossa cultura, vai segurar nossa cultura. Mas assim está movimentando o centro da cidade, a gente chega no evento quatro e pouca na cidade, já está o povo vendendo água, vendendo pipoca, cuidando de um carro. E isso é muito importante, o impacto financeiro na cidade. Eu não sei de alguns índices porque é algo particular assim, não sei os hotéis, mas acredito que alguns hotéis tenham conseguido vender porque recebe os turistas. A gente vê que durante o evento tem um fluxo de veículos na cidade diferente, e a gente sabe que não são pessoas que estão no dia a dia. A gente encontra com pessoas diferentes. Aumenta as visitas. Domingo eu recebi um pessoal do Recife diferente. Recebi pessoal de Maceió. Toda vez que tem evento de coco pergunta, olha, podemos visitar vocês, sempre tem. Pegam o contato nas redes sociais, entra pelo Facebook ou Instagram. Fizemos esse livrinho aqui. Vieram pessoas de várias cidades. (Paula: vou tirar foto depois). A gente vê pessoas aqui de outros lugares. E aos poucos a gente está na construção disso. A gente poderia tentar criar instrumentos que pudesse entender como

é que esse movimento com as pessoas de outros setores. O lojista que vende tecido, será que ele conseguiu aumentar a venda dele? Nesse evento de 2020 a 2023, não tinha mais perspectiva para esse mercado, e para a gente melhora muito. Esse desfile a gente é remunerado. Se abre o show, ganha um cachê, a gente é contratado antecipado para o evento.

NOTA 5

i) Impactos culturais para a comunidade após três anos de festival

Tem sido positivo, o festival é o ano todo, os integrantes da nossa comunidade estão no Sesc fazendo a formação, a gente vê que tem alguns irmãos querendo entrar no coco, tem os meninos fazendo curso de fotografia, são tudo da comunidade. Não tem como não ter impacto dentro da nossa comunidade. Quando eu pego o grupo para a gente viajar, já tem gente que diz: ei, arruma uma vaguinha para mim. Tá entendendo? Quando a gente lançou aquele CD da gente que fala do Pré-Urbano, as pessoas da comunidade começou a ver a gente mais diferente, se encontra com pessoas de arte, de grupo de coco, começa a cantar músicas. Esse dia Márcia Moura mandou até vídeo de uma mulher cantando uma música da gente e ela era uma das personagens. Isso é um impacto importante porque a gente está sendo visto em lugares que muitos queriam estar.

NOTA 5

j) Impactos sociais para a comunidade após três anos de festival

Nossa comunidade já tem adesão ao coco, e o festival está ajudando a potencializar mais ainda na afirmação de quando tiver um evento, nossos eventos a comunidade têm construído. No dia da gente cantar, eles limpam a rua, eles divulgam, quando colocam um palco aqui na frente já pergunta qual vai ser o dia, vem grupos de nossa comunidade de outras linguagens artistas. O mais bonito é porque as festas não têm violência, porque a maioria das festas que tem aqui é muita briga. Fora que é um trabalho conjunto. Às vezes, botar alguma coisa para vender também. Isso só fortalece. O pessoal coloca pastel, caixinha de cerveja, churrasco. A mulher diz, Marcelo, quando é que vai ser a festa, eu digo, ainda não sei, ela diz, me diz um dia antes para eu comprar o churrasco. Para ganhar dinheiro. Coloca vatapá. E agora é o terceiro ano que a gente faz uma sambada forte. Vai ser em março e em julho. Aí a banda de pífano faz o cortejo e a gente vê várias crianças acompanhando e o pessoal abrindo as portas e vendo, e depois são os índios. Então toda hora agora eles querem saber quando é que os índios vêm. Eu trago os kapinawá. Esse ano eu trouxe os kapinawá e o coco xucuru. Os kapinawá são do Parque do Vale do Catimbau. Em Buíque. Daqui de casa a gente já vê o vale do Catimbau. Aqui é lugar mais perto, o pessoal diz que é Buíque, mas não é. O impacto é muito importante.

NOTA 5

k) Impactos econômicos para a comunidade após três anos de festival.

Já respondeu e deu 5. A ideia de ser tudo cinco é porque tem sido muito positivo para a gente, a gente tem aderido a uma perspectiva de mudança mesmo. Agora eu quero ver se a gente consegue uma praça para a comunidade. Que a comunidade enxergue a força da cultura tanto para a cidade quanto para a comunidade. Hoje está sendo contemplado o alto do cruzeiro um espaço para os turistas. Lá no Alto do cruzeiro. As irmãs Lopes estão conseguindo melhorar a praça, por que como é que o turista vai chegar na minha cidade se a cidade estiver desorganizada? Não se tu viste, a gente saiu pintando os postes, colocando as flores, mensagens, tudo. Semana de nosso aniversário. O pessoal, coloca isso aqui, Marcelo. Eles se reconhecem. Veem que é importante esse espaço de preservação. Não tem nenhum morador que diz que não gostou do som, porque é um espaço de proteção. E é de proteção e de aprendizado. A gente tá aqui e o pessoal vem, sabe o que acontece e quando não tem, fica procurando. Sempre chega um bebo, fala com o pessoal e vai embora.

2. Do ponto de vista de gestão, o que você consegue enxergar de mudança no seu grupo depois das três edições de festival? Se sim, que atitudes foram tomadas e que ações foram realizadas?

Mudou demais. Muita coisa mesmo. Está um grupo que começou a dividir mais as demandas. Antes era muito centralizado em mim, eu fiz uma análise esses dias para dividir o protagonismo e dividir funções. E isso passou a ser mais potencializado. Hoje o show é dividido por todo o grupo. O grupo, eu acho que o tempo de apresentação é muito importante para potencializar um grupo. Outra coisa, a divisão de função, tablado, tamanco, dança, quem é responsável daqui. Tem outra pessoa que é instrumento. Parte de percussão outra. Divulgação, cartaz, é quem cria. É Ronald. Edição, Juliano e Ronald. Camila e as meninas é a parte burocrática. É vai fazer uma música, vai digitalizar, vai um documento. Eita preciso imprimir um documento que vai pagar imposto e minha esposa e eu fica com a parte de criação de escolher o figurino, peça, de pagar. A gente está bem dividido. Até porque os meninos têm de ter essa autonomia de ter essa posição que precisa responder por ela e a gente tem ganhado muito com isso, porque o grupo se cuida. O grupo está tendo cuidado. Quando não pode, um outro vai. Ontem, para ir para o Sesc, a gente se articulou, se vai ser ruim, não se preocupa não. A gente vai e representa. Fora que a gente vai tentar projetos para captar recursos para ganhar mais sustentação, que os meninos vão precisar deixar de estar pensando no crescimento artístico, cultural, desenvolvimento pessoal, para estar fazendo atividade para ganhar recursos para se sustentar. Eles vão chegar numa idade que se eles não tiverem um sustento, vai casar, vai entrar na faculdade. A gente está vendo como é que faz para eles ingressarem no curso superior. E eles querem autonomia.

3. Houve algum desdobramento de negócio/parceria para o grupo após o festival? Se sim, qual (is)?

Depois que a gente está na rota dos cocos tudo para mim vem depois das rotas dos cocos, antes era muito sofrido, tinha que esperar o São João, depois que começou a rota dos cocos, o festival, a gente foi tocar em Triunfo, quem chamou a gente foi Valkíria. Vi Valkíria na rota dos cocos. Essa é a vitrine. E muita gente que vê a gente. Agora teve uma mulher que levou a gente para a escola. Colocamos uma exigência bem grande. O que é que acontece. As escolas sabem que todo ano tem o Dia da Consciência Negra, mas quer que todo ano o grupo vá, sem ter prestígio. E esse ano, a professora viu a gente tocando na rota dos cocos e eu disse que para tocar a gente precisa de um som bom, senão a gente não toca, precisa de um transporte, isso e isso... Por que isso? porque eu preciso mostrar para os alunos que nossa cultura tem um formato de trabalhar e precisa ver em todo lugar que é bonito, porque vocês só querem pra gente tocar nesse período para dizer que foi sofrida a história do negro e é um trabalho a mais com as escolas. A gente precisa revolucionar isso nas nossas escolas. às vezes tem cachê, outras vezes não. A gente foi com outro olhar, só o som eles botaram um mesário, um holdie, foi mais de R\$ 600 reais. Entre eles, os professores. e isso para a gente foi muito positivo porque isso surtiu um efeito tão grande na escola. A Escola Professor Régis. A professora disse que queria agradecer ao Marcelo. Acho que se a gente não cobrar isso, eles ficam vendo a cultura como um ponto solto. Não é só a consciência negra, o dia do artista, a cultura tem que estar lá o dia todo. E a partir do momento que eles enxergam que essa cultura precisa ser um valor. Eles passam a enxergar que aquilo tem um valor. A professora disse que viu pela primeira vez os meninos pararem para ver a apresentação. Ela estava encantada.

4. Que expectativas você enxerga para o samba de coco no futuro?

Eu sei que é uma utopia muito grande, eu trabalho na maior expectativa do mundo de ver os grupos, de fortalecimento da nossa cultura. Acredito que logo a gente vai conseguir potencializar nosso coco e nossa cidade como grande potência de coco, porque o formato que a gente tem trazido as canções compostas eu acredito que a gente vai conseguir ir para vários lugares. É girar tanto a gente como outras pessoas que fazem parte dessa produção. Cuidar de fotografia, a expectativa é viver disso. Eu vivo de coco, mas não tenho recurso suficiente só para fazer o coco. Eu vivo de coco porque minha mente fica 24 horas pensando em pesquisa, pensando em formatos de trazer mais adeptos, pessoas para conhecer e eu já sou muito grato do que eu já consegui é o coco. O coco ele salva. Ele me tirou de um olhar e foi como se eu tivesse outro olhar na vida e assim a gente vai criando perspectiva de futuro. É o hoje os meninos que estão com a gente aqui

todos se veem no coco. Tocando, apresentando, igual as outras músicas. Tem essa perspectiva de fazer sucesso, não vou fazer, porque tem que ser ouvido em todos os lugares.

5. De que forma você acredita que os grupos de samba de coco podem contribuir para o desenvolvimento cultural, social e econômico de Arcoverde-PE?

Esses grupos já têm contribuído economicamente e socialmente muito com a nossa cidade. A gente precisa potencializar com mais eventos, uma das formas é potencializar algumas pessoas são que são adeptas do coco, mas que são da área de música, para potencializar a linguagem da gente em outros formatos. Vejo que hoje na cidade já tem três pessoas que está trabalhando o coco com música clássica, Marquivani, Mac Nazaro, tocaram em violão tudo. Pretendo potencializar ele. Se a gente tiver mais pessoas fazendo o coco em outros formatos, a gente vai conseguir potencializar mais pessoas a ver isso, agora a gente precisa urgentemente escoar, a gente precisa fazer que pedra tenha mais acesso à nossa cultura. Não fazendo domínio de cultura, mas ver que tem isso e querer brincar ali. A região precisa urgentemente. Não pode ficar só na nossa cidade. Nossa cultura precisa trazer adepto de Pesqueira, Tupanatinga que é muito forte, Sertânia. Eu vi que pesqueira tem sete ou oito grupos de coco é muito forte. Tupanatinga, do mesmo jeito. Se a gente conseguir, com produtos fonográficos, do qual o coco raízes tem muita potência e consegue fazer isso, outros cocos também conseguem. Só precisa potencializar isso. Como é que as pessoas que nunca viram o coco e quando pesquisam se apaixonam pela primeira vez? É ir atrás dessa ferramenta. DVD. E eu digo que a RMR de Recife, Alagoas e Paraíba são imensas, tem várias pessoas fazendo coco, com outros gêneros, coco de roda, umbigada, quando eles conhecem o coco do sertão, o coco trupé, eles se apaixonam. É criar esse meio de levar. O próximo CD a gente eu vou investir muito na parte de divulgação direcionada para o litoral pernambucano, alagoano e paraibano. Eu sei que lá tem muitos adeptos ou a comunidade nordestina no Sudeste. Porque São Paulo hoje tem a maior comunidade nordestina fora do Nordeste e que a maioria que tem a essência do coco que quando escutam, ficam doidos, além de estar em escolas, na própria comunidade. A comunidade tem caminhado muito. Do grupo das irmãs Lopes, é muito forte mesmo. Acredito que em nossa comunidade também.

- FIM -

COCO IRMÃS LOPES - 28/11/2023

1. O festival chegou este ano de 2023 a sua terceira edição. Como você avalia os seguintes aspectos ao longo desse processo:

a) Reuniões sistemáticas realizadas com os grupos de samba de coco

Werner Lopes - As pessoas não se mobilizam. A gente marca a reunião, quando vai, é um ou dois, quando vai. E Águia tem toda essa mobilização e as pessoas não vão. Quando chega perto do festival, as pessoas querem saber quando vão estar e quanto vão ganhar, aí vão estar lá e voltam. para ter reunião sistemática, falta muito, não por parte do Sesc, mas por parte dos grupos.

Amanda Lopes - comprometimento, tomada de decisão. Geralmente, tem aqueles que a gente pode contar porque sempre estão, mas a maioria vez ou outra sempre deixa a desejar.

Nota 4

Irmão de Amanda - precisa de um esforço porque se os grupos não tiverem juntos, esse festival não vai para a frente.

b) Formações realizadas com os grupos de samba de coco

Irmão de Amanda - eu dou 5. Mas é a primeira coisa que eu falo no primeiro ponto, alguns grupos não se interessam em participar, mas nós participamos. Acho que ainda falta muita coisa de formação, mas estou satisfeito. Nem tudo que a gente pede é aceito, que tem outros trâmites para fazer.

Amanda - a gente entende que este ano o número de formações foi menor que o anterior, mas o que a gente participou entendeu que foi muito importante para o grupo. A questão do audiovisual, e outros tantos, o de design. Dou cinco mesmo. Foram de muita qualidade. Os oficinairos...

Fizemos cursos de holdie, de produção de vídeo, de design, de gestão de portfólio. Em todos, tivemos uma representação nossa nos cursos.

Werner - a gente só não participou este ano das formações que tiveram dentro do festival, mas partíamos ao longo dos anos. Este ano a gente estava viajando, tanto é que a gente não colocou barracão no festival. Não tinha como.

c) Organização do festival

Amanda - Eu dei 5 para esta edição. Eu achei ela muito organizada. A única coisa que eu achei que não é para tirar ponto é sobre a acessibilidade dos artistas para o palco.

Outro ponto de atenção, é a divulgação foi um ponto a observar. Aqui na nossa comunidade, não chegou.

Werner - O carro de som parecia um the flash. Precisa trabalhar melhor esse ponto. A gente divulga nas redes sociais, mas nem todo mundo tem celular. Poderia fazer uma vinheta do festival. Teve um outdoor, mas deveria ter mais.

Amanda - também a programação é muito extensa. Não sei se caberia na próxima edição colocar nas TVs online, porque o pessoal acessa muito.

Werner - aqui também tem o De primeira categoria, que é um programa de rádio. Dei a ideia de toda quinta-feira ir um grupo de coco divulgando o festival, mas não aconteceu. Mas eu dei essa sugestão.

Werner - Mãe conseguiu subir, mas com dificuldade.

Werner - achou as pessoas muito solícitas. Eu me senti muito acolhido. Pessoal do som, palco, muito tranquilo, diferente do ano passado, porque tinha gente que queria quase entrar em vias de fato, esse ano não aconteceu isso não. Para esse ano, foi muito melhor.

d) Parcerias estabelecidas para a realização do festival

Amanda - Esse ano eu vi a marca da coca-cola como um dos colaboradores e isso é muito bom porque agrega à imagem do festival. Eu achei muito bacana. E de ver o que elas possibilitaram. Falar de estética, esse festival estava uma perfeição. E ver a marca investir aqui.

Werner - a gente gostou daquele palco menorzinho. Achei o palco principal mais seguro. Ano passado estava muito alto, este ano estava mais próximo do público. Acho que faltou bombeiro no palco.

NOTA 4

e) Impactos culturais para o seu grupo de samba de coco após três anos de festival

Amanda - Acredito que o principal dele é a questão de visibilidade e atração e formação de público. Também a de formação. A realização para o festival nestes dois anos atraiu muitas pessoas para cá. Movimentou bastante aqui e as parcerias que a gente já conseguiu a partir das visitas. Acredito que os impactos são positivos.

Werner - Eu e Amanda, a gente sempre está viajando. Para os integrantes do grupo, é uma coisa nova. Ver eles participando, tendo essa troca e conhecer outros grupos. A gente observou muito. Amandinha disse que teve um grupo que já marcou com ela.

Para o festival, neste sentido, foi e está sendo muito bom. Vejo os meninos engajados. Esse intercâmbio é importante. Para a gente está sendo muito rico com outros estados e outros cocos. A gente encontrou até um mestre de coco de Alagoas que cantava a música da gente e não conhecia a gente.

NOTA 5

f) Impactos sociais entre os grupos de samba de coco após três anos de festival

Werner - A gente conseguiu nestes três anos observar algumas situações dessas questões de classe, porque tem muita gente que não tinha nenhum contato com certos meios culturais, grupos culturais e bens culturais e acabaram tendo. Tem gente que a gente levou para a nossa produção que nunca estiveram em cima de um palco. São pessoas que jamais pensariam pisar em cima de um palco. Esse impacto social para eles jamais poderiam pensar em estar. Acho que socialmente falando esse casamento de público, artista e pessoal foi muito positivo.

As pessoas quando veem o coco no São João é uma coisa, mas quando você vê um festival das irmãs Lopes, é outra coisa, mas quando você vê um festival com todos os cocos juntos, independentemente de classe, cor, raça, etnia, sexualidade, isso é o maior impacto social, porque as pessoas conseguem visualizar o coco, o que de fato é o coco.

Amanda - outro impacto é o trabalho que o festival desenvolve, querendo ou não, é de autocuidado e autoestima dos grupos locais, de dar essa oportunidade de os mestres receber as pessoas, de se sentir importante nesse processo de condução de uma pesquisa, de uma entrevista. Isso de trabalhar a questão da autoestima foi muito benéfico.

Werner - De se sentir valorizado. Isso é muito importante. Às vezes um vizinho não dá nem importância para o mestre e de repente chega um ônibus para ouvir a história daquele mestre. Aí o vizinho faz: nossa, esse meu vizinho é importante! Também é a oportunidade de conhecer a sua sociedade, a sua comunidade.

NOTA - 5

g) Impactos econômicos entre os grupos de samba de coco após três anos de festival

Amanda - principalmente, o Sesc com essa ideia das curadorias, desde o ano passado, teve a oportunidade de conseguir outros diálogos para tratar a negociação de shows, de oficinas e também de atividades em escolas. Por exemplo, com esse cenário da rota dos cocos, uma escola local nos contratou porque a pesquisa deles é em cima da rota dos cocos. Então, assim, eu acho que dessa forma a gente entende que financeiramente o festival tem sim colaborado, mas neste último período de um ano e meio tem colaborado com a visibilidade.

Não é só show, é também vivência. Neste festival, a gente teve que dividir o grupo em três porque a gente conseguiu quatro agendamentos durante o festival.

Werner - Eu só tenho um contraponto. Este ano, diferente do outro ano, no ano passado, só Amanda trabalhou. Neste ano, tiveram componentes de outros grupos trabalhando no festival. Eu vou bater na tecla, que eu já falei em reunião, é importante trazer profissionais de fora para trabalhar, mas era importante ter mais integrantes do coco envolvidos no festival, na produção do festival, porque o festival o coco está presente. Não que o coco está fazendo, porque quem está fazendo é o Sesc, o coco está apoiando, mas eu acho que falta um pouco mais de inclusão

total de mais pessoas dos grupos. Eu daria um 4. Como, por exemplo, na mediação, ficou eu e Tamares, tiveram outras mediações e não foram pessoas do coco, eram outras pessoas. Tudo bem que eu não quero que só seja pessoas do coco, ficar só coco, coco, coco, mas acho que como a ideia foi criar um festival de economia criativa na pisada do coco do nordeste, eu acho que o coco deve ser o carro chefe e depois vêm as outras linhas, forró, frevo, coisas assim e não colocar outros protagonistas na frente do festival, porque é igual, quem dá a cara a tapa vai conquistar o que luta. É importante colocar mais pessoas do grupo de coco a estarem mais engajadas no festival. Você tem carro? Então o Sesc vai contratar para levar os grupos. Você cozinha? Então você vai trabalhar na parte do bufê. Para que eles entendam que o festival é nosso. Faltou um pouquinho assim, eu estou analisando os 3 anos, não esse ano. Neste ano tiveram umas seis pessoas trabalhando.

Amanda - Eu estava comentando com o Marcelo que é importante trazer formadores de outras cenas, de outros espaços para colaborar com o nosso processo de autorreflexão e criatividade, mas também o festival poderia pensar na inclusão de uma oficina, de alguma coisa nossa dentro do festival, como, por exemplo, uma oficina de acabamento de tamanco do Mestre Assis durante o festival ou até antes. Essa oficina de criação de tamancos hoje está com o mestre Assis e o Mestre Cícero, que outros grupos compram a mão de obra deles, mas que valeria também a pena a oportunidade de talvez de sugerir e a gente participar.

Werner - Uma oficina de percussão e trazer um. Uma capacitação de projeto, trazer Amanda para fazer. É ter mais gente da gente incluso. Uma oficina de corte e costura com Dona Maria com ela ensinando. (Miro: dona Maria não ensina nem as filhas...)

Não houve aumento de shows, mas o festival está possibilitando a comunicação com outras áreas para o próximo ano. Esse ano a gente já conseguiu duas ações e no ano que vem de a gente ir para o Maranhão.

NOTA 4

h) Impactos para o comércio formal e informal da cidade durante o festival

Irmão de Amanda - Sobre isso, eu não tenho muita coisa para falar porque eu não tive essa informação de como foi o movimento da cidade nesta questão econômica, mas eu acho, na minha concepção, no pouco que eu vi, foi muito forte. Veio muita gente de fora. No ano passado eu achei mais. Mais gente de fora. Neste ano, tiveram pessoas que vieram de fora. eu acho que o comércio vendeu bem. As barraquinhas de artesanato, toda vez que eu passava ali as pessoas diziam que estavam vendendo bem. A cena gastronômica, que bota ali, vende. Eu vi dessa forma, mas eu não tenho.

Amanda - Não tenho referência de como se deu, mas achei bacana de ver que as pessoas de serviço, de palco de som, eram daqui, e estavam presentes. Ir também.

NOTA 3

i) **Impactos culturais para a comunidade após três anos de festival**

Irmão de Amanda - eu comecei a perceber que surgiram muitos artistas. Acho que as pessoas através do festival passaram a se ousar mais. Algumas pessoas assim, pessoas da minha comunidade que eu nem sabia que sabia tocar um instrumento e depois eu ver ali e ver no festival presenciando o festival e aqui as pessoas têm o costume de levar os instrumentos também e ficar no cantinho tocando. Eu presenciei muito esse ano. No ano passado eu não vi muito. Também tinha muita gente no ano passado não deu para visualizar muita coisa, não que esse ano não tivesse, mas acho que no ano passado teve mais gente que esse ano em movimentação. No ano passado foi mais divulgado que esse ano, neste ano não achei muito divulgado. Mas foi bom. Acho que as pessoas começaram a ver que o coco é além de show, de palco e de dançar. É uma brincadeira. Até vizinhos da gente, nossa menino como tu canta e eu não sabia. Eu vim conhecer o museu que você falou. Gente da própria comunidade que vê aqui passando na frente e nunca entrar. O pessoal da minha comunidade participou. Eu vi muita gente participando. Senti que impulsionou o conhecimento sobre o nosso trabalho.

Amanda - É um produto, é uma série de cadeias que ele movimenta. Esse ano eu percebi que as pessoas estavam mais interessadas em saber da produção. os bastidores quando nos procuravam.

NOTA - 5

j) **Impactos sociais para a comunidade após três anos de festival**

Werner - as pessoas se sentiram valorizadas. As pessoas se sentiram mais importantes e deram mais importância para o coco. Por exemplo, na comunidade, as pessoas conhecem dona Severina, mas não conhecem a Mestra Severina, que através dela o coco resiste, porque seu irmão deixou toda essa arte para ela e que outras pessoas fazem o coco porque ela deu o impulso para que hoje existissem sete grupos de coco e as pessoas não tinham essa consciência. Tinha consciência de que é dona Severina, uma senhora que pode ajudar a gente quando precisa com uma feira com uma conta, sabe, como essa senhora que nos ajuda e não como essa senhora que é uma potência do coco. Eles começaram neste quesito social realmente a conhecer a história do coco, de quem está envolvido nessa história do coco. De dizer, nossa eu tenho um artista no meu bairro eu preciso valorizar.

Amanda - Acho que as possibilidades de colaborar com os empreendedores locais. Isso é um impacto social também. Dar acessibilidade para a hotelaria local, neste sentido.

NOTA 4

k) Impactos econômicos para a comunidade após três anos de festival.

Werner - Eu não sei opinar muito porque algumas pessoas da minha comunidade elas têm esse trabalho de artesanato, de gastronomia, mas não expuseram, não tiveram espaço para expor durante o festival porque não tiveram contato com as inscrições, porque a gente até falava, olha, vai lá se inscrever, mas não tinha tempo, não tinha como ir, mas quando a gente faz o nosso festival aqui na comunidade, toda a comunidade se engaja, tem dias que quando quer colocar a barraquinha para vender, faz, olha, dona Severina, eu trouxe um bolo para a senhora dar de lanche para o pessoal aí, então, no nosso festival, a comunidade ela se engaja dessa forma. mas a comunidade do festival do Sesc eu não sei porque eu não presenciei muito assim, então, eu ficaria neutro.

NOTA 4

2. Do ponto de vista de gestão, o que você consegue enxergar de mudança no seu grupo depois das três edições de festival? Se sim, que atitudes foram tomadas e que ações foram realizadas?

Amanda - acho que foi conhecimento.

Werner - Uma coisa que a gente combinou aqui, já que nem todos puderam participar das oficinas, a gente bateu o martelo que participasse, tinha que repassar o que aprendeu. Amanda encabeçava essa reunião e aquela pessoa, nem que fosse só numa forma de debate, passava tudo para a gente que tinha acontecido ali. Foi enriquecedora.

Amanda - Tudo que nós fizemos acabou sendo benéfico, de alguma forma contribuiu para a nossa autonomia. Por exemplo, a questão de criação de portfólio, antes a gente trabalhava de um jeito muito amador, não sabia o que colocar, como se organizar neste sentido, não tinha uma visão. O Raminho que teve momentos presentes conosco e trouxe possibilidades. Profissionalizou mais a nossa produção.

Werner - Adorei esse cuidado com a gente, essa atenção. Isso foi muito bom. O dele foi de holdie. Foram dois anos. Mandamos dois integrantes. Um que trabalhava com a gente não está mais conosco, veja, ele fez o curso, trabalhava como holdie amador dos grupos de coco, aí ele fez esse curso aí, e hoje ele trabalha com a gente e outro, com uma banda de forró. Se profissionalizou. Adrianinho.

Amanda - Também teve o de eventos, a gente não tinha certificação, agora que a gente tem, podemos comprovar que a gente já teve projeto realizado e porque a gente não tinha linguagem técnica e nenhuma certificação na área de eventos e com essa possibilidade a gente tem comprovação em algum curso nesta área.

3. Houve algum desdobramento de negócio/parceria para o grupo após o festival? Se sim, qual (is)?

Sim, algumas pessoas que viram as apresentações de nossos grupos se interessaram em levar o nosso grupo para alguns lugares, mas não o grupo inteiro, e sim algumas representações do grupo para alguns eventos. Já surgiram aí três convites. Alguém do Ceará e consultou nossa disponibilidade, do Sesc Ceará, encontro de mestres do mundo. Estamos com diálogos com algumas propostas que acredito que vão se realizar e a gente entende também que o projeto do Sesc possibilitou.

4. Que expectativas você enxerga para o samba de coco no futuro?

Amanda - Conseguir se organizar para trabalhar exclusivamente nestes processos de mediação, não só eu e Hervei, mas tentar ao máximo que outras pessoas do grupo consigam isso porque para a gente a maior prioridade da vida, trabalhar essa conscientização de prioridade dos nossos sete integrantes. A gente quer como meta que não só eu, Hervei e Mestra Severina tenhamos renda e visibilidade, mas todo mundo do nosso grupo.

Werner - Na verdade eu acho que as pessoas precisam entender o que é o festival. O festival não é apenas o festival que acontece uma apoteose do seu show, você recebe seu cachê e foi bonito. O festival em si, no todo, ele é para capacitar os grupos de coco para que você tenha autonomia, seja um grupo potente, forte, conhecedor, entendido, formado, tenha suas comprovações para que você possa recorrer, fazer o seu evento, a sua sambada de forma independente, esse festival é como se fosse um pai ensinando um filho a andar. Ele está dando os nortes, a gente precisa entender. Uma vez Marcelo disse o Sesc está sugando muito a gente, eu disse, pelo contrário, a gente tem que sugar o Sesc. Tudo que eles oferecerem, a gente tem que trazer para a gente. Tem uma oficina de holdie, tem uma oficina disso, daquilo, o grupo vai se fortificando porque as pessoas vão se capacitando, vão se fortificando. Eu consigo ver a extensão desse grupo potente, forte. As pessoas precisam atender essa mensagem do festival: que é essa, dar a autonomia para os cocos. A nossa expectativa é boa. A gente não é muito ambicioso de ver shows. A nossa maior ambição é formar pessoas principalmente na nossa comunidade. Eu costumo dizer que enquanto o Coco Raízes estava lá fora vendendo o coco, mostrando o que era o coco, a gente estava aqui alimentando essa semente e trazendo mais pessoas para se formar e ganhar o mundo. Nós das irmãs Lopes nos vemos dessa forma, estar nas escolas, cada dia formar mais e mais jovens. Acho que é isso aí, enquanto um está lá fora, o outro está aqui formando e o outro lá na outra ponta. Acredito nesse trabalho em rede.

5. De que forma você acredita que os grupos de samba de coco podem contribuir para o desenvolvimento cultural, social e econômico de Arcoverde-PE?

Werner - Na verdade eu vou resumir em duas palavras: falta amor, falta amar o que faz. Muitos grupos de coco de Arcoverde visam apenas o financeiro. Se as pessoas começarem a ver o coco como elas, por exemplo, eu sou o coco, dona severina é o coco, você que é expectadora, é o coco, falta muito isso, de ver. É o amor pela cultura popular, é o amor pelo coco. Se a gente realmente amar o que faz, o coco vai para frente. Muitas vezes as pessoas deixam de priorizar o coco para ir para outros caminhos e ainda batem na tecla, ah, mas o coco não dá, não me dá o meu sustento. Isso é verdade, é um fato. Mas a gente pode correr atrás. Eu não falo a questão de dinheiro, eu falo de alma, de espírito, quesito social, quesito econômico. Eu posso fazer minha arte e vender, ligada ao coco. Eu fui fazer um show e também posso vender meu produto, meu material. Falta muito isso, esse amor pela cultura popular. A mestra Ana Lúcia veio durante o festival que é muito importante, que foi, hoje em dia, se não tivesse dinheiro, quantas pessoas estariam fazendo cultura neste país. Ver o seu mestre, dona severina, pegar na mão dela, o coco vai para a frente. Aí a gente vi ter uma união e um grupo forte, um movimento forte.

Os grupos de coco podem dar mais oficina de coco, abrir mais os espaços da sede para sua comunidade, se abrir mesmo, sentar com as pessoas mais velhas e ouvir as histórias das pessoas mais velhas e fortalecer o discurso do que é o coco porque eu tenho uma visão de coco, mãe severina tem uma visão de coco, Amanda tem uma visão de coco, acho que falta a gente ouvir os mais velhos, ouvir a história do coco, repassar esse conhecimento. Falta muito esse repasse. Eu vim ensinar o coco a essas crianças. Só a gente e mestre Assis vai as escolas mostrar os cocos, ensinar a tocar, a dançar. Se a gente fizesse mais isso, traria o olhar mais para o coco. (Fugiu totalmente da resposta).

Amanda - Econômico, esse festival consegue contratar coisas que não só da cultura popular, terceirizar coisas, como por exemplo a fotografia, pessoal de audiovisual, outros setores, esses impactos podem crescer mais. Tenho o entendimento que esse projeto que a rota dos cocos vem movimentando os festivais, tem impactado muito os pequenos empreendedores locais. Acredito que os impactos são esses de alcance de maior número de empreendedores locais nesse processo.

Amanda - Acho que o impacto cultural que nós pretendemos e já estima é alcance de outros públicos, o cultural, principalmente dessa comunidade local, porque é muito comum ter gente que passa por aqui e pensa que é uma casa de artesanato, mas não sabe o que é o coco. O impacto cultural principal é trabalhar a formação de público para o consumo de nossa produção. O social, acho que é isso também de possibilitar a inclusão dos mais diversos tipos de pessoas no nosso grupo, em nossas atividades, entendendo a questão de gênero, de idade, de vulnerabilidade. Os impactos econômicos é mais benéfico para o comércio de centro. Algumas ações contribuem para vendedor de vestuário, internet etc. Agora também tem a questão do turismo.

Werner - Um menino que saiu daqui e hoje voltou e é um dos maiores artistas plásticos. Hoje a gente contrata ele. E ele aprendeu com a gente. Ele vende os produtos dele através das nossas sambadas. Outra que fazia crochê, ela traz para vender aqui na Cohab I. As pessoas comercializam dentro de nossa sambada.

Amanda - A diferença de nosso grupo para os outros é que eles fazem e eles vendem. A gente traz pessoas da comunidade para vender esses produtos. A gente ainda tem esse déficit de não empreender.

Werner - Eu acho até melhor, sabe, dar oportunidade para as pessoas da comunidade. O coco das irmãs Lopes não se resume à família Lopes, ele é a comunidade. A gente compra dos fornecedores aqui, de pães, por exemplo. Quando precisa hospedagem, a gente fala para hospedar aqui na comunidade.

- FIM -

COCO PISADA SEGURA - DATA: 29/11/2023

Entrevistado: Sr. Neydson

1. O festival chegou este ano de 2023 a sua terceira edição. Como você avalia os seguintes aspectos ao longo desse processo:

a) Reuniões sistemáticas realizadas com os grupos de samba de coco

Nota 5 - eu senti o empenho dos grupos em querer participar, em querer movimentar mais esse festival, para mim as reuniões somaram muito para esclarecer muitas coisas e trazer novas ideias.

b) Formações realizadas com os grupos de samba de coco

Nota 5 - O grupo fez formação em audiovisual e outra de técnico de som. Foi muito boa também durante o ano. Foi excelente. Estamos aplicando no grupo. Já almeja comprar um som para ter o nosso material quando organizar a sambada, já gasta menos já.

c) Organização do festival

Avalio que foi muito boa, comparada as outras edições. Essa foi muito organizada, tivemos alguns percalços. Alguns pequenos atrasos, mas nada que tirasse o foco do festival. para mim foi nota 5 também.

Ponto alto foi a diversidade de grupos que a gente pode trazer, sempre renovando essa grade de programação e trazendo mais conhecimento que pode trocar com esses grupos.

Pode melhorar na sambada dos mestres, pensar em algo para levar mais público para essa abertura com os mestres.

d) Parcerias estabelecidas para a realização do festival (dificuldade em compreender a pergunta)

As parcerias de antemão eu creio que os órgãos públicos tiveram pouca participação. Eu dou nota 3. Acho que poderia ter mais participação dos órgãos públicos, prefeitura e governo.

e) Impactos culturais para o seu grupo de samba de coco após três anos de festival (culturais)

A movimentação cultural foi muito inovadora para a gente. A comunidade passou a questionar, dentro dessa grade que a gente tem aqui. Tem nosso calendário das rotas do coco do ano e finalizando com esse festival, a gente teve mais visitas e a comunidade passou a entender mais o que é o samba de coco, o que é o grupo, porque a gente se reúne para ensaiar, porque a gente traz realmente a história dos nossos ancestrais para os dias de hoje e acredito que o impacto foi muito grande principalmente para a nossa comunidade. Muito construtiva.

NOTA 5

f) Impactos sociais entre os grupos de samba de coco após três anos de festival

A gente pode engajar mais crianças. Traz mais crianças e adolescentes para prestigiar nossos ensaios. Eles se sentiram mais à vontade para estar aqui presentes conosco, fazendo parte dos ensaios, brincando, pegando os instrumentos para tocar, uma coisa que foi gradual, foi crescendo a cada ano e teve uma participação muito boa. Acho que esse festival nos trouxe mais clareza com a nossa comunidade, que eles puderam identificar quem nós somos, além do São João, que eles só achavam que a gente só tinha o ciclo junino. Eles entendem agora que a gente tem uma programação anual que acontece em nossa cidade. Que tem a sambada, os festivais. Eles vão para o festival, sempre perguntam os horários que vai tocar, pedem a programação para a gente pelo WhatsApp. A gente já pensou até em construir um grupo só daqui da rua, da comunidade para movimentar essas ações.

NOTA 5

g) Impactos econômicos entre os grupos de samba de coco após três anos de festival

Ainda não. Estamos em fase de estudo. A gente está tentando produzir mais material. E tentar conseguir não só shows, mas visibilidade para o grupo. Essa pandemia quebrou muito o grupo, mas a gente notou que nessa última edição deu uma melhorada, principalmente o pessoal querendo contratar oficinas, procurando instrumentos também. A gente vendeu também alguns instrumentos que a gente produz aqui. Baquetas, começou a fazer camisas também. O pessoal está comentando. Foi um aumento, não foi muito bom não, mas começou a movimentar. A chama se acendendo. A gente vai continuar com esse trabalho.

NOTA 4

h) Impactos para o comércio formal e informal da cidade durante o festival

Esse ano a gente optou por não ficar com estande de vendas lá, mas pelo que a gente visitou, os pequenos comerciantes demonstraram acreditar mais pelo festival e começaram a disputar pelos estandes para colocar seus materiais lá. Dessas duas primeiras edições para essa terceira, houve um aumento muito bom nessa movimentação, principalmente os comerciantes. O pessoal daqui que foi para lá achou muito bom a diversidade na questão da gastronomia como nos produtos também dos produtos que estavam lá.

NOTA 5

i) Impactos culturais para a comunidade após três anos de festival

Creio que o questionamento o que é que vai ter, ano passado teve cordel, esse ano vai ter o quê. Eles se impressionaram com a programação, com artistas nacionais. Eu creio que as comunidades ficaram muito ansiosos até com o meu trabalho. Começaram a perguntar quando ia ser a programação, não tinha nem esse contato direto, é da comunidade, mas começaram a nos procurar no Instagram, no facebook para saber da programação. Teve um aumento significativo.

NOTA 4

j) Impactos sociais para a comunidade após três anos de festival

De modo geral, eu sinto que teve um impacto bom. Numa visão mais ampla, creio que as comunidades se encontraram no festival, pessoas de todos os bairros estavam marcando presença lá. Também senti que os artistas da cidade marcaram presença. Estavam em peso lá. Nos outros anos, poucos prestigiaram, até porque não estariam na grade da programação, mas esse ano não questionaram, só foram, brincaram, se divertiram, participaram. E aí entrando nessa questão do social, envolveu todos, artistas, comunidades, desde as criancinhas até os mais velhos estavam prestigiando. Foi um impacto muito bom, principalmente os nossos artistas. podemos melhorar mais.

NOTA 4

k) Impactos econômicos para a comunidade após três anos de festival.

Quando a gente fala de impacto econômico, a gente fala da senhora que vai vender um confeitinho, uma cervejinha, eu senti que tem abertura para essas barracas também, as pequenas barracas e creio que ajudou muitas famílias este ano. Pensou que só ia ser comercializado o que tivesse em estandes, mas outras pessoas puderam vender também. Teve uma presença forte da nossa carraspana e da culinária. A comunidade se preocupou em ir para o evento, mas também consumir o que os artistas da cidade estavam ofertando. Foi sensacional.

NOTA 5

2. Do ponto de vista de gestão, o que você consegue enxergar de mudança no seu grupo depois das três edições de festival? Se sim, que atitudes foram tomadas e que ações foram realizadas?

A gestão do grupo se torna mais madura. Tinha um pouquinho de imaturidade dos integrantes e da nossa parte. Ao longo do festival a gente pode alinhar mais isso, pensar mais nossas ações e o que a gente ia fazer com nossos caixas, com nossos cachês, não só destinar isso para um bem fútil para usar no dia a dia, mas estamos direcionando isso para a comunidade e para o grupo, para as nossas apresentações. Eu acredito que para gestão, deu uma melhorada boa do que era para o primeiro festival para essa, pensando de grupo para a nossa gestão.

A gente teve nessa questão de pensar fora da caixa, pensar além do que a gente está fazendo aqui na nossa sede, a gente já está levando para a comunidade, a gente quer levar para os bairros vizinhos. A gente quer contar realmente o que é a nossa brincadeira. E esse festival começou a instigar isso. Qual é o nosso propósito. O sentido a gente já tem. Para quem a gente quer chegar. Quem a gente quer brincar, quem a gente quer animar realmente. E melhorou muito mesmo. A

gente quer animar a nossa comunidade, primeiramente nós, porque se a gente não fizer isso com amor e com alegria a gente não vai conseguir transmitir isso para a comunidade, para o nosso público e a gente quer tanto aqui para Arcoverde como para a região levar essa brincadeira para o Brasil inteiro como os outros grupos já estão fazendo isso e a gente quer somar com essa ação. Está muito instigado quanto a isso.

3. Houve algum desdobramento de negócio/parceria para o grupo após o festival? Se sim, qual (is)?

A parceira que teve foi na questão de reuniões que tiveram, os encontros, a gente estava sempre se articulando. Para ter um representante. Procurando saber o que aconteceu na reunião.

A gente até então não conseguiu fechar show ainda, mas a gente conseguiu mais visibilidade no nosso Instagram, a gente conseguiu passar de mil seguidores, a gente só tinha 600. Depois do festival, a gente conseguiu e esse público está crescendo rapidamente.

4. Que expectativas você enxerga para o samba de coco no futuro?

A gente espera que o samba de coco no futuro continue passando de geração para geração, mas que ele seja realmente reconhecido no Brasil inteiro não só como um grupo cultural, mas seja reconhecido como um show profissional, que tenha um sentido, que leve uma mensagem tanto de amor, de carinho, mas também de felicidade. A gente almeja isso, que essa visibilidade seja nacional. Pensando mundial novamente. Levar esse trabalho onde ele possa chegar e levar esse trabalho para as próximas gerações.

5. De que forma você acredita que os grupos de samba de coco podem contribuir para o desenvolvimento cultural, social e econômico de Arcoverde-PE?

Sendo bem sincero, já teve um aumento gradativo da união desses grupos, no meu ver, acho que a solução é que esses grupos possam se unir mais e que possam os que já têm mais estrada, mais tempo, mais consagrados, possam se desarmar quanto ao trabalho dos outros como já tem o coco raízes que já ofereceu oficinas gratuitas e muitos grupos participaram. Ter esse intermédio, eu tenho mais afinidade com o grupo de Marcelo, ajudo Marcelo, mais quebra coco aliança, ajuda lá. Eu sinto meio dividido são Cristóvão e os outros grupos. Sinto que não tem aquela realmente 100 por cento de união para a gente somar junto. Quando os grupos somarem juntos e quebrarem todos esses paradigmas, acho que não vai haver limites, nem fronteiras não. acho que tem pequenas feridas, mas nada que possa ser quebrado, deixando de lado um pouco o orgulho, pensar que somos iguais e crescer.

- FIM -

QUEBRA COCO ALIANÇA - 5/12/2023

Entrevistado: Sr. João Paulo

1. O festival chegou este ano de 2023 a sua terceira edição. Como você avalia os seguintes aspectos ao longo desse processo:

a) Reuniões sistemáticas realizadas com os grupos de samba de coco

As reuniões têm sido bem flexíveis em horários que dá para todo mundo ir, então nota 5.

Todas as reuniões que acontecem mensal que falam do festival é muito importante porque abre para todos do grupo colocar ideias ou falar de ideias que não deram certo para consertar para o festival, inclusive que muitas coisas que não aconteceram neste evento já vieram dessas reuniões que disseram, olha, não foi legal porque foi assim, ou sugerir ideias novas, então eu acredito que essas reuniões têm sido muito proveitosas porque é a construção, esse tem sido um festival que acontece, é novo, está tudo muito em construção ainda, então tem sido proveitosa para isso, que os grupos coloquem suas ideias e que também o Sesc veja essas ideias e a possibilidade de executá-las.

b) Formações realizadas com os grupos de samba de coco

Nosso grupo, por ter muita gente que trabalha, a maioria das pessoas do nosso grupo trabalha em horário comercial, nosso grupo não tem aproveitado muito essas formações, mas os outros grupos, em conversa com outros grupos como o fulo do barro que tem uma galera que é bem jovem, é o grupo que está bem por dentro dessas formações e tem sido muito proveitosas, inclusive num desses dias que eu fui no Sesc eu vi o pessoal lá em uma formação que era a parte mais vocal, de trabalhar voz, essa coisa então eu achei bem interessante, vem a fortalecer os grupos, com essa tradição e o Sesc vem aperfeiçoar a música, a batida, a voz, dar essa afinada. achei bem interessante. E outros grupos também nessa parte de gerir, de construção do negócio mesmo. Muito interessante. O pessoal só comenta coisa positiva.

NOTA 5

c) Organização do festival

Eu gostei, principalmente da ideia dos dois palcos, você não deixa um espaço entre uma apresentação e outra. O cortejo, eu achei uma coisa muito interessante, um grupo apresenta e leva o cortejo até o palco e o outro devolve ao público. A estrutura não tenho o que falar, eu acho que a estrutura ela vem se mantendo em uma qualidade muito boa, então para este ano o ponto positivo que eu achei foram os dois palcos e a transição de palco para palco. Eu só deixo um ponto assim do desfile, acho que o desfile deixou um pouco a desejar na parte do figurino. O figurino ficou uma coisa que não foi fiel à tradição de samba de coco. Faltou um pouco. Acho

que poderia ter resgatado mais as origens dos figurinos, ficou um pouco muito moderno de mais. Na minha visão. Não pude estar na última reunião de avaliação e o outro integrante do nosso grupo e esse foi um dos pontos que foi discutido lá.

NOTA 5 A qualidade do som, a qualidade de tudo o que foi feito...

d) Parcerias estabelecidas para a realização do festival

É um pouco complicado avaliar. Qual o peso prefeitura neste evento? A participação do Sebrae é sempre positiva, porque eles sempre trazem os cursos, as formações. Não sei se são só eles. Mas acredito que a parceria com o Sebrae é um nome muito importante para quem quer gerir um negócio, o samba de coco é o negócio. Mas a prefeitura eu não sei o que é que ela ajudou tanto no evento. Não cheguei a observar parceiros privados. Não observei. Não tenho muito conhecimento.

NOTA 4 pela parceria com os outros. Não sei, mas não posso falar dos outros.

e) Impactos culturais para o seu grupo de samba de coco após três anos de festival

Uma das coisas positivas que a gente inclusive comenta nos ensaios, por mais que a gente tenha outros vínculos é a troca de experiências que a gente tem com os outros grupos, o Sesc sempre traz nestes festivais mestres de outras cidades, grupos de outras cidades, outras formas de tocar o samba de coco, outra forma de pisada, outra linguagem, então essa troca de experiência vem sendo muito positiva. Então a gente consegue agregar a nosso grupo coisas que a gente vê no encontro com outros grupos e outras linguagens, então acho que isso é um ponto muito positivo.

NOTA 5

f) Impactos sociais entre os grupos de samba de coco após três anos de festival

O nosso grupo, a gente trabalha na nossa comunidade, inclusive tem um projeto que já tem 10, 15 anos de idade, que se chama Quebra Coco Mirim, que é justamente um trabalho que a gente fazia de resgatar da comunidade essa molecada da rua para fazer o samba de coco. E é interessante que o festival ele ganha um nome dentro da cidade e a molecada que vai no centro e vê aquela formação toda de estrutura, de palco, de tudo, já começa a perguntar, já quer participar dos ensaios, porque eles também querem se apresentar, então é comum em nossos ensaios a molecada curiosa já começar a chegar.

Acho que o ponto positivo que o festival tem na parte social é a visibilidade na parte de samba de coco, porque muitas vezes, por mais que a gente por mais que ensaie aqui na rua, três ruas, quatro ruas daqui, a molecada às vezes nem sabe, mas por ganhar nome, por ter uma estrutura que é muito bacana, e a molecada passa e vê e fica curiosa e quer participar. Então o nosso trabalho já vem sendo desenvolvido, o Sesc dá esse empurrão de estar nas mídias. O festival a

galera quer participar e sabe do nosso trabalho social que é pegar essa molecada de rua para tocar e dançar e manter a nossa cultura.

NOTA 5 - acho que o festival está ajudando bastante a divulgação do samba de coco e fortalecido bastante essa questão de estar nas mídias e estar uma coisa mais sofisticada, estrutura bacana. Acho que é isso.

g) Impactos econômicos entre os grupos de samba de coco após três anos de festival

Para o meu grupo, outros grupos podem falar melhor, porque eles têm mais tempo de vender, de participar da feira, eu acredito que é bem mais significativo por eles terem produtos para vender...para a gente tem sido significativo na parte do cachê, a gente só tinha uma festa fixa que era o São João e agora a gente tem mais uma que é o festival. Então a gente se prepara para o São João, quando termina o São João, a gente já se prepara para o festival, então esse festival passa a ser a segunda renda fixa entre aspas que o grupo tem de tocada certa. Antes, a gente tinha o São João e festivais da cidade que não é certo, que às vezes não acontecem. Esse está acontecendo todo ano e ajuda de certa forma a trocar um figurino, um instrumento, ajuda na locomoção que a gente tem esses gastos de buscar pessoas em locais da cidade para ensaio, está sendo muito positivo nesta parte também.

NOTA 4 acho que não tem a ver, mas acho que está tendo um desconto de 11 por cento que poderia ser pensado neste cachê, porque o cachê melhorar e ser 11 por cento que outros lugares não cobram, que é a prefeitura, INSS, mas se não tivesse para receber o cachê fixo, consegue.

A gente sempre participa de eventos que nem sempre tem retorno financeiro, às vezes a gente faz apresentação para divulgação de nosso trabalho. Cidades vizinhas para divulgação, com participação pequena. Às vezes acontece uma ou outra apresentação, mas não temos certo, o festival ajudou na visibilidade, mas se Deus quiser vai aumentar nos próximos anos, mantemos o grupo por amor mesmo, porque tempo quase ninguém tem, porque a gente está trabalhando. Está entrando um pessoal novo que vai ocupar algumas funções, vendo as redes e podendo nos levar para algumas festividades, tendo eles mais tempo para se dedicar.

h) Impactos para o comércio formal e informal da cidade durante o festival

Uma coisa que eu notei, não só nesse, mas no outro na parte da organização da praça muitas mercadorias sendo negociadas, muitas quitandas para vender as coisas, então, para o comércio, eu não sei, mas eu acredito que tenha tido um aspecto positivo, pois as festividades que têm para negócio na cidade são o São João, o Carnaval não é lá grande coisa, o final de ano também. O festival passa para ser para o comércio uma das fontes de renda e de trabalho também porque você vê muitas barracas vendendo e este ano o número de pessoas aumentou também. Acredito

que para o comércio tem sido muito positivo porque você vê, você vai passando e você vai vendo, inclusive eu fui um dos que estava lá comprando.

NOTA 5

i) Impactos culturais para a comunidade após três anos de festival

O impacto que a gente tem, vou te falar de uma coisa que eu presenciei. Pessoas que não curtiam o samba de coco, nem gostam tanto dessa parte cultural, por esse evento acontecer numa data que não tem outras festividades, a pessoa se dispõe a ir conhecer e, quando vai, conhece o evento, volta, mais rapaz, e não é que é bom o negócio? então esse festival ele cai numa data muito boa porque não está conflitando com nenhum outro evento e as pessoas que não conhecem, por não ter outro lugar para ir, acaba indo para o festival, conhecendo uma cultura e volta gostando. Para o ano que vem, isso é muito positivo, porque vai levar mais um, vai leva mais outro, bora que é bom, entendeu? Esse boca a boca, eu pensava que ia ser assim, mas é assim, bora mais eu. Então acho que a data foi muito bem pensada e o evento tem sido muito positivo nesta parte, de trazer o leigo, que não conhece a cultura. Porque quem é o consumidor, pode fazer em qualquer data que vai, mas esse que ainda não conhece a cultura, como te falei, tem gente que mora depois três ruas, e não conhece samba de coco. Então, essa pessoa vai, conhece, dança, vê, brinca, tem sido muito positivo por essa parte.

NOTA 5

j) Impactos sociais para a comunidade após três anos de festival

A resposta que eu lhe dou corre parecida com aquela, porque, a partir do momento que a comunidade passa a ter conhecimento de uma coisa importante que está acontecendo, que começa a achar bonito aquilo que está acontecendo, não conhecia e agora conhece e começa a falar bem dentro da sua comunidade do evento que acontece no centro da cidade de samba de coco, não só de samba de coco, mas tem a parte das feirinhas, vendendo artesanato, isso vem trazendo a questão positiva de a pessoa querer ir colocar o filho. Marcelo, do Fulô do Barro, eu tenho certeza de que a mãe que passou lá e viu no estival que tem um samba de coco dentro de sua comunidade, ela vai querer que seu filho participe, porque ela achou bonito. E uma vez que ela achou bonito e outros acharam bonito, esse menino que vivia sem uma perspectiva, que estava ali à margem passa a fazer parte de um grupo, passa a fazer parte de uma estrutura de tirar essa criança da rua. A parte social tanto para aquela mãe que quer vender, que quer produzir uma arte para a feira, estar inserida dentro de um grupo que não necessariamente precisa ser samba de coco, mas pode ser artesanato, pode ser um teatro.

NOTA 5

k) Impactos econômicos para a comunidade após três anos de festival.

Com certeza houve e quem produz o seu material, o pessoal do couro lá, inclusive eu comprei uma percatinha bem bonitinha para a minha bebezinha quando eu estava ali passando, o pessoal que está vendendo couro e outra que a gente só vê no São João eles lá fazendo isso, eles estavam lá, teve um pessoal que estava vendendo os quadros, então tinha muito comércio ali trabalhando. Então, para a economia, para estas pessoas que trabalham com artesanato, para essas pessoas que trabalham com a gastronomia, foi muito positivo, porque é mais um evento que está acontecendo que eles vão poder estar lidando ali com o grande público e estar vendendo os seus produtos.

NOTA 5

2. Do ponto de vista de gestão, o que você consegue enxergar de mudança no seu grupo depois das três edições de festival? Se sim, que atitudes foram tomadas e que ações foram realizadas?

O meu grupo por mais que ele tenha tido pouco tempo para as formações, mas em reuniões que a gente faz sobre o evento, a gente ainda tem alguma coisa para acontecer, vamos para o Sesc, que antes não tinha a possibilidade de fazer um trabalho de voz, teve um curso que a gente fez de mexer em mesa de som, isso repercute dentro do grupo, porque antes você não tinha oportunidade de fazer, mas agora você tem. Fazer um curso de holdie técnico, é como se a gente dissesse assim, que a gente não tinha onde aprender, e agora a gente tem.

3. Houve algum desdobramento de negócio/parceria para o grupo após o festival? Se sim, qual (is)?

A parte positiva foi a visibilidade. A gente foi convidado para alguns eventos que veio graças à apresentação do festival. As pessoas dizem que viram no festival e perguntam se teriam como tocar, fazer uma parceria. Isso foi bom porque o grupo ganha mais visibilidade. Não é só os aspectos financeiros, sociais, mas também nessa parte de divulgação. O evento tem sido muito positivo para dar visibilidade aos grupos. O nosso também ganhou essa visibilidade. Então foi muito positivo por essa parte também.

4. Que expectativas você enxerga para o samba de coco no futuro?

Uma das coisas que vem tendo com esse evento, os grupos têm conversado mais e têm trocado mais ideias, têm ficado mais unidos em prol de um objetivo comum. E, com esse trabalho ligado ao festival a coisa tende a crescer de uma forma que daqui a um tempo e não sei a quantas anda a coisa da associação que é uma das ideias do Sesc ou do festival de ter uma associação para todos os grupos para desenvolver essa questão de projetos que inclusive foi uma das coisas que foi desenvolvida também, mas eu acredito que um dos pontos mais positivos é quando esses grupos se juntam no festival e que atraem o turista, vai ficar tão grande que vai chegar um público

semelhante ao que acontece no São João para os grupos de samba de coco, falando principalmente do que acontece no São João no Cruzeiro. Acredito que esse mesmo público, com a união desses grupos, com o Sesc e o trabalho desse festival vai ter essa visão de dizer assim: novembro, é lá em Arcoverde, todo mundo já sabe, festival de economia criativa.

5. De que forma você acredita que os grupos de samba de coco podem contribuir para o desenvolvimento cultural, social e econômico de Arcoverde-PE?

Essa questão da união dos grupos. Esse festival trouxe uma coisa positiva que foi trazer o grupo para a conversa, para a troca de ideias. Quando esses grupos se encontram, e cada um dentro de sua característica, dentro da sua comunidade, traz isso para uma reunião que todo mundo vai debater e vai sair uma coisa comum para todo mundo e que vai voltar para a sua comunidade, espalhar aquilo que foi decidido. Está acontecendo muito, uma das coisas é o ensaio aberto com a participação de todos os grupos, dificilmente acontece ensaio aberto que não estejam todos os grupos. Então essa união dos grupos vai fortalecer esse trabalho tanto para o festival quanto as comunidades com o trabalho social, para o desenvolvimento da economia, o festival que a gente fez aqui do nosso aniversário, aí os outros grupos trouxeram a carraspana, posso levar a carraspana, eu disse, traz, e isso acontece em torno do festival, porque essa conversa partiu daí.

- FIM -

COCO RAÍZES DE ARCOVERDE - 28/11/2023

Como vocês observam a evolução do Festival?

Mestre Assis Calixto - melhorou muito depois da rota. Os encontros que a gente tem que é muito massa, todos juntos, isso evoluiu bastante. E até para os de fora que a gente tem escutado também. É muita coisa que a gente vê que está crescendo (o contato com outros grupos de outros estados).

Ilma Calixto - os cursos também para a gente. Está sendo muito bom, de muito aprendizado. Este ano a gente não participou de muita coisa porque estava viajando, mas os cursos foram muito bons. Fizemos de produção, holdie, elaboração de portfólio, e tudo isso a gente colocou em execução.

Nós mesmos estamos podendo fazer projeto, portfólio, fotografia, sem precisar contratar gente de fora.

Inscrevemos o festival Lula Calixto.

1. O festival chegou este ano de 2023 a sua terceira edição. Como você avalia os seguintes aspectos ao longo desse processo:

a) Reuniões sistemáticas realizadas com os grupos de samba de coco

Foi bom. Troca de ideias. Escutou mais os grupos para poder desenvolver o projeto. Os grupos estão juntos. Os grupos mais antigos levando ideias para os grupos mais novos.

NOTA 5

b) Formações realizadas com os grupos de samba de coco

Foi muito bom. Precisamos de mais cursos. Pela questão que estamos trabalhando, oferecendo, está indo bem. Cada dia mais estamos desenvolvendo. Os grupos precisam de sua própria produção. A gente já está chegando lá. Tinha dificuldade e nos cursos de mesário aí é bom demais. Melhora muito para a gente. Para 2024, coisas novas, temos sugestão de técnico de som, de fotografia, divulgação em mídias sociais, também é muito bom. Coisa que podemos trazer para o nosso espaço e produzir.

NOTA 5

c) Organização do festival

A organização ainda tem aquele fatozinho, que deve melhorar mais. Acredito que como a gente tem as conversas, dá opinião, precisa ser mais escutada. Teve aquele impactozinho. As informações sobre a loja para os grupos do coco, Águida falou, mas a gente também não prestou atenção, quando a gente foi cair em si já foi tarde, e teve esse empecilhozinho. Eu queria que a gente fosse os primeiros. A loja fosse a gente. Acredito que deve chegar a informação melhor.

Porque, quando chegou lá, disse que não tinha espaço para você. O coco ia viajar, mas ia ficar só uns integrantes. Todo mundo pensou que dois seis cocos estava com stand garantido, mas não era esse modelo. Ela passou no grupo e a gente não prestou atenção. Ela depois nos disse que a gente não tinha visto. Acabou a gente resolvendo.

Ilma Calixto - Outra observação - o desfile. O desfile tem que ser o pessoal do coco, porque é a rota dos cocos, mesmo que a pessoa seja malfeita e tem que ir para a tradição mesmo, porque a roupa que colocaram nada a ver. No ano passado, o desfile foi bonito, porque as roupas representavam o boneco de Tio Assis, aquela roupa ali. Estava tudo dentro da arte e esse ano acredito que não teve nada a ver não no meu ponto de vista. Acredito que deve ter uma melhoria. Uma roupa pode ser lisa, ter um detalhe lá, mas ter a ver. Porque senão vai quebrar a tradição.

Ilma Calixto - Outra coisa - Camarim - precisa melhorar muito para os grupos de coco. Pequeno e acredito que a gente precisa de um espelho grande, um lugar que consiga colocar nossas roupas, a mesa do lanche, mais organizadinho, que seja uma fruta.

Jeferson - palco. A acessibilidade. Tem os mestres, dona severina, subir uma rampa. A gente pediu o ano passado e este ano a mesma coisa. A Amanda Lopes deu essa ideia. Tem gente com perna quebrada, dificuldade. Tem projeto que a gente inscreve que se não tiver acessibilidade é difícil de ser aprovado.

Ilma Calixto - trabalhar muito divulgação. Muita gente ficou perguntando a gente, vai ter o que mesmo. Tem muita gente que não sabe não.

Mestre Assis - ter mais divulgação.

Ilma Calixto - as palestras, as rodas de conversa, acontecer dentro do Sesc, que precisa ter atenção, silêncio e se escutar um ao outro, mas acredito que música tem que escolher o dia, não durante a semana, que seja o sábado e acredito que na semana, a quinta, se puxasse para a praça, seria melhor.

Mestre Assis - acho que esses eventos poderiam ser em lugares diferentes, na Virgínia Guerra, na Praça Redonda, rodar as comunidades.

Ilma Calixto - um evento que acontece lá e as prévias nos bairros.

Mestre Assis - Ter outros polos. Três dias de festivais, antes desses quatro dias puxasse o povo para a atividade na comunidade. Para que no dia do festival todo mundo estar sabendo. É um pré-festival.

Jeferson - A gente esqueceu de falar, essa curadoria, esses produtores têm que vir na sede, conversar com o grupo, conhece o ambiente, fica rodando, para rodar mais a sede, em vez de ter a rodada de negócio. Eles primeiro virem ver, conhecer, para depois terá rodada de negócio.

Nota 4

d) Parcerias estabelecidas para a realização do festival

Foi boa. Mas sempre pode melhorar. A parceria do palco não foi muito boa, porque o camarim era muito velho.

Seria aumentar o número de parcerias.

NOTA 4

e) Impactos culturais para o seu grupo de samba de coco após três anos de festival (culturais)

O resultado foi bom. A gente rodou muitos Sesc, teve oportunidade de ir para o Sesc de Jeri, no Ceará. A gente tocou em Garanhuns. Recife a gente tocou. Santo Amaro. Fomos para Campina Grande agora. Acho que isso aí. Acredito que seja um impacto do festival.

Esse de João Pessoa para nós foi muito importante porque foi um encontro com uma dança diferente do coco. Foi com flamengo. Fizemos no teatro. Foi a troca. Eles fizeram a dança do flamengo e depois entrou o coco. Dois dias de oficina.

NOTA 5 - Está sendo bom. A gente está sendo valorizado. As conexões dos Sesc. É uma coisa que está acontecendo em Arcoverde, mas não está só aqui. Esse festival ele está andando, ele é grande. É um giro cultural. Não só para a gente, mas para os outros grupos também.

Mestre Assis - Incentiva muito mais a gente a continuar esses novos encontros, com o jazz, com o rock. A gente teve encontro até com uma rave na Bahia do DJ Alok. Eles nos levaram a parte mais cultural para ver se a galera interage, mas não rola não. A gente observa o comportamento das pessoas.

f) Impactos sociais entre os grupos de samba de coco após três anos de festival

Assis - melhorou. através desses encontros, dessa rota, o pessoal está acreditando mais, está chegando mais. As pessoas que não gostavam, que ficavam de fora, a população, os jovens estão muito apegados com o coco. Acredito também que é as visitas que a gente faz nas escolas está fazendo muito efeito. O trabalho com a juventude. As crianças vão atrás. Fizemos um encontro dos professores, para receber as pessoas que vinham de fora. A gente vai para as escolas através do festival.

A gente já vai diariamente e ainda tem o festival que consegue ter esse contato com as escolas. Já fazemos visitas nas escolas.

Vocês já estão recebendo pessoas neste espaço (museu)? Abrimos agora. Já tinha. Fizemos uma reforma para o festival. Era aqui do lado em janeiro e depois viemos para cá. Já tinha toda essa estrutura. Quando a gente veio para cá, no festival, na Rota.

NOTA - 5 Estava o mês todinho nas escolas. Mestre - também vai para os quilombos levar. Quantos quilombos tem em Arcoverde? Buíque tem 1. Arcoverde tem 1 quilombo.

g) Impactos econômicos entre os grupos de samba de coco após três anos de festival

Jeferson. A gente tem mais venda fora do que aqui dentro. Coisa da cidade mesmo. Se você for levar uma camisa do coco para a Fenearte, o povo compra lá, mas não compra aqui. Só porque está na Fenearte.

Ilma Calixto - Mas a gente não deixa de colocar nosso produto. A gente sempre faz uma quantidade e diz, vamos deixar aqui para a rota dos cocos. Mas eu não estou fazendo mais a mesma quantidade que já fiz. Esse ano eu investi mais em caneca, camisa e os tamancos e alguns bonecos do mestre. No primeiro ano, a gente investiu muito. Fez porta-vinho, porta-retrato (ano passado). No ano passado a gente vendeu. Uma coisa que a gente viu que saiu: camisa e caneca. Mas este ano não teve saída.

O que vocês acham que aconteceu? Não sei. Tem que ter alguma coisa que alavanque as vendas dos produtos dos grupos. Tem grupo que não consegue colocar, mas tem grupo que consegue.

Ilma Calixto - a gente mesmo fazer nossa propaganda. Dizer que a Loja do coco está aqui no festival de economia criativa também divulgar.

Jeferson - Tem um curso no Sesc que é de serigrafia, se a gente faz o curso, e coloca para vender. Faz camisa para vender. Mas ficou tudo parado. Não tem evolução. A gente está evoluindo. Marcelo tem loja. O Sesc oferece curso...

Mestre Assis - Alguns produtos são fruto do curso.

Ilma Calixto - Antes a gente pagava para fazer, agora a gente faz. O mesmo jeito é na gastronomia.

Jeferson - Está faltando um curso de gastronomia. De comida nordestina. De bebida, saber fazer tudo direitinho, organizar, vender, revender, repor. A gente precisa dessa formação.

Dos itens, quais foram os que vocês aprenderam a fazer para vender? A camisa, a caneca.

Ilma Calixto - A gente também tem outras ideias.

Ilma Calixto - Uma bolsinha a tiracolo.

Jeferson - Fez caneca que não quebra e o pessoal está pedindo de cerâmica.

Ilma Calixto - fazer uma camisa mais arrumadinha, sem manga, colocar a nossa marca.

Jeferson - Fazer a nossa própria grife, fazer chapéu. E isso já está tudo em mente e em papel. Mas agora falta recursos. Como está investindo muito aqui (nova sede), a gente vai investir na loja, gastronômico também, precisa investir no curso, para as meninas, para saber negociar o produto.

Vocês já tiveram várias ideias, mas ganharam dinheiro com as apresentações para fora, mas nada para dentro.

NOTA 4

h) Impactos para o comércio formal e informal da cidade durante o festival

Teve muita oportunidade para as barraquinhas ali.

Este ano não sei se teve muito movimento, porque teve muita festa na cidade.

Ilma Calixto - As pessoas têm que agendar (reclamou porque estava tomando café e o pessoal chegou sem avisar, mas não tinha onde a pessoa marcar, não tinha telefone, valor, nada). Pecon disse que ia fazer o banner com as informações.

Muitas ideias de Nova Olinda que ficaram paradas. Vender pastel, refrigerante. Fazer uma feira de artesanato aqui na frente.

Mestre Assis - O pessoal vem na sexta-feira, vai para o vale do catimbau, queria colocar na sexta-feira a feirinha.

"A gente trabalha tanto que nem teve tempo de observar".

Jeferson - O Cruzeiro estava parado.

Lá embaixo teve muita oportunidade para os barraqueiros

NOTA 4 (muito difícil o entendimento e a resposta)

i) Impactos culturais para a comunidade após três anos de festival

Ilma Calixto - Para a comunidade, está bom, no dia mesmo que teve o coco de mulher, baque da mulher, pensamos que não ia impactar, mas tinha um público bom para o cortejo. Foi muito bom.

Jeferson - A população está chegando junto.

Mestre Assis - Várias pessoas que não gostavam do coco e agora estão gostando do coco.

Jeferson - Para o impacto melhorar mais, a roda de conversa ser nas comunidades. Levar temas do Sesc, se o bairro for mais perigoso, segurança pública, se for da mulher, levar de mulher, cultura, coloca o tema de cultura para cá, para aproximar mais o povo. A comunidade vem assistir. Essa semana aqui a gente colocou duas tendas para fazer exame de próstata. Encheu aqui de senhores. Trazer um evento do Sesc, trazer uma tenda aqui, de cultura, de violência contra a mulher, trazer uma palestrante, falar sobre droga, e depois ter uma apresentação do coco. Porque as pessoas vão perceber que a cultura está trazendo benefícios para dentro da comunidade.

Mestre Assis - Quando a gente faz com a barraquinha, eles dizem que vendem tudo e diz rapaz foi bom demais e quando vai ter outro desse?

NOTA - 4

j) Impactos sociais para a comunidade após três anos de festival

Jeferson - Trazer oficinas para dentro da comunidade, de fazer artesanato, tem gente que vai se identificar. Serigrafia...Fazer na comunidade para dar o impacto social da comunidade. Seria o ideal. Porque muitos não vão para o Sesc. É bom. A gente que é do grupo. Para a comunidade, eu moro longe, não tenho dinheiro da passagem... Bora fazer minicurso. Se a senhorinha aprender o croché e depois vender lá no festival na barraquinha dela. Ela vai vender depois da oficina do Sesc e, se ela desenvolver, ela vai simbora.

Jeferson - acha que investiu no grupo, mas precisa investir mais na comunidade.

NOTA - 4

k) Impactos econômicos para a comunidade após três anos de festival.

Ilma Calixto - o pessoal acha bom. A gente está lá no meio de tanto artesanato. A gente está lá com nossa loja.

Mestre - De uma barraca para a outra a gente já nota a diferença...

NOTA - 4

2. Do ponto de vista de gestão, o que você consegue enxergar de mudança no seu grupo depois das três edições de festival? Se sim, que atitudes foram tomadas e que ações foram realizadas?

Mestre - eu vejo muito aprendizagem. Sempre estando mais desenvolvendo, né? Vejo muito isso.

Ilma Calixto - Eu também, porque eu aproveito tudo. Não perco nada.

Mestre - essa parte de a gente trazer do grupo mirim para o grupo raiz já dá um impacto forte e mesmo uma criação nova. O grupo Eremim.

Jeferson - A gestão está trabalhando muito para o coletivo. Tudo que a gente aprende nos cursos, administrativo, financeiro, a gente traz para o grupo. A gente tem ata para anotar, a gente não tinha antigamente isso.

Estamos dividindo as tarefas, organizar a planilha, ter uma prestação de contas, tudo que fizer anotar. E aí a gente está começando a desenvolver isso. Reuniões.

Ilma Calixto - para mim, muitas das coisas que eu comecei a administrar os raízes, que minha irmã disse que não ia mais, foi logo quando começou a economia criativa, para mim foi importante, agora o que oferecer vou aproveitar e começar a desenvolver dentro destes cursos. Estou aprendendo muito. Sempre tem as orientações.

Jeferson - e o grupo sempre se escutando.

Ilma Calixto - passamos a organizar mais tudo. De loja.

Foi a loja, foi cachê, viagem, transporte, tudo que entra, da receita que entra, que sai, aluguel do espaço, o que gastou tudo anotado. Antigamente não tinha esse controle.

Fizemos cursos de elaboração de projetos, de precificação. Uma coisa vai agregando a outra e tudo entra dentro do contexto. Tudo é uma orientação.

Antes, não tínhamos feito esse tipo de curso.

Ilma Calixto: eu nunca fiz.

Vamos abrir aqui (o espaço museal). Vamos ter só o museu, vamos melhorar mais as fotos e aqui ao lado vai ser a lojinha e vai ter tipo uma lanchonete - vai ter a cerveja, o refrigerante, o lanche, é importante ter o picolé, porque a criança vem e visita e chegou na loja, tanto vai ter a parte de gastronomia, como a parte dos produtos do coco. E lá em cima, a gente quer fazer um hostel.

Em outubro, quantas pessoas passaram por aqui? (PAULA PERGUNTA). Já pensaram quanto vão cobrar de entrada? ainda não. TIREI FOTOS.

Depois que abriu o espaço, começamos a organizar o livro de visitas.

3. Houve algum desdobramento de negócio/parceria para o grupo após o festival? Se sim, qual (is)?

Ainda não fizemos parceria com outros. Negócio é o que a gente já está fazendo. A gente está desdobrando por nós mesmos. De todo lado.

4. Que expectativas você enxerga para o samba de coco no futuro?

Ilma Calixto - eu acredito que a melhora vai ser top. O impacto vai multiplicar. Mas depende do desenvolvimento de todos que estão no grupo. Do trabalho do grupo. Do jeito que está indo, vai simhora.

Jeferson - do jeito que a gente está indo, com empenho, Pecon assumiu o grupo em 2021, a gente já teve a conquista muito grande, a compra de uma sede, se crescer mais, fazer daqui um espaço cultural. O objetivo é esse e trazer as oficinas e o trabalho social aqui para dentro. Trazer parceria.

Mestre Assis - Sempre chamo para ver o meu ateliê. Para fazer oficina.

Ilma Calixto - tudo isso a gente vai ter. Oficina, banner com valor de visita e de oficina. A gente vai ter tudo isso.

Mestre - as vezes a gente viaja muito e a gente vai ter, acredito muito, no Eremim, que poderia para ficar para receber as pessoas aqui.

Jeferson - não pode misturar. A gente tem que ter o pessoal do grupo. A gente tem criança. Pode montar o grupo de crianças também que já existe o grupo da família. Menino é o que não falta. Trazer mais oficina para as crianças da escola.

As pessoas vêm para ver o mestre. Para ver o coco. Então não dá para montar o museu e ser apresentado por outras pessoas.

HOUVE DESENTENDIMENTO ENTRE ELES. NÃO CHEGARAM A UM CONSENSO. AINDA ESTÃO SE ORGANIZANDO.

Eles querem deixar a sede aberta. Não sabem se vão abrir todos os dias. Tem que ter os dias de abrir.

A gente sempre viaja, tem que ver isso também, os dias de abrir...

A gente tem que organizar com a gente aqui. Explicar para as pessoas.

5. De que forma você acredita que os grupos de samba de coco podem contribuir para o desenvolvimento cultural, social e econômico de Arcoverde-PE?

Mestre - Acho que o movimento está encorajando mais as pessoas, vendo mais, procurando mais o coco, o grupo. Com esses encontros, irmãs Lopes, Assis, de Marcelo, no pisada segura, tem muita gente que vem assistir também, procurando no final de semana, por isso que eu estou grelado na feira na sexta-feira para receber o pessoal que vem e não tem nada na cidade. Não sai em canto nenhum. Por isso, vai ter esse crescimento. Porque tudo está evoluindo. Aqui em Arcoverde tem muita gente que não conhece o coco ainda. Oxe, tem muito. Gente que viu pela primeira vez ainda.

Ilma Calixto - um grupo indicar o outro, a gente tem as lojas, tem o coco Fulô de barro, que o raízes faz muito em toda a cidade que chega, a gente já fala do festival de economia criativa e já fala dos sete grupos de coco que tem na cidade, e muita gente nem sabe, sabe pelo raízes, a gente fala isso por onde a gente anda. Acho muito importante que o povo venha visitar.

Mestre - também falamos da história. Os que começaram também. Para eles saberem onde começou e quais foram as pessoas que mais apresentaram sobre o coco.

- FIM -

COCO TRUPÉ - DATA: 28/11/2023

Entrevistados: Mestre Cícero e Família

1. O festival chegou este ano de 2023 a sua terceira edição. Como você avalia os seguintes aspectos ao longo desse processo:

a) Reuniões sistemáticas realizadas com os grupos de samba de coco

Edneuton - Cinco. Quando se reúne os grupos para definir qualquer projeto, o projeto só saiu pela união dos grupos. Se fosse trabalhar individual, não sairia. As reuniões dos grupos são de suma importância para que todo mundo opine, e todo mundo, o Sesc ele aproximou os grupos, porque, queira ou não queira havia uma distância, fulano é melhor etc. Uma certa rivalidade. Tinha. O que foi bom é isso. Quando reúne, todo mundo sabe o poder que tem, cada coco tem sua particularidade. Cada coco é diferente. quando todo mundo opina, entra em consenso, a coisa sai melhor.

b) Formações realizadas com os grupos de samba de coco

Esposa de Edneuton - Para mim foi cinco, participei de tudo. Muito bom. De áudio, vídeo, de comercialização, teve precificação de produto, portfólio. Ano passado, a gente participou de quase todos os cursos.

Edneuton - Por incrível que pareça, das pessoas que participaram dos cursos no ano passado, duas pessoas participaram no palco de produção. Foi Manu e Jefferson. Ano passado eu trabalhei na mediação de uma exposição e eu era o mediador. De Stuart. Todos concordam com 5.

c) Organização do festival

Esposa de Edneuton - O único adendo que eu tenho desse agora foi a questão do horário que não bateu. De um grupo de Recife. Colocaram ele seis horas da noite e poderia ser um pouquinho mais tarde para ter mais gente, porque tinha pouca gente. E é um grupo topado. Muito bom. Seis horas não funciona para grupo se apresentar em Arcoverde, porque o pessoal não vai direto. Vai tomar banho e voltar para apresentação.

VALETE - A questão de palco. A nossa passagem de som estava marcada para tal horário e não aconteceu. A questão que de que estava trabalhando no palco. Foi montar. Montou em cima da hora e teve que reprogramar toda a passagem de som. Não digo da turma que estava trabalhando, do produtor do palco, mas sim do cara de montar o palco que chegou atrasado, porque se atrasa o palco, atrasa o som e atrasa a passagem do som. Falou comigo e a gente entendeu. mas acho que deveria ter montado o palco um dia antes.

NOTA 4

d) Parcerias estabelecidas para a realização do festival (dificuldade em compreender a pergunta)

Edneuton - Quanto mais, melhor, principalmente quando vem somar. Quando tem um órgão como a prefeitura, o governo do estado, que entre com patrocínio, com financiamento que ajude o evento acontecer, porque o gasto é alto, sabemos que não é coisa de mil reais, se não tiver essas parcerias, o projeto não acontece. É igual aqui, muitas vezes quando a gente vai fazer o evento aqui, coitado, muitas vezes a gente paga do próprio bolso. É bonito, mas, e aí, não funciona só com tapinha nas costas, tem a energia, tem o xerém com galinha, tem o som, palco, luz, carro para pegar o grupo. E as parcerias quando acontecem é magnífico, quanto mais parceiros que entrem, um dos importantes, é a verba.

Como vocês avaliam o que teve? **VÁRIOS** - Foi bom, deu tudo certo, né? Foi legal as parcerias. Acho que o Sebrae é de suma importância com os cursos, com a formação.

CÍCERO - Águida trabalha com unhas e dentes porque precisamos de parceria. Temos vocês aqui para trabalhar, a parceria ela vai chegar. Se não tiver vocês e vocês cumprirem com as coisas certas, não tem festival e a gente tem trabalhado para que isso não aconteça.

VALETE - Foi a questão dos horários, dos cursos do ano passado, da parceria. Queriam fazer todos. Chocou muito os horários. Todo mundo queria fazer tudo e ao mesmo tempo não conseguia fazer nada, porque chocava muito os horários dos cursos. Fulano ia fazer um, mas não podia porque chocava com outro. Tinha um de fotos e vídeos e no mesmo dia horário de customização. Não pode fazer tudo. Tem a escolha

Edneuton - Eles abriram para todo mundo, um grupo tem 15 pessoas, divide-se entre os cursos. Não podemos fazer dez cursos porque tem o restante do grupo que pode fazer os que estão sobrando.

NOTA - 5

e) Impactos culturais para o seu grupo de samba de coco após três anos de festival (culturais)

NOTA 5 - Edneuton - O impacto é muito positivo, pela divulgação. Não só para o coco trupé, mas para os outros grupos. Essa questão da economia criativa a gente entra nessa rota, expanda os nomes dos grupos. O problema do nosso grupo é que a gente não soube aproveitar. O conhecimento é dado. A coisa acontece, mas a gente está estagnado. Não aproveita as divulgações, os shows, as formações. A gente não senta e diz, eita, vamos sentar e vamos explorar realmente o que acontece. Falta para a gente, fica procrastinando e nunca sai. O que a gente precisa enquanto coco Trupé é olhar o Norte e seguir ele. A gente quer chegar ali, mas como é que a gente vai chegar ali. A gente tem que aproveitar as oportunidades. Falar com quem tem que ser falado. A gente faz um ensaio, tem que divulgar o ensaio, porque o povo vai vendo.

Esposa de Edneuton - Até os próprios shows, se começasse a fazer, a gente não faz, fazer a filmagem do início do show, do meio do show, e joga, vídeos de um minuto é o que mais tem hoje em dia.

Edneuton - Precisa assim, falar com pessoas do Recife, de São Paulo, falar com o meio do mundo, e começar a divulgar, a gente tem um produto, mas o produto da gente é estagnado aqui em Arcoverde. Então, o que eu vejo, que a gente aprendeu no curso de economia criativa, o que você tem, você tem que aperfeiçoar e divulgar para atrair público. Aquele negócio, se eu tenho um produto, eu que tenho que oferecer, não é esperar o povo vir até aqui e dizer ao mestre venha aqui tocar. Divulgue o mestre. Vamos chegar aonde as pessoas não conhecem. É o que falta para a gente e para outros grupos de Arcoverde. Outros são esquematizados. Estão anos-luz à frente, em comparação. Então a gente precisa ter esse Norte e abrir a mente para eita, quem é um produtor bom da cidade, e ir atrás desse produtor para fechar uma parceria. A gente precisa mostrar o coco Trupé para fora de Arcoverde. O potencial do Coco Trupé é gigantesco. O mestre Ciço é gigantesco. A gente sabe do nosso potencial, porém, a gente está tão acostumado de ficar aqui em Arcoverde, que a gente não viaja. Quando foi que a gente viajou? Em março. Fomos para Piedade. A gente aproveitar um projeto desse, um festival desse, que se espalhe para o Brasil, se Deus quiser, esse hub é um exemplo, existe Sesc no Brasil inteiro, por que não? Uma coisa que está dando certo aqui, pode dar certo em Olinda, em São Paulo, em Belo Horizonte. Há uma infinidade de possibilidades. Mulher - e a gente sabe aonde a gente chega a gente faz bonito, só que realmente a gente acabou se estagnando mesmo nesta mesmice. Antes dessa viagem que tempo fazia que tinha saído viagem para o grupo? Eu digo para a gente porque eu entrei há pouco.

CÍCERO - Realmente, a estrutura está para isso. O que sugeriu? Eu vou passar em Gravatá, tem uma pessoa muito boa que pode ajudar você. Zé Manoel, quanto mais aparecer, isso aqui eu vou falar com uns 3 para fazer projeto para colocar a gente para caminhar. É isso que a gente precisa. A gente só aqui. Fica estagnado. Tem que ir para fora.

Edneuton - Tão bom quando a gente ganha um dinheiro. Se a gente tivesse essa opção de viver da arte de vocês, ninguém queria trabalhar em outra coisa não. Pode ter certeza, agora, para isso, a gente tem que caminhar, a gente não pode esperar. A gente é muito passivo.

NOTA 5 - conhecimento, reconhecimento, os cursos, a visão do grupo. Depois do festival, nós percebemos neste lugar de acomodação. As conversas que a gente teve. Dona Maria - eu só escuto. Falar não é comigo não.

f) Impactos sociais entre os grupos de samba de coco após três anos de festival

VALETE - Será que mudou?

Edneuton - Houve impacto social em relação aos grupos, houve mais impacto grupal, que social. A gente chegou a se unir mais.

VALETE - Não foi um social entre os grupos. Foi mais entre a gente. Para os grupos sim, para a comunidade, acho que não. Está na mesma.

EDMILSON - para a comunidade, os grupos já são conhecidos, e tem as formações nas escolas, as oficinas. O principal impacto mesmo foi o social grupal. A gente já tem essa dinâmica. Queira não queira, o povo já conhece o mestre Ciço, já conhece o Coco Fulô de Barro.

NOTA - 4

g) Impactos econômicos entre os grupos de samba de coco após três anos de festival

VALETE - A gente relaxou muito. A gente pode ganhar grana. As saias de dona Maria. Os chinelos (o mestre Cícero estava autografando quando cheguei). Não sei se é a questão do fazer. Ela está numa fase também muito cansada do dia a dia mesmo. (dona Maria não ensina às meninas - à própria filha - para fazer a saia, nem colocar outra pessoa para fazer para ela porque não tem quem faça como a dela).

NOTA 3

h) Impactos para o comércio formal e informal da cidade durante o festival

Edneuton - Positivo. O festival em si movimentava muito dinheiro para a cidade. O que vem de pessoas de fora e o pessoal que é daqui, porque, queira ou não queira, você vai ganhar dinheiro. Barraquinha de confeito, do lanche, do artesanato. Marcelo do Fulô do Barro disse que ganhou um dinheiro massa. É muito bom que ajuda. Tanto para o público quanto para os cocos.

VALETE - O pessoal do artesanato já espera por esse festival. Já vem contando com um ano para ganhar um ano. Espera muito por esse festival.

VALETE - As atrações diminuiu mais, mas eu vi gente. E vi que as pessoas passavam com um tamanquinho, passava com uma carraspana. No ano passado foi mais extenso e o pessoal fica com o gosto de quero mais para o ano que vem.

Edneuton - Achou melhor mais curto.

VALETE - Muito longo fica cansativo para quem produz.

NOTA 5

i) Impactos culturais para a comunidade após três anos de festival

Edneuton - Aqui dentro de Arcoverde, a gente já é conhecido. É aquela coisa da divulgação, quando você traz gente de fora, a tendência é que quem vem de fora e vê, vai se instigar, vai dizer que grupo massa, que tal levar o coco trupé para uma outra cidade. Estas visitas desse pessoal de fora, das caravanas, isso é muito bom, porque, a divulgação está ali. O pessoal vem,

conhece o mestre e leva para fora. A tendência é que a gente leve a apresentação para fora. O produto da gente aqui pode exportá-lo para outras cidades.

NOTA 3

j) Impactos sociais para a comunidade após três anos de festival

CÍCERO - Eu vou dizer a você que o pessoal gosta, sempre fala, sempre conversa, mas é aquela história, a gente se sente abraçado. Eu acho que não mudou não. Eu colocaria um 4. Eu acho que o pessoal da comunidade procura muito o coco. Não é aquilo lá em cima, e também não é tão lá embaixo.

NOTA 4

k) Impactos econômicos para a comunidade após três anos de festival.

VALETE - Não gera esse impacto todo para a nossa comunidade não. São Miguel não. Gera mais para o lado do centro. Por exemplo, poderia gerar para a nossa comunidade, se tivesse algo aqui, uma movimentação no nosso bairro. Geralmente o pessoal do nosso bairro só vê a gente quando é a festa da gente. Por exemplo, para ir para lá, eu não vejo irem para os nossos eventos. É o que eu digo, se for na nossa comunidade é diferente.

Por que não vão? Transporte? Pode ser também. E também questão dos horários. Muita gente vai para ver o trupé, a nossa comunidade não vai para ver outro coco. Eu acho que se for para a nossa comunidade, gera alguma coisa. Por ora para a nossa comunidade, nada.

NOTA 1

2. Do ponto de vista de gestão, o que você consegue enxergar de mudança no seu grupo depois das três edições de festival? Se sim, que atitudes foram tomadas e que ações foram realizadas?

CÍCERO - Eu acho que sim. Quando eu disse a você que as coisas mudaram, mudaram para melhor, porque a gente não tinha essa oportunidade que a gente está tendo agora. Mudou e mudou para melhor. Não mudou para pior não, nestes três anos.

Mas a gestão de vocês do grupo? Mudou, porque sempre tem as conversas, a gente fala uma coisa, outra coisa. Mudou mais. Ampliou o diálogo enquanto grupo.

Edneuton - É o que a gente já tinha falado anteriormente, o que melhorou é a questão da visão. A visão geral e de criação mesmo de ter um produto e comercializar esse produto. É a gente divulgar esse produto. Quando a gente sabe que o potencial é grandioso, do coco trupé, só que a questão é que a gente ainda não está sabendo como vendê-lo, como divulgá-lo, como aproveitar do coco trupé para que os integrantes tenham uma renda. Não é uma renda de um show todo mês, é ganhar dinheiro todos os meses explorando a marca do coco trupé, o que falta a gente é

isso é ter produtos para comercializar. E isso a gente veio começar a ver depois das oficinas que a gente aprendeu no geral lá no Sesc. Esse exercício, essa observação que para a gente muitas vezes é difícil. Existe o artista, o coquista, mas a gente tem que saber UNIFICAR O ARTISTA com O EMPREENDEDOR. E dizer assim, eu sou artista e eu sei vender o meu produto. Acho que a maior dificuldade da gente como artista é chegar assim e precificar. Quanto é seu show? Meu show é tanto. A gente tem de aprender a diferenciar seu Ciço mestre de coco de seu Ciço que eu conheço há 30 anos e que toca para mim por um refrigerante, porque vezes a gente faz a apresentação e muita gente que sabe que seu Ciço tem o coração bom vão neles e, vou dar um exemplo, o show é R\$ 5 mil, às vezes a pessoa tem condições, mas não dá, diz, só dou R\$ 1 mil. E a gente vai? A gente dizer não e começar a negociar. Deixe de fora seu Cícero e Valete, e olhe o Mestre da dança e o mestre a música. A gente começou a enxergar o que em anos a gente não via. A gente tinha a pergunta e não tinha a resposta. Agora, a gente tem a pergunta, tem a resposta, só falta a ação.

3. Houve algum desdobramento de negócio/parceria para o grupo após o festival? Se sim, qual (is)?

Não houve.

4. Que expectativas você enxerga para o samba de coco no futuro?

Esposa de Edneuton - Crescimento, né?

CÍCERO - Que as coisas melhorem, que tenham êxito para a gente trabalhar, né?

VALETE - A expectativa é a mesma, mas é, assim, também, é viver da minha arte. Viver do que eu faço. Não só eu, mas o grupo. A gente vai te pagar o x e tu fica só com a gente vivendo da arte. A gente sabe que não é fácil, mas às vezes não é difícil. Às vezes a gente se acomoda com a coisa. Eu tenho a arte de fazer oficina e não vou para o mundo fazer. Eu me acomodei. Porque muita gente se eu chegar e dizer vou dar uma oficina e minha aula é x, tenho certeza de que a maioria vai querer fazer. Mas a gente se acomoda dizendo, fulano vai ver, a gente faz um show e pronto. A gente peca muito nesta parte na questão de fazer. Minha expectativa é que eu quero viver do grupo mesmo.

Estes seus tamancos, seu Cícero, o senhor vende onde? As pessoas solicitam e eu faço. José Manoel veio aqui e levou um par.

VALETE - Pessoal, sou filho de Cícero gomes, se colocar na internet, dizer, o povo vai comprar. Com preço do SEDEX e tudo. Mas a gente é descansado. A gente não procura o meio de fazer as coisas. A gente sempre espera por fulano e beltrano.

Neto do mestre Cícero - A gente não faz umas camisas para vender. Faz o show e fechar uma oficina.

VALETE - Eu acho que é isso. Um dia, a gente vence!

5. De que forma você acredita que os grupos de samba de coco podem contribuir para o desenvolvimento cultural, social e econômico de Arcoverde-PE?

Edneuton - Basicamente já foi respondido. É o geral, é um produto para você mostrar, ter vários outros, as camisas, os tamancos, os chaveirinhos, uma coisa puxa a outra. Se a gente tem um grupo, coco trupé, e a gente tem os subprodutos... Chegou, cada grupo, cada coco, vai oferecer seus produtos. Se cada grupo faz sua apresentação em seus bairros, vai ajudar a desenvolver a economia daquele setor. Quando a gente faz aqui, as pessoas da comunidade vão ganhar dinheiro, vão colocar a barraquinha, vão vender sua cervejinha. É nesse contexto. E quando se une todo mundo, tem um resultado maior que é o festival. Vai com um potencial gigantesco não só para Arcoverde, mas para outros Sesc outras capitais que quiserem ampliar o festival cultural, um público que vá consumir, que vá deixar dinheiro, que vá curtir ali. Ou seja, ganha todo mundo, quando o festival acontece, ele gira a economia, desde a barraquinha de churro à comida. Movimenta a cidade, na minha concepção, seria massa se tivesse um festival todo mês, não seja só de coco, mas assim Arcoverde é um celeiro de artistas, não se resume só a coco, tem boi, tem maracatu, tem reisado, potencial a gente tem gigantesco, englobar outras culturas. A gente não pode ficar só numa vertente.

Esposa de Edneuton - Mas já tem os outros ritmos, teve o afoxé, teve outro tipo, o de Alagoas, que eu nunca vi na minha vida. Lindo. Para mim, o que eu vejo, o impacto foi ver a junção de todos os grupos. Causou a harmonia de todos e um está apoiando o outro. Acho que o principal impacto foi esse. A gente acabou se juntando. Coisa que não era. Se não tivesse esse festival, isso não acontecia. Depois do festival, isso aconteceu. E com todos juntos, há de favorecer a todos e não só um, porque aí o Trupé fala do Raiz, que fala do Quebra Coco e assim junta.

E essa união de vocês provoca alguma coisa na cidade? A gente fica mais conhecido. A gente está no palco, você vai chamar mestre severina, o raiz os meninos do pisada, para conhecer os outros grupos de coco. Não tem só um.

Edneuton - O poder que um mestre tem numa fala, num fazer, de estar presente, é grandioso, porque aqui está a cultura viva. Ele, seu Assis, dona Severina, dona Maria... Essa questão do poder que eles têm de culturalmente da ancestralidade do poder de falar, que viveu no coco dentro da barriga da mãe, de nascer no coco pisando é grandiosa, porque sem eles não existiria o coco, vem passando de geração em geração, é preciso ter continuidade, porque, se não é **passado...**

CÍCERO - Falando outras coisas que não do coco...

- FIM -

APÊNDICE C – DEMAIS ENTREVISTADOS

ENTREVISTADA: SRA. ÁGUIDA CARDEAL

GERENTE DO SESC ARCOVERDE - DATA: 24/11/2023

1. Como você observa a evolução do conceito do projeto desde a sua criação a esta última edição em 2023?

Acho que a gente conseguiu se apropriar mais, a gente começou o projeto sem nem saber o que era economia criativa. O objetivo não mudou, desde o início era o desenvolvimento território a partir da cultura de tradição. Mas a gente começou sem saber e o conceito está intacto, mas o conceito em 2023 as pessoas entendem, tanto a equipe de produção, alguns cocos, é um projeto de desenvolvimento econômico e social.

Não é um projeto que a gente achava para foi criado para uma determinada coisa e a gente mudou. Não. A gente está colocando a cultura de tradição ligada ao desenvolvimento econômico, social e cultural.

2. Quais os pontos do projeto até agora que você pode apontar como potências e desafios para as próximas edições?

Potências - O artesanato da feira, o produto feira, o artesanato é um potencial muito grande, mas é um desafio muito grande. A gente ainda não tem, primeiro, a gente ainda padece um pouquinho da identidade, da iconografia do samba de coco. A gente que é do Sesc, quando fala de coco a gente já pensa no tamanco, já pensa Lula Calixto, já pensa em mestre Assis. As pessoas não têm isso ainda massificado. Primeiro não tem um artesanato de identidade. A gente não tem a figura dos nossos mestres. Hoje, na feira do giro criativo só teve duas barracas que trouxeram alusão à cultura de samba de coco. Tivemos a talentos e os próprios grupos de samba de coco. Os coletivos de artesanato ainda não conseguiram desenvolver. Por mais que a gente colocasse como mote das oficinas. Não conseguiram. Você vai para Buíque, tem a matéria prima o barro, areia do vale do catimbau, eles conseguiram fazer um artesanato de identidade. Também fazendo referência um pouco ao vale do catimbau e criar até a técnica. Até o couro do bode, na paraíba, eles pegam para fazer isso. Arcoverde está muito distante disso. Sandra Lyra ela fez parte do primeiro núcleo de Economia criativa de Arcoverde, que ficava dentro da associação comercial de Arcoverde, ela foi uma das curadoras da feira e ela teve que aprovar. É um artesanato que não tem um diferencial competitivo. para a gente, artesanato. O coco, tão simples, não tem estocado um chaveiro. Essa parte de pensar o desenvolvimento dos grupos não tinha um chaveiro. Na primeira, todos tinham uma barraquinha. Conseguiu que todos participassem. Está pior que em

2021, não progrediu. Mas fechavam a barraca mais cedo que todo mundo. Não trouxeram material suficiente. Não trouxeram material que pudesse servir para continuar a linha deles. Eles trouxeram um boneco bem interessante, mas não tem no Instagram deles. E este ano ninguém se inscreveu para a feira. Quando eu vi a lista, quebrei o protocolo e eles disseram que uma barraca só que é o Fulô do Barro e o Raízes. Neste ponto, a gente percebe que eles não evoluíram. Tanto dos cocos quanto da comunidade de Arcoverde. O objetivo é esse: é vestir a cidade de coco. para fortalecer a iconografia, na comida, na música, na roupa. Vai criando a memória para fica mais duradoura. Se Você entrar no Centro de Gastronomia e Artesanato de Arcoverde-PE você vai ver a simplicidade que é. Se você entra no CECORA, a ausência de uma identidade nossa. Centro Comercial de Arcoverde que é tipo a Ceasa daí não tem nada. Tem um barro, tem de tudo, mas Arcoverde não está representada como samba de coco, mas a cultura nordestina como um todo. O que é de competência do Sesc, técnica deles, a preocupação com a presença de palco, evoluiu muito. No primeiro festival, eles começavam a trocar de roupa lá no salão, teve gente que dançou com calça jeans. Aí a gente disse que tinha que se preparar, chegar mais cedo, ir para o camarim. A técnica. A gente conseguiu dar um salto muito grande, mas as outras questões que é o artesanato e a moda a gente não conseguiu muito. A gente fez pouquíssimas formações na área de artesanato. Uma de serigrafia, um de design de produtos. uns 4 a 5 cursos. Tudo muito descontextualizado. Faltou a pedagogia. O estudo iconográfico para a gente poder ajudar a entrar na questão das paletas de cores. Faltou um roteiro, o que eu quero e onde eu quero chegar e parceiros que pudessem nos dar esse suporte, porque o Sebrae entrou com dinheiro, mas ele entrou com dinheiro, mas não entrou com curadoria. ele não deu suporte técnico. O SEBRAE tem um portfólio de cursos mais engessado que o Sesc. Fiquei pensando, meu Deus, que curso eu trago? Por onde eu começo? No começo, a gente chegou a falar com a prefeitura para fazer um mapeamento para artesanato. Vamos fazer design de produtos. Chutou. Vamos pegar a técnica do patch work. Era um consultor ver as matérias primas que a gente tem. Será que dentro do bioma da caatinga não tenha um material que pudesse ser insumo para isso? Foi uma coisa aleatória, pouca e não teve resultado. Não foi falta de orçamento, foi falta de expertise técnica. poderíamos ter usado o dinheiro do SEBRAE e feito melhor.

Moda - também tem potencial fantástico, mas a gente não consegue. Tudo começa com o consultor. Contratar para fazer o estudo do território junto com o Sesc. O roteiro da rota dos cocos não é porque Airon é muito bom. A equipe estava com ele. A gente saiu, revelou outros equipamentos que a área de turismo não via como turístico e eles conseguiram ver depois. O que era turístico em Arcoverde? Era a casa do Cardeal Arcoverde, o primeiro cardeal da América Latina, a igreja Nossa Senhora do Livramento, o Cedec que é a Serra das Varas e a Fundação Terra.

São equipamentos que a gente enquanto Sesc trouxe um olhar diferenciado para isso. Acho que a gente não evoluiu como moda e artesanato não teve a expertise técnica e o tempo - o cronograma é muito apertado - para a gente elaborar o planejamento estratégico do festival. A gente começou pelo que a gente tinha mais facilidade, a arte, a cultura e o turismo, porque a gente já tinha expertise. A gente tinha um timing muito pequeno. A primeira edição a gente começou a curadoria no máximo em agosto. Nós estivemos em novembro de 2020 com todos os cocos na pandemia e Rudimar que trouxe a sugestão de criar um festival dos cocos. Como era uma coisa muito nova a gente não teve um timing. Começou com a feirinha, com a parte da parte cultural.

Moda - Moda a roupa não foi vendida. Vai tentar rodar o desfile em outros lugares. Está guardada. Teve o ponto positivo das costureiras de participar desse processo. É como se fosse só a culminância. Não teve ações formativas. A moda foi o único eixo que não teve nem consultoria nem ações formativas. 2021 e 2022. Em moda, não tivemos resultados palpáveis econômicos. Só o pagamento dos cachês dos estilistas e das costureiras. A gente vai ter que ampliar as parcerias e a atuação em rede para que a gente possa fortalecer esse instrumento. Esses ativos da cidade.

Todos os eixos que a gente estruturou desde o início - rota dos cocos, festival e ação formativa.

Gastronomia - 2021, 2022 e 2023 - vem com um potencial porque a gente está criando um festival de gastronomia dentro de outro festival. E aí de certa forma comunga com os valores do festival, que traz essa questão do fortalecimento da identidade cultural, como também a questão de MKT ou divulgação que leva a programação do festival para dentro dos estabelecimentos comerciais e pessoas que não conhecem o produto cultural de Arcoverde e atingiu outros perfis que não consomem o coco e a cultura popular e saber que existe. Em 2021, foi o primeiro exercício, teve criação de pratos autorais, mas não teve ações formativas e não teve a repercussão que teve dessa forma. No segundo, a gente conseguiu ampliar o número de restaurantes participantes, a gente conseguiu ampliar a divulgação do festival dentro do estabelecimento, como também conseguiu explicar, entenderam melhor a proposta. a gente precisa crescer mais. falta o estudo, a leitura da cultura sobre o artesanato. Teve prato com camarão que não tem no sertão. Em 2023, a gente conseguiu qualificar a cena gastrô, trouxe uma consultoria do SENAC in loco, ampliação do número de participantes e uma divulgação mais arrojada da cena gastrô e do festival. Fizemos uma planilha para falar dos ganhos e saber se vão incorporar o prato no menu. Estamos perguntando ainda a eles. A ficha de inscrição da cena gastrô, tem o valor no período do festival do prato, e a questão da adesão dos pratos e se vão continuar com o prato no cardápio.

A parte de economia criativa - gravadores, é um eixo que a gente ainda não entrou. Conseguimos fazer formações na área técnica. Sonorização. Não sei se está mais vinculado à formação desse eixo ou do empoderamento dos artistas. Eu acho que é dos dois porque está qualificando esse mercado na cidade. Teve gente que fez mixer que já está sendo mixer dentro do seu coco e trabalhou no São João do Arcoverde. Não está sendo focada, mas está tendo desdobramento na área de suporte. Tem potencial, mas podemos investir nos próximos anos nessa área de suporte.

O turismo a gente vê que é um potencial muito grande. Em 2022, a gente trouxe uma caravana do Sesc Santo Amaro com foco em curadores, da área empreendedores da cultura do Recife, trouxemos duas caravanas de artesãos de membros de associações comerciais de Venturosa e pesquisa para conhecer a feira e uma outra caravana só de curador do festival para participar das rodadas de negócios. Já em 2023, consegui trazer uma caravana de empreendedores de artesanato da cidade de Venturosa. Nós trouxemos uma caravana somente de agentes de viagens, uma caravana só de curadores, as 20 pessoas que lhe passei, para rodadas de negócios e uma de turistas da cidade de Caruaru. A gente tem um potencial muito grande na área de turismo só que falta executar principalmente, avançou muito na parte de construção de roteiro, no mapa, na identificação, o conceito da rota, mas falta fortalecer a governança da rota, que não existe, porque os cocos não tomaram para si. Segundo o consultor, pela experiência que ele tem em construção de rotas, as que conseguiram desenvolver, o motivo foi a governança. Ele disse que não adianta que essa rota seja de domínio do Sesc. A participação de eventos, de acesso a mercado, o material que a gente criou, quem vai ficar mantendo. Em outras cidades, que eles criam a associação. Desde 2021, a gente quer criar a associação, eles não conseguiram. A gente não consegue criar, porque se criar pode ter essa parte do turismo, de guia. Eu vejo que essa parte do plano de marketing, de governança, ainda não está organizada. A gente criou o conceito, criou o material, sabe as personas, já começou a fazer vários. Já vivenciou muito. A rota dos cocos participou de grandes eventos no estado, foi premiada e foi case de sucesso, foi palco no painel de murais no encontro estadual de secretários de turismo do estado de Pernambuco, que aconteceu na cidade de Arcoverde no mês de setembro. Apresentamos para o estado. Os secretários de turismo vivenciaram a rota. A parte de vivência, estamos trazendo pessoas para poder treinar, analisar, testar, mas aí está faltando isso. Vejo como potencial e desafio.

A parte cultural - Acho que a gente tem que ter o cuidado muito grande como o objetivo do projeto é fortalecimento da identidade cultural para que não crie a artistificação - criar grupos de tradição oral só para apresentação. Ele não tem uma vivência de comunidade. Tem que entender que alguns passos que a gente não perder essa coisa orgânica, essa coisa natural. A

gente pede para quando eles receberem o grupo não pode ser ostensivo. Embutir no valor da visita que a agência vai pagar, mas não cobre isso. O aspecto, o cuidado. Fica muito capitalista demais. Como é uma cultura de tradição, mais orgânica, partir de dentro e ser algo da comunidade. Quando vem para o centro, o grupo, desce a comunidade com ele, porque eles desenvolvem dentro da comunidade deles as terreiradas, as sambadas. Quando o negócio está dando certo, é um grupo de pagode que vira coco. Eles têm um trabalho que eles não se juntam para tocar, eles vivem tocando, eles são um grupo de fato. A gente enquanto Sesc é um potencial muito grande, mas é um desafio para a gente sempre estar levando a questão da bandeira da cultura popular, da cultura oral.

3. Que mudanças você percebe nos grupos de coco antes do projeto e depois destas três edições?

Organização enquanto grupo, coletivo, na sua grande maioria, assiduidade com o Sesc nas reuniões, todo mês a gente tem reunião há dois anos e sempre tem quórum, compromisso com o projeto, com o festival. Apesar de não ter conseguido a associação ainda, a gente tem percebido que o sentimento de coletividade deles está se iniciando e se fortalecendo. Todo mundo participa da sambada dos outros durante o ano, no calendário de sambadas e ensaios abertos, emprestam instrumentos, caixas de som, divulgam. A primeira coisa que quis combater foi rixa entre famílias. Gravaram a primeira música com a participação de todos os cocos. Uma criação coletiva. Eduardo pode trazer. Inovação nos shows, qualidades técnicas. O Sesc direcionou algumas vagas PCG para o pessoal de coco e bancos de alimentos. Marcelo foi o que mais aderiu e a gente conseguiu qualificar. A qualidade técnica deles melhorou muito. Participaram da aula de canto com Eduardo Espinhara. Estética dos figurinos, bonitos, organizados. Não tem mais esse negócio de estar com uma calça jeans debaixo de uma saia.

A participação dos cocos nos eventos da cidade está maior. Os cocos estão participando de atividades religiosas. é como se eles estivessem ganhando mais respeito. Eles e são pretos, pobres, não são do centro da cidade, estão nos bairros, polos da cidade. Eles estão distribuídos em vários pontos. Traz a batucada que o povo pensa que é macumba. Até lá em casa, vai pra “xangozada” é? É um preconceito! Estou emocionada para as pessoas saírem das suas casas para ver a cultura popular. Eles estão, não sei se é depois do festival, o coco Trupé participa do festival Natal Luz do Padre Adilson pelo terceiro ano consecutivo. Eles cantam com o padre. São Cristóvão, São Geraldo, estão em festa de padroeiro cristão, católico, vários festivais da cidade. No São João eles sempre tiveram espaço, não grande. Depois do festival, eu sempre os vejo como uma sambada tudo uma vez e um polo lá, o Raízes, que era um polo para eles serem protagonistas. É muita gente para tocar. O Sesc é aquela coisa é um Sesc no centro da cidade. O

Sesc a gente luta muito para cada vez mais a cultura em Arcoverde é uma cultura que acessava muito a elite ou é o pessoal LGBTQIA+ ou é isso. mas a gente vê que tinha muito isso. E ter um festival de cultura popular eu vejo a mudança de público. Uma marca de 2023 foi a juventude na rua. Meio que ficou mesmo na moda. Os amigos dela estavam no festival. As amigas dela. Outros ciclos sociais. A gente percebe como Arcoverde tem muitos jovens no grupo está na modinha, depois do desfile de moda, que o estilista é influencer, aí trouxe um outro olhar. Quer também tirar a questão do coco de viver à margem da sociedade. Acho que esse ano a gente viu uma renovação do público, muito jovem querendo dançar coco. Eu sou beata então eu vejo.

4. Você consegue identificar alguma transformação cultural, social e econômica depois desse projeto? Se sim, quais? (Exemplos: alguma inovação no coco? articulação/atuação em rede/maior sentimento de pertença do ritmo? efeito na renda dos coquistas ou do entorno)?

Eu percebo, mas não tenho dados. Percebo que os raízes estão tocando muito. Foi para São Paulo. O próprio Sesc começou a convidar outros grupos para eventos que não dos três. Aumentou a atuação em rede. Eles conseguiram ter uma visibilidade maior no estado de Pernambuco na rede Sesc. Transformação cultural e social, as pessoas estarem enxergando o coco. O respeito traz a transformação social e cultural. Estamos dando possibilidades, o coco Fulô do barro, eles não tinham produtos para vender, nas sambadas, hoje eles têm venda de bebida e de bebida, geração de renda complementar. Eles ampliaram o portfólio de serviços do coco, não se resumindo às apresentações. Que gerou nas formas de renda, como vendas de artigos de souvenirs, receptivo turístico, porque eles fazem - a gente compra deles o receptivo turístico - venda de palestras, por exemplo, o mestre Assis Calixto, mestre Cícero gomes, vendeu para o congresso de arte/educação, aula espetáculo, maior número de oficinas de dança. Outra coisa muito significativa, o fortalecimento da educação de base nas escolas. Eles aumentaram a visita deles nas escolas, não só do Sesc, outras escolas. O nosso propósito sempre foi aumentar o portfólio de serviços dele par quando apresentação tivesse em baixa, para poder ter a palestra, vender a cervejinha na sambada.

Antes, a gente só levava excursão para o raízes, os outros grupos também recebem. A gente compra para os secretários. As excursões de Casa Amarela, Santo Amaro. Chega um grupo de pessoas e liga e hoje eles já sabem. A gente vende R\$ 15,00 por pessoa a vivência. Agora eles estão fechando o pacote. A vivência de 1 hora é R\$ XX reais. Depende do horário. Amanda, Ilma, Marcelo fazem isso. Eles começaram a ter prejuízo. Quatro ou cinco pessoas. Pagando por cabeça. Melhor a hora. Eles mesmo conseguiram ver isso.

- FIM -

ENTREVISTADO: SR. AUGUSTO CESAR DANTAS

TV UNIVERSITÁRIA - DATA: 21/11/2023

1. Quais suas percepções sobre o Festival Sesc de Economia Criativa: Na Pisada dos Cocos do Nordeste, realizado neste mês, em Arcoverde-PE? (culturais, sociais e econômicas)

A percepção geral, dado o porte da cidade e o contexto e a população da cidade, ele tem uma repercussão surpreendente. Arcoverde já está acostumado com o São João, tão focado com economia criativa e coco, conseguiu ter uma quantidade de ações muito boas também e uma repercussão muito boa.

Culturais - É inovador, porque essa questão de criação de rotas e essa abordagem de patrimônio imaterial e saberes populares associada à economia criativa, a ocupação de espaços associada ao turismo é bem inovadora. Eu vi acontecendo em outros lugares, vi acontecendo no Rio Grande do Sul. São coisas novas. As iniciativas mais antigas neste formato são da época do queijo minas, ou de Ouro Preto, que é arquitetônico. A questão de patrimônio imaterial e criação de rotas, que eu tenho conhecimento. Dos anos 1990 para cá. Aqui em Pernambuco também a integração entre integração de patrimônio imaterial e turismo é bem novo. Dos anos 1990 para cá. Vocês estão indo, incorporaram conhecimentos e críticas e perspectivas, desde os anos 1990 agora é um modelo contemporâneo. É inovador para a cultura. É muito relevante para os saberes populares, porque o coco seja bastante conhecido, mas ele é pouco sistematizado em comunicação e em produção. Os próprios grupos do coco de Arcoverde eles não têm muitos materiais sistematizados e atividades sistematizadas. Acho que eles estão circulando bem menos do que eles precisam estar. Nas conversas que a gente teve, eles estão circulando menos do que gostariam. Não estão com tanta circulação interestadual. Esse festival como uma vitrine cultural é importante para promover os grupos de samba de coco.

Social - acho que conseguiu engajar muitos agentes produtivos periféricos, conseguiu fazer integração de grupos de coco, de maracatu, de afoxé que também trabalham ou são da periferia e também trabalham o lado social. A questão das visitas foi muito relevante. Levar os estudantes para as periferias. Talvez tenha achado muito centralizado demais. Faltou atividades na periferia para multiplicar o lado social. A gente quando foi entrevistar as irmãs Lopes, que fica numa região mais periférica, olhei uma praça, se tivesse algo lá na praça, seria um ganho social para o projeto, se tivesse uma ação lá. Em geral, ele teve um rendimento de benefício social, de entrega de serviço social muito bom. Você viu que as pessoas se sentiram representadas, tiveram lugar de fala, nas rodas de conversa e nas rodadas de negócios.

Econômico - Economicamente é importante, porque os grupos estão fora da sustentabilidade, porque eles não têm sistematização e se tiver qualquer ocorrência me parece ser um risco para os grupos de coco. O festival fortalece um pouco neste sentido. Faz com que esse risco seja menor e impacte menos por conta de sistematizar ambientes de negócios, de ofertas. A rodada de negócios foi muito importante. A presença de pessoal de outros estados, do Sesc, da TVU, do Itaú Cultural e ao mesmo tempo o pessoal ainda não tem material para isso. Não tem prática. Imagino que para um ambiente mais competitivo, não teria muito ganho. Muitas produtoras que trabalham com orçamentos grandes e o espaço de pitch tem que ser um pouco mais restrito. Você tem que ter uma técnica de mercado. Como o Molotov aqui na capital e como outros festivais de música. O pessoal está com pouco material. De mídia, de design, mas o próximo passo é fortalecer o negócio mesmo. Tem gente com perspectiva e até formação nos grupos para trabalhar com isso. O coco das irmãs Lopes, a nova geração está andando muito atrás disso. O raízes e o Trupé está faltando um pouco esse lado de negócios, a geração nova tem que chegar mais para saber fazer negócio, mas tem grande potência. O próximo passo é aumentar os conhecimentos em relação a ambiente de mercado e economia criativa.

2. Que conexões o festival estabeleceu e pode estabelecer com a instituição em que você atua? (Exemplos: parcerias realizadas, possíveis trabalhos que podem acontecer após o festival)

Em relação à TVU e à Rádio Universitária, as emissoras da UFPE, a relação que a gente estabeleceu foi um tanto de pesquisa. Foi a primeira que a gente participou. Uma pesquisa produtiva. Relação de pesquisa criativa. Criou uma relação de produção em parceria. Estamos fazendo um produto muito importante, que é o documentário e programetes. E também a participação de mercado. Vejo como potencial positivo. A relação entre o festival de Arcoverde e o Núcleo de TV e Rádio da UFPE pode dar resultados anuais e bianuais - pode gerar produtos. Arranjo produtivo criativo, incluindo produtores independentes, a TV como espaço de produção e distribuição e o Sesc a articulação. Nós temos os produtores do coco - não sei como está a questão de produtores em Arcoverde, talvez tenha pela Lei Paulo Gustavo - saber intelectual - poder público e institucional com poder de Articulação, que é o caso do Sesc, e distribuição a TVU. Em relação a mercado, muita coisa que a gente pode fazer circular na rádio e na TV. Licenciando novos produtos. Pode fazer outros projetos que queiram participar de Funcultura e outras leis de incentivo através dos ambientes de mercado.

3. Que sugestões você daria para o festival para 2024?

Eu acho que o festival tem que distribuir as ações durante o ano, principalmente as ações de preparação de ambiente de mercado. Pode ter oficinas e convidar gente de fora, inclusive, a

gente, formar parcerias para que existam laboratórios antes da data do festival em si, porque isso vai ajudar nas rodas de negócios. Talvez ter um plano de comunicação mais robusto também, porque o pessoal que a divulgação tradicional poderia ser um pouco mais forte. Ficou muito Instagram e talvez o pessoal tenha sentido falta de uma divulgação mais presente. Um plano de comunicação mais robusto envolvendo mais mídias, inclusive a tradicional. Achou que a abertura ficou massa, mas ficou institucional demais. No palco menor. Mas pensar numa abertura que gere um fato social mais marcante. A sambada de abertura é muito importante. Talvez fazer na feira, na praça. Algo que tenha essa característica de patrimônio cultural imaterial, mas que gere um fato social mais importante para o evento.

4. Quais as potências que você enxerga para a continuação desse projeto nos próximos anos?

A médio prazo, primeira coisa é expandir para o meio rural. A questão das rotas ela pode incluir, vai rolar de alguma forma, a questão do escopo do parque ecológico de Buíque - Vale do Catimbau - se tem essa expressividade dos cocos do meio rural. O campo de expansão lógico das rotas é incorporar o meio rural. Uma rota que incorpore zonas rurais próximas e o vale do catimbau (espaços ecológicos). talvez pensar alguns eventos de celebração e reunião dos grupos em espaços assim.

Outra potência - promover maior circulação dos grupos envolvidos. Tem potencial de suprir a carência de circulação dos grupos através de ambientes de mercado e formar os grupos para participar desses ambientes de mercado. Outra coisa muito importante é conseguir chegar em algum tipo de referenciamento do coco. Não tem o reconhecimento pelo Iphan do Coco de Arcoverde como Patrimônio Imaterial. Entrar com essa tentativa de fazer o inventário e referenciar pelas políticas públicas vigentes é outra potência muito clara. Ter um evento além do São João também. Fomentar a economia criativa para o restante do ano. O restante do ano fica em off. Isso inclusive abriria espaço em alguma atividade em cinema. Associar algum tipo de mostra mais vocacional para música, talvez, para cultura popular. Fazer uma mostra que dá para incorporar. Audiovisual na economia criativa. Integração com outras modalidades. As barracas de artesanato também dá para expandir desse lado. Artesanato já está aí e o cinema acho que é possível.

5. Quais os desafios que você enxerga para a continuação desse projeto nos próximos anos?

O desafio que eu vejo. A distância. Arcoverde não é algo que nem Caruaru que você consegue fazer um bate-volta com tanta facilidade. As distâncias dos centros de concentração de profissionais e agentes da economia criativa. Não é tão complicado, mas ele existe.

O nível de experiência e qualificação técnica profissional, mais burocráticas, menos criativo, desenvolvimento legal, jurídico, contábil, ainda faltam essas áreas que são da economia criativa. Faltam museus e espaços que sejam de consolidação daquilo que for criado. Se não tiver esses espaços de consolidação da memória, fica tudo muito efêmero. Precisa de mais espaços institucionais mesmo.

A comunicação é um desafio. Coisas bem bestas. A Globo chegar aí é difícil. É um custo de produção. É toda uma conversa. Produzir uma comunicação necessária para que saia daí e vá para o resto do mundo.

A infraestrutura está legal. E o próprio Sesc é um grande aparelho. Senti falta da participação do poder público estadual e municipal, de assumir responsabilidades. De envolver mais para que eles assumam mais coisas e coloquem mais trabalho dentro do evento é um desafio necessário.

A transmissão geracional. Ele é mais sutil, mas é importante também, entre os fazedores do coco, os anciãos, para os mais novos e também dos mais novos para os anciãos. O pessoal mais antigo do coco tem dificuldade de entender os novos modelos de negócios. Essa transmissão geracional é uma via de mão dupla. fazer isso acontecer é um desafio.

- FIM -

ENTREVISTA: SRA. CLEUSA LOPEZ

DISTRIBUIDORA MUSICAL TRATORE - DATA:23/11/2023

1. Quais suas percepções sobre o Festival Sesc de Economia Criativa: Na Pisada dos Cocos do Nordeste, realizado neste mês, em Arcoverde-PE? (culturais, sociais e econômicas)

Fiz um resumo para o pessoal da Tratore porque eles vão publicar um artigo do festival e nossa participação e nossa visita. Escrevi algumas coisas. Quer que Fernanda mande o release do Selo, o cadastro pelo Selo. Distribuímos para o Sesc São Paulo também. Estou aguardando. Assim que tiver o ok disso.

Cultural - o festival propiciou uma imersão para a gente, trabalho há 20 anos com música. A minha escola sempre foi gravadora, fiz várias imersões, na perspectiva do marketing, investir para que os artistas possam ser conhecidos. Isso não acontece na cena regional. Isso é muito difícil que saia do local dele e tenha conhecimento nacional. Quando a gente vê o trabalho que vocês fazem, é todo mundo - Sesc, prefeitura, Sebrae, os profissionais que estão envolvidos na cena do festival - para a gente que vai fora apesar de todo conhecimento que a gente tem de música, a gente tem uma imersão da cultura popular. Eu já conhecia pela minha experiência profissional. Estive em gravadoras como a Paradoxx música, fui supervisora norte/nordeste durante anos, tínhamos contato com samba de coco, calypso, mas a gente nunca teve essa imersão. Então participar dessa imersão fez com que a gente conhecesse profundamente as raízes, a história, os artistas, a riqueza. Foi um aprofundamento de fato que proporcionou de fato. Não só para mim, mas para as pessoas que estavam de outros lugares. Conhecer, conhece, mas viver isso dessa maneira é completamente rico. E você sai daí com outra perspectiva de trabalho para os artistas locais, regionais, para a cultura regional. Eu saí daí dando um valor enorme. Já queria programar a volta para outra situação para continuar aprendendo, porque é isso, é um aprendizado muito rico para a gente, independente da vivência de cada um. Faculdade nenhuma dá isso. estar vivendo essa situação com vocês é muito rico.

Social e econômico - Vocês abrem um caminho para esses artistas e para essa economia local sem precedentes. A gente leva esse aprendizado para a vida, a gente da empresa. Sempre que alguém me perguntar de festival, de samba de coco, de nordeste, Arcoverde para mim é um case de sucesso. Permite que os artistas possam ter essa divulgação e essa visibilidade, permite que seja uma via de mão dupla, para nós aprendizado e para eles se profissionalizar esses artistas no sentido de mercado artístico. Vocês vão permitindo essas conexões significativas. Não só para a gente, mas para os artistas também. Quando a gente participa por exemplo de alguns workshops

falando de exportação de música brasileira, com certeza eu vou citar o festival e os artistas do festival, vai possibilitando novas possibilidades de trabalho.

2. Que conexões o festival estabeleceu e pode estabelecer com a instituição em que você atua? (Exemplos: parcerias realizadas, possíveis trabalhos que podem acontecer após o festival)

A gente como empresa nacional que eu comentei no evento a gente tem esse olhar para todas as cenas que acontecem regionais e locais porque a gente sempre valorizou muito esse trabalho porque a Tratore tem profissionais que já atuaram em outras áreas artísticas, o Maurício é músico, tem banda, sabe da dificuldade que é para o artista atingir alguns resultados e ter a visibilidade que ele precisa. A gente vai levar isso para todos os lugares que a gente for sempre. Todas as pessoas que forem lá vai ver como um case de sucesso. para a gente, a gente vai ajudar vocês a colocar o produto nas plataformas, que são mais de 100 plataformas no mundo e tudo isso tem custo. A gente não cobra por esse trabalho, não cobra pela mentoria que a gente dá, pela assessoria artística, o trabalho da distribuidora é diferente do selo e da distribuidora. O trabalho da gente vai ser com o selo do Sesc PE e a gente vai colocar no ar de todas as maneiras possíveis tentando exaltar os artistas e seus lançamentos. A gente pretende agregar valor às produções culturais locais através do Sesc. Eles têm essa mentoria com a Tratore e buscar espaços para os artistas locais. A gente vai buscar algumas ferramentas digitais para obtenção de resultados. O artista coloca o conteúdo o fonograma na plataforma. Colocar o fonograma na plataforma não vai resolver o problema do artista. O trabalho está lá naquela vitrine. Mas é preciso fazer uma conversão de público. Usar as redes sociais para levar o pessoal para ouvir o artista naquela plataforma. o streaming e as redes sociais dão visibilidade para aquele artista. O artista está na vitrine. Ele está lá, mas se não souber, ninguém vai lá ouvir. É preciso fazer uma conversão de público. É isso que vai ajudar ele ter visibilidade naquela plataforma. A orientação que a gente dá, o artista, ou selo, o artista, independente de fechar contrato coma gente, a gente orienta o olhar 360, trabalhar Instagram, youtube, tik tok, além de fazer a divulgação daquele lançamento e fazer a conversão desse público senão não acontece nada.

A Fernanda vai começar o cadastro de alguns artistas e vai trabalhar a partir do selo uma reunião o que podemos ver de oportunidade de destaque. Reunião de planejamento - o artista ou selo envia todas as informações e é possível pela Tratore fazer um pedido de curadoria. Com essas informações que o selo ou o artista nos manda e a gente constrói uma narrativa com os artistas. Não é robô, a gente faz isso de maneira pessoal, por isso a gente solicita várias informações e reuniões porque precisa entender o contexto daquele artista, o que ele pretende, quais são os próximos passos e a gente constrói uma narrativa de quando eles vão se apresentar naquela

plataforma. A gente faz a apresentação daquele conteúdo, mas os analistas das plataformas é que vão fazer a divulgação sob os aspectos do mercado. Outra coisa importante que vale a pena dizer muito artista ou selo ou gravadora sempre quer um destaque, uma entrada numa lista de reprodução editorial de uma plataforma para depois começar a trabalhar e o que a plataforma quer justamente o contrário. Quer essa entrada de 360 graus para depois entrar na playlist. SE ele não tiver esse movimento algorítmico de trabalho ele não consegue ficar na playlist. é preciso ter um contexto de trabalho para ter essa conversão de público para ele permanecer na playlist enquanto seguir com o movimento.

3. Que sugestões você daria para o festival para 2024?

Do ponto de vista artístico, não mudaria nada. Achei muito bacana a troca do palco, de descer, ficar com o público, ter aquela integração, achei muito interessante para quem estar ali fazer parte, achei muito importante. Acho que colocaria mais artesanato, achei pouco, como visitante, achei pouco. Acho que de repente vocês poderiam convidar mais mídias, mídias de fora, mais culturais de repente. Não vi TV lá. Como foi. O registro daqueles momentos da troca de palco foi riquíssimo. Poderia vender mais na mídia também. O festival, o trabalho que vocês fazem. Não sei como é isso para os veículos. Se tem alguma regrinha para passar, mas acho que de repente poderia ter mais mídia, mais conteúdo que divulgasse mais o festival. Pode ser que tivesse rolado e não vi. De repente vocês poderiam convidar mais gente. Não sei se gravam e mandam. Nunca acho demais a divulgação.

Uma coisa interessante que ia comentar com a galera e não tive tempo. Algumas empresas que fazem venda de música brasileira para fora do Brasil. Por exemplo, se o Leo. O Sesc de PE que estava de férias. Tem algumas empresas de música que fazem a venda de produtos nacionais para fora do País. Se isso é com vocês ou se é com a prefeitura. Trazer para conhecer o festival. Incluir nessa imersão profunda. Algumas empresas sérias. Por exemplo, agora a gente tem uma empresa gringa vindo para o Brasil que cuida Milk Superfizer. São as pessoas que buscam as músicas para fazer a sincronização com filmes, novelas, séries, para essas trilhas especiais. Na tratore, tem uma pessoa que faz isso. Os lançamentos da tratore que têm essa opção de sincronização, quando o músico supervisor diz que precisa de uma música XPTO. Alegre, animada, festiva e eles pedem muita coisa brasileira para a gente. Essa pessoa da sincronização seria interessante conhecer o trabalho, justamente para saber o que ela está vendendo. A gente costuma trabalhar em cima da descrição que eles passam para a gente. A gente seleciona os lançamentos regionais. A escolha sempre é do diretor e do supervisor da série, nunca é da intermediação ou da distribuidora, mas a gente consegue mostrar esses produtos regionais para esses profissionais do mundo. A gente está falando de Netflix, mas há outras empresas que

também solicitam músicas para trilhas de séries, filmes, games. As possibilidades de sincronização dos artistas regionais é imenso porque os gringos amam música brasileira. Também é uma maneira de divulgar o artista e o conteúdo e pensar no festival também seria uma maneira de divulgar isso.

A sincronização é bem rentável. Não é como o streaming, mas é a sincronização é um fechamento financeiro diferenciado. Quando conversa com o music supervisor, é em dólar é em euro. É também um caminho importante para o artista conhecer, saber. Poderia ser uma palestra de sincronização dentro do contexto do festival. Alguém falando como é isso, como funciona, como pode ser feito. Acho importante para o artista saber que ele tem essa oportunidade também.

4. Quais as potências que você enxerga para a continuação desse projeto nos próximos anos?

A potência principal vocês já têm que são os artistas, a história rica e todo o trabalho cultural que vocês fazem. Isso por si só já é uma potência. Se for comparar com outros lugares, não é em todo lugar que acontece. A potência humana. Explorar isso do ponto de vista de divulgação seja para o Brasil e para o mundo. Esse trabalho que vocês fazem de agregar valor à cultura popular regional, exaltando a arte, os artistas, permitindo esse conhecimento que acontece de mão dupla eu diria assim que criar oportunidades é uma potência. A oportunidade do conhecimento, tanto para os artistas, para vocês que são profissionais envolvidos para conhecer cada vez mais os caminhos que se pode trabalhar e o quanto você de repente pode extrair de resultado de todas as situações. A exploração de novas perspectivas de trabalho, também acho uma potência. É uma potência com várias ramificações, mas acho que é um pouquinho de cada coisa. A potência desse setor cultural está em proporcionar oportunidades para artistas e profissionais de conhecimento. É o mais potente de todas as ramificações que a gente pode dar.

Poderia ser de repente uma consciência cultural coletiva. Quando você não sabe, você não sabe e ponto. A partir do momento que você tira os véus da ilusão e ver a coisa realmente como funciona, essa tomada de consciência te projeta para outro lugar. Você consciente te passa para outro lugar que você ocupa.

5. Quais os desafios que você enxerga para a continuação desse projeto nos próximos anos?

O principal desafio é continuar tendo o apoio que vocês têm da prefeitura, do estado, do Sesc, do Sebrae, de todas as instituições que estão envolvidas. Uma coisa muda muito do ano para o outro. As pessoas mudam de lugar. O desafio de transpor esses limites de proporcionar isso para outras empresas e outros profissionais. Vocês poderiam convidar outras empresas como Avon, Natura, empresas que têm essa preocupação cultural coletiva, ou um Banco, fundação Bradesco, Fundação Itaú, Fundação Santander. Conseguir uma empresa desse tamanho pode ajudar a levar

esse festival a um outro patamar para que essas empresas possam divulgar mais. Eles têm essa preocupação sociocultural. Escolher. Isso seria um grande desafio. Um apoio não só financeiro, esse apoio acaba trazendo mais visibilidade para o festival e para um degrau diferente do que já acontece. Fico pensando o quanto é importante para um artista que não tem acesso. A gente diz que todo mundo tem acesso a tudo e não, não tem. O artista não sabe nem onde procurar. Precisa tirar dúvidas para ter as rodas de conversa tranquila, apresentar não só o trabalho da distribuidora, mas também o mercado para saber como funciona. A nossa participação é sempre orientar e esclarecer dúvidas. Faço isso o dia todo. Orientar como fazer. Oito reuniões por dia. Cronogramas de lançamento. Basicamente a maioria dos artistas não sabem como o mercado funciona. Ah, eu não ganho dinheiro, ah, isso. Mas você tem que trabalhar a música. Antes tinha a gravadora, se o artista não souber fazer isso, ele vai ficar completamente perdido sempre. Antes tinha a coisa da gravadora multinacional. Hoje, esse caminho não existe mais. Ficou mais fácil para o artista, mas ele precisa se informar. A Tratore tem um blog com post semanal com todo tipo de orientação. O artista pode seguir a gente no bloco. Um curso de graça. Falamos de todas as tecnologias. Que vai se orientando e que consegue utilizar as ferramentas digitais que são gratuitas. Cada plataforma, por exemplo, o Spotify, que tem várias ferramentas nativas, uma é o QR Code que o artista pode utilizar para divulgar seu conteúdo. Tem cards promocionais, tem canvas. cada plataforma vai ajudando o artista fazer a divulgação do conteúdo dele. A maioria dos artistas não usa. O blog ajuda a usar. Linguagem didática, tranquila. Ali a gente explica um passo a passo. É um bom caminho para alguém que não sabe como funciona. Tem todos os assuntos do mercado digital.

- FIM -

ENTREVISTADO: SR. DIMAS ROCHA

GERENTE DO SENAC - 21/11/2023

1. Quais suas percepções sobre o Festival Sesc de Economia Criativa: Na Pisada dos Cocos do Nordeste, realizado neste mês, em Arcoverde-PE? (culturais, sociais e econômicas)

Do ponto de vista cultural, além de Arcoverde ser rico pela parte de cultura e o Sesc dar todo apoio nesta parte, é um ganho gigantesco esse projeto para o município. Lembro no primeiro momento que Aguida nos convidou, não participamos, no segundo fui numa forma muito tímida e no terceiro entramos, como conseguimos estar mais dentro, vejo que é um ganho para a cidade. O secretário de desenvolvimento econômico de Arcoverde, disse que o Sesc está revolucionando a cultura de Arcoverde. tem 70 estandes, dois palcos, achei a dinâmica muito bacana. O Sesc está contribuindo muito para a cultura do coco de Arcoverde.

Social - Parte do Sesc e do Senac - se você observar tinha todo tipo de gente na praça, prefeito, que mora na periferia, passando, curtindo o evento, um evento gratuito, o SENAC levou a parte da saúde, ajudou bastante, teve uma rotatividade boa no restaurante, almoçando, jantando, que eram pessoas bem simples e o Sesc com essa pegada social de levar para o município, as culturas, as bandas. Fazer uma parte social levando lazer para as pessoas, contribuindo com a cultura. Do restaurante do Sesc e as barraquinhas que tinha com comida. O pessoal participando e a população de Arcoverde, já está na agenda do município, gente que poderia estar na droga, está no evento, está socializando, vendo uma música, trabalhando.

Pegada econômica, só de ter a feira, gente que foi de outras cidades, que não era só gente de Arcoverde, movimenta a economia do município. Esse valor do município que o valor que Águida deve ter. O pequeno vendedor de pipoca, no entorno da feira tinham barraquinhas vendendo. Teve um impacto positivo para a cidade. Tinha gente que estava perguntando se ia fazer ano que vem. A gente vai estar junto fortalecendo. Ano que vem, disse que preciso de um lugar fixo dentro do festival e levar a equipe toda para a lá. Saúde e beleza. Guias, idiomas básicos e consegue preparar ele. Formamos uma turma de guia no vale do catimbau numa outra edição fazer uma formação em parceria com Senac.

2. Que conexões o festival estabeleceu e pode estabelecer com a instituição em que você atua? (Exemplos: parcerias realizadas, possíveis trabalhos que podem acontecer após o festival)

Tem total conexão - fazer com que o SENAC tenha um olhar mais atento a essa parte de dar o apoio a formações do turismo, o Cruzeiro Hotel estava lotado, a lotação se deu pelo festival de economia criativa do Sesc, conversou com o gerente do Hotel, Dimas é muito importante fazer eventos como esse. O SENAC pode contribuir com a parte da formação dos guias, até a formação hoteleira mesmo, a parte dos restaurantes de gastronomia e alguns pratos que foram servidos no Cena Gastrô nossa chefe assinou alguns pratos. Veja como a coisa vai se desdobrando. Assinei lá trás um projeto de gastronomia para o festival de economia criativa. Assinaram alguns pratos. Entrou com saúde e entrou com maquiagem e beleza. Vejo que eles fazem uma conexão grande. Na capacitação desses profissionais da região. Vem falando com Wellington Nunes, vamos fazer um trabalho de atendimento. Em parceria com a ACA e com o Sebrae fazendo algumas formações na área de atendimento ao cliente. Alguns são empresários do ramo da gastronomia. mas o maior percentual é dos bares e dos restaurantes. No hotel de Arcoverde e de Tacaimbó. Airon diz que tem uma média de 600 colaboradores. Conversou com Wellington para usar as estruturas do Sesc. O município tem condições de alugar uma sala.

(saiu saúde, desenvolvimento e governo. Essa semana tinha mais duas pessoas para sair)

Vejo muito importante formações previamente ao festival ou no próprio andamento. Montar um projeto tanto na parte de gastronomia, atendimento, essas outras partes deixa para o momento do evento. Preparar. Carga horária de 15 horas. Uma semana, começa na segunda e termina numa sexta-feira. Dá para paginar legal o que quer ver. O que o turista precisa ter de atendimento quando chega na cidade. Pensar desde o momento que chega até o momento que vai embora. E a gente tem condições de dar esse apoio.

3. Que sugestões você daria para o festival para 2024?

Alguns pontos de iluminação escuros. Ter uma atenção maior aos blimps. Pagamento. Tinha pontos da feirinha que não estavam aceitando pagamento de Pix, cartão de crédito para facilitar a vida do cliente quando ele chega. Não tem essa praticidade que a gente tem. Não sei se fazer uma formação do preço de venda, que o Senac também tem esse produto. Quais as opções. Fazer um pix, uma conta digital. O cliente quer chegar, comprar, pagar e ir embora. Duas barraquinhas que fomos comprar. Gente na entrada e na saída do festival. É tudo aberto. Gente querendo pegar informações aí. Um posso ajudar. Onde era a palco. Sinalização de palco. Colocar uma setinha. Uma programação. No telão, passando, a próxima atração vai ser tal. Até no próprio palco. No mais, não tenho nada que apontar do festival. É algo que está nascendo. estava melhor do que precisava de ajuste.

4. Quais as potências que você enxerga para a continuação desse projeto nos próximos anos?

Primeiro vejo no desenvolvimento econômico do município, já no mês de novembro, para ajudar os empreendedores. E o trabalho social que a gente pode fazer que o município de alguma forma deixa a desejar e chega o Sesc e o Senac para complementar, na área de saúde, gastronomia, o festival é muito bom para o município. Ainda vou pedir para o secretário de desenvolvimento econômico. Comparar novembro do ano passado e novembro deste ano. Os últimos cinco anos como era antes e como está sendo. É interessante. Essa conta ele não falou a fonte. Pode conversar com ele.

5. Quais os desafios que você enxerga para a continuação desse projeto nos próximos anos?

Vocês se aproximarem mais das instituições, principalmente o Sebrae, porque ela disse que não depende dela, a de Caruaru. Conseguir cada vez mais uma parceria maior do Sebrae e também do município por uma questão estrutural, mas também financeira, mas tornar um galo da madrugada. Questão de captação de parceria. Dificuldade de falar com o pessoal da Avil, estava precisando de tecido para fazer a roupa das meninas. Vejo que o desafio vai ser justamente a questão de captação. De patrocínio e parceiros. E já entrou no calendário do município. Vejo que é o maior desafio no meu entendimento.

Senac - o primeiro trabalho foi da gastronomia. Enviamos dois consultores. Montaram o projeto, montaram o menu com o pessoal. Passou uma média de 15 dias em Arcoverde. Tivemos reuniões online e presenciais. Os dois chefs foram in loco para esses restaurantes montarem alguns pratos. Ver estatísticas me mandar.

Depois desse trabalho, Águida conversou comigo para poder dar um apoio. Nós vamos. Foi o pessoal de imagem pessoal. Beleza. Maquiar 17 modelos para deixar prontos para o desfile. Deixamos no salão de Arcoverde. Como é que a gente pode ajudar mais o evento se financeiramente a gente não conseguia.

Veio a ideia da saúde. Não temos o custo absurdo. Já tenho os profissionais, duas turmas de técnicos de enfermagem. Dois professores contratados. Montamos uma tabela o que a gente consegue fazer na rua. Aferição de pressão, teste de glicose, vacina - secretaria de Saúde para ajudar a gente - equipe da vacinação - encaminharam 4 profissionais - gripe, covid, tétano e difteria - IMC - índice de massa corporal. Queria ter feito algo maior, mas o prazo foi curto. Era o que eu tinha. Para 2024, já estou pensando ajudar ainda mais. Nós conseguimos atender lá, 1.312 atendimentos variados, dos quais 613 pessoas. Em quanto tempo? Num prazo de 3 dias. Foram trabalhar dias 9, 10 e 11 do festival. Nós começávamos às 14h no Sesc ia até as 18h e das 18h às 21h ficava na praça. Pegou um movimento do pessoal no Sesc. Éramos um grupo de 20 pessoas, no momento atendendo uma média de 10 por vez. Profissionais nós tínhamos 3

profissionais. Esses profissionais são de Arcoverde. Mas foi muito prático. Marcava na praça. Se precisasse levar e alimentação. Dimas e três pessoas da equipe comercial. Como já tinha dois enfermeiros e dez alunos em Arcoverde. Foi, dormiram dois dias lá e no sábado voltando. No último dia foi a coordenadora pedagógica. Tem uma carreta parada lá. Faz mais de um ano em frente à casa da juventude em parceria com a secretaria. Uma PSG e uma comercial. A carreta deve ficar até início de 2025. É uma carreta de saúde. Levar para dentro do festival de economia criativa em 2024.

- FIM -

ENTREVISTADO: DJAELTON QUIRINO –

PRODUTOR CULTURAL, integrante do corpo gestor da Associação Estação da Cultura

1. Quais suas percepções sobre o Festival Sesc de Economia Criativa: Na Pisada dos Cocos do Nordeste, realizado neste mês, em Arcoverde-PE? (culturais, sociais e econômicas)

A minha percepção é muito, porque a gente vai vivenciando a cidade por processo pré do festival, processo de produção, quando está acontecendo, e pós, o que é que fica, o que revolve, então são olhares múltiplos e voltados a vários segmentos. Então, são muitas as possibilidades.

Primeira coisa que eu vejo é um amadurecimento do olhar do festival, mesmo tendo apenas duas edições, eu percebo que houve um avanço e uma mudança territorial acontecendo. Acho incrível haver essa relação com os cocos que é algo que a cidade tem tão forte e tão tradicional e ao mesmo tempo tão fragilizada economicamente, pensando que está ligada a cultura popular e que alguns desses grupos são formados por famílias e muitas vezes essas famílias não têm educação financeira, não têm educação formal que possa contribuir para o desenvolvimento dos seus negócios culturais e das suas relações e um evento como esse faz com que eles se enxerguem, que vejam a importância um dos outros e percebam que as conexões podem ser feitas fora do território, para além do território. E há o fortalecimento deles nos seus próprios territórios, eu vi muitos cocos se organizando, muitos grupos se organizando durante o ano para fazer seus ensaios abertos, seus aniversários, e isso tudo estimulado por esse processo de buscarem uma formalização, de buscar cada vez mais capacitar e entender hoje como o empreendedorismo cultural acontece, como as iniciativas culturais acontecem e isso acho que é um grande ganho para esse movimento, para a cidade como um todo, porque eu acho que a cidade também tem a atenção voltada para estes coletivos e para as produções que são feitas na cidade de forma geral.

COLOCAR EM DESAFIOS.

Acredito que um ponto negativo, que carece de melhorar a atenção e de aprofundamento é das relações com outros coletivos, com outras linguagens, eu vejo que há uma participação de algumas linguagens durante o festejo, mas ainda há um rompimento neste diálogo, eu acho que esse diálogo ainda pode ser aprofundado. Entender que festa é essa para os outros coletivos, para os outros artistas e artistas da cidade e acabam que alguns não têm uma vivência. Acredito que isso acontecendo com mais força, isso vai se descentralizar. A feira ainda acontece ainda muito mais voltada ao centro da cidade e há muitas ações que acontecem nas periferias e pode acontecer essa dilatação territorial e essa relação de diálogo mesmo com outros grupos, pensando na rodada de negócios que tivemos, teve uma participação pequena em relação à quantidade de coletivos e de artistas que temos na cidade. Ainda acho que é um modelo a ser aprimorado porque uma

rodada de negócios é um processo é um pouco frio, e a gente vem tentando meio que acalorar esse processo. Acho que ele pode ser cada vez mais acalorado, mais humanizado e faz parte desse desafio de crescimento. Como é que esse crescimento acontece.

COLOCAR EM DESAFIOS

Vejo algumas participações importantíssimas de pessoas da cidade, como o lançamento do livro de Márcia Moura, como a participação da Estação da Cultura na mesa de debates, acho que a gente tem muitos mais casos, espaços, histórias na cidade que podem entrar para esse processo que podem participar. Sinto falta das universidades, dos estudantes, estarem juntos e acompanharem esses processos, tanto históricos quanto do movimento da economia criativa mesmo, que é um processo que pode ser aproximado. Nós temos uma faculdade de direito, então podemos tratar da questão dos direitos culturais, que é algo que é tão raro de ser pautado nestes debates e aqui a gente pode buscar essa aproximação. Temos a faculdade de medicina, que podemos buscar a aproximação com a humanização do atendimento que a gente pode buscar através da arte. Eu acho que temos alguns desafios nesse amadurecimento desse festival, mas vejo esse panorama já caminhando e muito amadurecido de um ano para o outro. Também observar o diálogo com outras ações que estão acontecendo na cidade, porque, por exemplo, estava acontecendo o Festival de Literatura e aí são ações que acabam chocando e alguns agentes culturais acabam não podendo participar. Então esse diálogo para que territorialmente, no calendário de eventos, juntamente com outros produtores, isso possa ser harmonizado, acho que vai amadurecer mais ainda e gerar um crescimento maior.

2. Que conexões o festival estabeleceu e pode estabelecer com a instituição em que você atua? (Exemplos: parcerias realizadas, possíveis trabalhos que podem acontecer após o festival)

Falando como Estação da Cultura e também como Teatro de Retalhos, são duas instituições que eu faço parte, acho que há conexões muito importantes que foram feitas desde o primeiro festival nesses se mantiveram que é de vários agentes e vários artistas que conhecem o espaço da Estação da Cultura, que querem conhecer, discutir, replicar esse processo. Como gestor da estação, recebi alguns convites para falas sobre essa estação, sobre esse processo e isso eu acho muito importante porque vai dando luz ao espaço e ao movimento de ocupação da estação da cultura, que já acontece há 22 anos, e geram possibilidades de intercâmbio. Tem vários artistas que após esse movimento do festival procuram a estação para apresentar os seus trabalhos, para fazer parcerias, para conhecer os artistas que ocupam. Então gera bastantes trocas. E com relação ao Teatro de Retalhos também porque, depois dessa edição do festival, a gente sai com alguns contatos e possibilidades de circular o nosso trabalho. O festival gera esses contatos e essas possibilidades

de a gente mostrar um pouco do nosso trabalho. Na minha fala anterior, não houve tanto espaço para que as artes cênicas tivessem mais presentes e aí ser um portfólio mais bem apreciado, sem ser rodada de negócios, com apresentação, intervenção ou outra intervenção mais efetiva das artes cênicas, que é uma coisa que eu sinto falta no festival. Acho o festival bem grande, bem bonito, e as artes cênicas têm esse poder de lidar com a música, e principalmente com o samba de coco da cidade.

3. Que sugestões você daria para o festival para 2024?

Acho que nas falas anteriores fiz algumas sugestões, mas vou tentar resumir aqui o que eu sugeriria para 2024. A primeira coisa seria um diálogo mais amplo com mais linguagens. Ampliar esse diálogo territorial mesmo, mais linguagens e grupos de vários lugares, coletivos das áreas rural e da periferia. Acho que esse diálogo é interessante, entendendo inclusive as limitações financeiras que possa haver, mas pontuando a possibilidade de trocas, apoios e parcerias, que possam receber nestes espaços, e fazer acontecer, possa rolar escambos. A minha sugestão seria esse diálogo mais aprofundado com o território, com os fazedores e as fazedoras de arte e cultura do município para que esse festival vá ficando cada vez mais orgânico e mais relacionado com todo o território. Que não fique nichado, nem de um lado nem de outro, nem territorialmente, nem em relação a segmentos. Que possa haver essa ampliação e essa troca inclusive fora das caixinhas. Um coletivo de música que pode trocar com um coletivo de teatro, que pode intercambiar com um coletivo de audiovisual, enfim, acho que essas provocações já dessas caixas predeterminadas, podem gerar um efeito surpresa, que acho que um processo de economia criativa já nos provoca para um lugar meio por aí.

4. Quais as potências que você enxerga para a continuação desse projeto nos próximos anos?

Acho que a continuação desse projeto existe uma possibilidade muito grande do desenvolvimento territorial através da cultura e da arte. E aí com a continuidade desse projeto, eu vejo a possibilidade desse fortalecimento em cadeia, não só do segmento cultural, mas também daqueles com quem ele dialoga, a geração de emprego, de renda e o principal que é a provocação da capacidade, da possibilidade de outras ações, outros eventos, outras parcerias acontecerem nesse molde em outras épocas do ano, com outros artistas, com outros grupos, em vários formatos. Eu acho que o festival ele tem um papel central nessa possibilidade de desenvolvimento territorial através da cultura.

5. Quais os desafios que você enxerga para a continuação desse projeto nos próximos anos?

Acho que um desafio que eu enxergo é ele ser orgânico, porque existem muitos projetos que aconteceram por aqui que têm uma importância grande, mas que não tiveram continuidade ou

foram se engessando. Tinham projetos lindos, como a Jornada Literária, lidava com várias linguagens, mas não teve continuidade, tem o projeto da Aldeia, mas depois de um tempo, houve um engessamento, talvez por falta de orçamento que mantivesse esse projeto. Talvez o desafio seja manter o projeto orgânico, que dialogue com os artistas e as artistas e que vá escalando também orçamentariamente e sustentabilidade para que o próprio festival se mantenha e que ele mantenha essas possibilidades sempre crescentes. Então eu acho que esse desafio está na sustentabilidade do festival e na organicidade dele.

- FIM -

ENTREVISTADA: SRA. EDILEUZA FEITOSA

ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DE ARCOVERDE - DATA: 22/11/2023

1. Quais suas percepções sobre o Festival Sesc de Economia Criativa: Na Pisada dos Cocos do Nordeste, realizado neste mês, em Arcoverde-PE? (culturais, sociais e econômicas)

Cultural e Econômico.

O festival para a nossa cidade já se tornou um grande evento, onde valoriza muito a nossa cultura local, com apresentações artísticas muito boas de Arcoverde e região e ativa muito o setor de artesanato e de gastronomia. Envolve gastronomia, artesanato, cultura valorização da nossa cultura e movimentação o comércio de uma forma geral, porque vêm várias pessoas visitar da região também. Tentamos mobilizar algumas caravanas para que o pessoal pudesse vir conhecer a nossa feira, com duração de 4 dias, o Giro Criativo. Achei que esse ano foi melhor que o ano passado. O pessoal já está vendo o festival com outros olhos, estão participando mais, isso é muito bom para a nossa cidade, diante das dificuldades que estamos passando em todo o País, foi um evento bonito, grande e com bastante participação. Houve várias oficinas, gastronômico, audiovisual, tecnologia da informação, houve várias oficinas durante este dia, e apresentações do coco que foram lá no Sesc mesmo, mas já dentro da programação. O pessoal participou, gostou, fizeram muitos elogios. Isso é muito bom para a cultura local. É uma valorização muito grande para a cidade, Sesc, Senac, Fecomércio, Sebrae, prefeitura, ACA. Águida é uma excelente articuladora e com muito esforço conseguiu realizar um festival bastante interessante, desde oficinas, estruturas. A população como um todo enxerga como um benefício. É um fim de semana diferente, com atrações boas, tudo de graça e muita coisa num mesmo lugar. Realizam numa praça no centro da cidade, numa estrutura belíssima. Acredito que a população e o comércio ganham com isso. No sábado, vi os turistas visitando nossa feira livre, CECORA, e percebi bastante pessoas diferente conhecendo a feira, fazendo alguns lanches. Caldo de cana. Movimenta o comércio como um todo, que entra num período que está bastante parado.

2. Que conexões o festival estabeleceu e pode estabelecer com a instituição em que você atua? (Exemplos: parcerias realizadas, possíveis trabalhos que podem acontecer após o festival)

Quando Águida convidou a gente foi no sentido de divulgar, com carro de som, e mobilizar caravanas nas associações vizinhas para conhecer o festival e a feira giro criativo. Também articulamos as artesãs para se inscreverem e participar, onde o Sesc oferecia uma estrutura, pagava uma taxa mínima e oferecia um estande com toda estrutura. Isso foi um incentivo muito

bom e quando a gente articulou essas artesãs para participarem. Ficaram muito contentes. Após a feira, perguntamos como foi as vendas, disseram que foram muito acolhidas, venderam bem, e estavam muito satisfeitas. Como a gente na associação trabalha com o núcleo de artesão, que é responsável pela casa do artesão, isso foi um incentivo muito bom para quem participa, articulamos outras artesãs também dando oportunidade a elas de mostrarem seus produtos, comercializarem e enxergarem a ACA como uma instituição que temos que oferecer a ela. Nosso presidente participou da oficina que teve de tecnologia na informação. Gostou bastante. Alguns empresários participaram também e gostaram muito. É uma forma de estar incentivando. Para tirar da rotina de só reclamação, só a coisa ruim. Só negativo. No sentido do País como um todo. As que são associadas e não associadas 40 pessoas. Só disseram que as vendas foram muito boas. Não sabe se houve formulário. Não comentou.

3. Que sugestões você daria para o festival para 2024?

De melhoria, acho que o formato que está excelente. Ela tem é que lutar para que ele continue. Ter continuidade. Sabe da dificuldade que ela passou este ano. De patrocínio mesmo para realizar esse evento.

4. Quais as potências que você enxerga para a continuação desse projeto nos próximos anos?

Acho que o Sesc tem que continuar apoiando e mais ajuda do Governo do Estado para ver se fortalece cada vez mais.

O período de novembro é muito bom porque não tem outra festa.

5. Quais os desafios que você enxerga para a continuação desse projeto nos próximos anos?

Hoje a gente já começa a ter medo devido à situação que está. Onde a gente vai encontrar apoio, que está apertado, que está ruim. Espero que mude essa situação a nível Brasil, estado e municípios. Não é só o nosso. Outros também estão em muitas dificuldades. Isso faz com que a gente fique com medo se a situação está melhor ou pior. Temos que pensar positivo para buscar apoio e patrocínio para realizar. Não deve parar por aí, tem que dar continuidade, é um evento que está se consolidando e gera emprego e renda para toda a população.

- FIM -

ENTREVISTADO: SR. EDUARDO ESPINHARA

SUPERVISOR DE CULTURA DO SESC ARCOVERDE - DATA: 24/11/2023

1. Como você observa a evolução do conceito do projeto desde a sua criação a esta última edição em 2023?

Eu vejo que o projeto deu um grande salto do ano 1 para o ano 3 tem uma diferença enorme. O ano um começamos dentro da unidade, era logo pós pandemia, não podia fazer na rua. foi um ano muito bom, mas quando a gente vai para a rua agrega outros valores, vai para as escolas, vai para a feira fazer ações na feira, trazer outras linguagens para o festival não somente o samba de coco, mas a cultura popular, as bandas de pífanos nas ruas, os bois, é uma grande celebração cultural. Este ano eles disseram que a programação foi muito mais cultural para ele. A gente viu quando vai para as 34 contratações no ano passado e 24 era de cultura de tradição. Este ano mais de 20 e a maioria de cultura de tradição. Vejo evolução em tamanho que adquiriu, a forma e a força. A população mesmo aderindo. este ano a gente teve muita gente participando. No ano passado, teve muita gente por causa de Lirinha, mas este ano teve gente o tempo todo. E a população passa a conhecer mais os próprios cocos. Com relato deles próprios dizendo que sedes não eram visitas e agora são visitadas.

O nosso outro braço teve o turismo pedagógico, nossa escola foi para o coco Fulô de barro, as nossas crianças foram conhecer no bairro de São Cristóvão. Este ano o turismo passou pela sede do coco eremim. Como é que começa desde o início que vão ser o futor do coco e já estão sendo presente. Deu um salto de qualidade também. É um processo de aprendizado, tem coisas a melhorar, mas a gente deu um grande salto de qualidade.

2. Quais os pontos do projeto até agora que você pode apontar como potências e desafios para as próximas edições?

Para além das apresentações, que é um dos cernes do projeto acho que o turismo é ativar realmente a rota, que a rota realmente esteja ativa o ano inteiro, é um desafio. Não sei como a gente ainda vai fazer, mas a gente precisa que essa rota consiga passar o ano inteiro em Arcoverde. O desfile de moda deu um salto do ano passado para cá e vai agregar valor para que a gente não caia na mesmice e agregue outras pessoas. A feira, que ainda é um grande desafio, porque apesar de ter muitos artesãos, não temos pessoas que tenham MEI, que tenham carteira do artesão, trazendo mais formação para os próprios artesãos que participam dessa feira, mas também artesãos de fora. A cada ano é uma configuração diferente. Não sei se as prefeituras este ano, este ano tivemos menos adesão de fora, no ano passado as prefeituras bancaram estadia, mas este ano não tivemos tanto quanto o ano passado. E as formações para que todo mundo

participe, não só do hub, mas a classe de produção inteira. esse ano tivemos pessoas que fizeram nossos cursos, de hold, direção de palco, backstage e já estavam participando no nosso festival. O curso já deu fruto. Eles mesmos estão trabalhando no festival. É um salto de qualidade e é um desafio para que estejamos constantemente com eles e se qualificando. Os desafios ao mesmo tempo são as potências. A feira mesmo é muito legal de ver as produções que talvez a gente não veria, cada um está na sua casa e a gente não poderia unir todo mundo se não fosse um festival como esse. Os shows e as apresentações são uma grande potência e a gente sabe o poder que as sambadas também tem. Os desfiles, daqui a uns anos vai escoar para fora, as pessoas vão começar a enxergar o coco de uma outra forma e tudo que a gente faz de formação como os mestres nas escolas, as trocas de saberes e vivências, esse ano a gente ainda trouxe muita gente de fora, da Tratore, como vender sua música na internet e o pessoal está falando sobre isso ainda como um centro de formação.

3. Que mudanças você percebe nos grupos de coco antes do projeto e depois destas três edições?

A gente percebe algumas mudanças. Alguns começaram a ficar mais organizados, começam a se divulgar mais, o projeto trouxe isso. Tem sedes que não eram visitadas e agora são visitadas e eles mesmos relatam isso. O salto que deu de qualidade para eles mesmos e essa visibilidade que o samba de coco dá mudou muito para eles. E alguns que fazem formações e já estão trabalhando no campo. Depois do festival tem muitos dos grupos que já estão qualificados para trabalhar, não é só tocar, é toda uma produção musical.

Como a gente tem reuniões regulares, eles conversam mais entre si, não é o que a gente queria, mas eles se encontram mais nos ensaios abertos isso é muito importante. Depois do festival é que isso veio acontecer.

4. Você consegue identificar alguma transformação cultural, social e econômica depois desse projeto? Se sim, quais? (Exemplos: alguma inovação no coco? articulação/atuação em rede/maior sentimento de pertença do ritmo? efeito na renda dos coquistas ou do entorno)?

Sim. percebo. Como o festival deu uma maior visibilidade aos cocos eles começam a ter mais apresentações por conta do festival. Apesar de eles ainda não perceberem isso, alguns já dizem isso, o coco eremim se apresentava em Arcoverde, depois, em várias cidades, o coco Fulô de Barro a mesma coisa. A visibilidade mudou. As pessoas não só veem os três grupos, os mais antigos, mas também os jovens. O coco ganha outra importância, quando vai para o palco principal. A importância maior para o grupo e para os cocos e da própria cidade, antes tinha um preconceito e agora a gente consegue mudar a questão social, como se ver o coco na cidade, o

que é o samba de coco, desmistificando na cabeça do povo E cultural também começa mover a cidade a cidade passa a se ver de outra forma, se a gente está na feira, nas escolas, nos bairros, a gente difunde mais a cultura de tradição, se fosse só no festejo junino, no carnaval.

Para além de tudo, um festival que circula dinheiro na cidade, os impostos que geram, o comércio que vende mais, os hotéis lotados, isso mexe também com a parte econômica da Cidade e as pessoas que estão na própria feira. os barzinhos, a cena gastrô, este ano deu um salto também na qualidade e na quantidade de pessoas frequentando os bares e pedindo os pratos da cena gastrô.

- FIM -

ENTREVISTADA: SRA. HERIKA DA SILVA AMARAL

PROPRIETÁRIA DA EMPRESA TALENTOS - DATA 23-11-2023

1. Quais suas percepções sobre o Festival Sesc de Economia Criativa: Na Pisada dos Cocos do Nordeste, realizado neste mês, em Arcoverde-PE? (culturais, sociais e econômicas)

A minha visão é que é um evento muito importante para a nossa cidade. Participamos dos dois, um só com o artesanato e esse agora com a cafeteria. É de extrema importância para a nossa cidade nestes três parâmetros. Está trazendo uma diferença de olhar para o pessoal, não é só o lazer, é a sustentabilidade de várias famílias envolvidas, cada trabalhador. É algo que tende a trazer crescimento para a nossa cidade.

(Os mestres e mestras seguram a sua cultura na cidade. Precisa muita sensibilidade para trazer seu conhecimento e trocar.)

As pessoas demoram a perceber, as pessoas têm uma visão tão pequena e quer criar outro com a mesma proposta. Se tiver como fortalecer aquele ponto, a gente se fortalece junto. A gente vê a importância. gente quer fazer parte e de uma maneira que a gente possa crescer e chegar a nosso objetivo também.

2. Que conexões o festival estabeleceu e pode estabelecer com a instituição em que você atua? (Exemplos: parcerias realizadas, possíveis trabalhos que podem acontecer após o festival)

Ele trouxe para a nossa empresa trouxe uma conexão maior com o Sesc, com os que vieram para contribuir com professores, mestres, curadores que vieram e vieram para cá. Encaminharam para cá e trouxe uma conexão com pessoas de fora. Empresas de fora também. A gente teve uma experiência bem legal que era de fora. De um instituto e veio para cá, trazendo um livro sobre a culinária pernambucana. Trazendo a importância de todo o conhecimento. Para nós foi uma conexão muito importante. Ampliou a visão enquanto cafeteria. Do Instituto Freire. Foi o curador Francisco Pereira. Esteve presente com a gente. Veio na semana antes do festival. Curso de patrimônio. A gente não participou. Não estava no Sesc. Mas eles vinham tomar um café e trouxe uma conexão. Eu não sei como, para os próximos anos, temos grande expectativa, aproximação maior, mais constante, não só antes do festival, mas que tenha início desde agora para que a gente possa alcançar um campo maior, como empresa, como aprendiz também, como colaborador da arte, da cultura, do giro criativo, do empreendedor. Também estive no Giro. Levei para lá para o Giro. Como é o segundo ano, a gente viu mais organizado. O empenho grande foi maravilhoso participar. Não teve nenhum tipo de problema, nenhum tipo de dificuldade. O

espaço foi muito bem assistido. Só tem a crescer. As minhas vendas foram boas, além do que esperava. Como cafeteria foi bom também. Não tinha nenhuma experiência. Não tivemos problema nenhuma. No período, minhas vendas aumentaram 80% do normal. Vendemos de tudo, mais alimento do que o café em si. Dá um equilíbrio. 40% café, 60% alimentos. A gente já tem todo um cardápio de cafês, 12 tipos, quente e gelado. Fez um prato que se chama Tô nos braços de mamãe. Bem sertanejo. Vendemos bastante. Os salgados foram o carro-chefe. Esperava vender mais dele. Foi a nossa chefe de cozinha, Belarmina. O Sebrae trouxe uma curadora para orientar. Esteve conosco no espaço de nossa cozinha, viu todo o processo o que pensou. A apresentação no cardápio e foi absorvido no cardápio.

3. Que sugestões você daria para o festival para 2024?

Ser um trabalho que deveria ser iniciado desde já por conta da resistência que tem na nossa cidade. A cultura não é uma luta fácil, ser uma cidade não tão grande, encontra muita resistência. Fazer eventos já implantando o giro, já fazendo parte. É um processo que vem dois meses, três meses antes, mas requer ser feito muito antes. De ser feito eventos na cidade em praça pública já trazendo em prol desse giro que gire durante todo o ano. Não ser só naqueles dois meses. Fica uma coisa muito intensa, muito centrada. A primeira semana que fica tudo dentro do Sesc ainda é uma coisa muito dentro, que precisa ser na rua, mais ampliada para que a cidade possa compreender. Fica como que não compreende bem ainda. A cidade não consegue entender a dimensão desse projeto. E é um projeto maravilhoso. É algo muito importante para nós, para a nossa cidade. A gente teve a experiência de dois dias antes a gente levar um projeto e as pessoas dizerem: oxente, e tem isso aqui? Outros disseram: oxe, a gente nem sabia. Pessoas vindo aqui estando fechado e a gente aqui na praça. A praça é bem perto, são duas praças praticamente coladas. A gente vê a população reclamando disso. Não fica claro. Só vi isso. Observei isso que é uma questão de cultura, de implantar, de amadurecer. Ir nas empresas para entender. Fui a uma ótica e o pessoal não sabia. Oxente, como assim. E foi divulgado nas redes sociais. A cidade em si ainda não está ouvinte da grandeza desses eventos para nós. É uma questão cultural mesmo. Teve um evento antes, que foi a feira Feliz, uma feira literária, como é uma semana antes, as pessoas achavam que era a mesma coisa. O MAMA de artistas regionais.

Tiveram eventos em faculdade e ficou tudo para um mês só. Ou tem tudo em um mês e em três meses nada. O calendário anual da cidade. Traz essa confusão. As atrações que vieram de fora, a gente observou em praça pública e não tinha um público grande. É uma cidade cultural. É algo que pode ser muito maior. (Perspectiva de pessoas x espaço - por exemplo, número de barracas para número de pessoas para comer). A cidade da gente é uma cidade muito de burguês. A gente sabe que tem um preconceito e uma resistência grande. Apesar de a gente vê ganhar muito. A

gente sabe que tem preconceito e resistência. O giro tem fortalecido a autoestima e trazido uma credibilidade maior, de investir mais e acreditar mais nesse trabalho. Lembro do primeiro giro criativo que teve, passava pela frente do Sesc, via as barraquinhas, as pessoas nem entravam. E, da terceira em diante, foi uma vez no Sesc já viu um público maior, já viu se movendo. É algo que tem crescido. Tem sido abraçado por nós que fazemos a cultura de alguma maneira. Aqui a gente tem até um trabalho de artesanato autoral dos mestres. Minha menina é quem faz eles. O pessoal via olhava e não dava muito valor. E foi ali e esse ano começou a ver a resposta. E vendeu todos os bonecos que a gente fez. Existe um certo medo, receio, uma desesperança, não sei. Temos um bom diálogo com o mestre Assis, como é mais central. Proposta que a gente já tinha quando a gente chegou. Ter um lugar para vender suas peças. Cultural de cidade pequena. Aí a gente conseguiu com o mestre. Os bonecos, os tamancos e os tablados. Para que fique mais original possível.

4. Quais as potências que você enxerga para a continuação desse projeto nos próximos anos?

O que a gente vê como potente são os cocos. A área do desfile de moda também tem uma potência grande porque aqui é uma região que tem muitos fabricos, tem muitas costureiras, muita gente desempregada na nossa cidade. Por isso que eu vejo que precisa ser uma coisa trabalhada durante todo o ano, para que ele dê viabilidade, ele precisa vir bem antes para que dê base, dê estrutura para que a gente possa produzir com essa certeza de venda, de crescimento, que ainda é muito pequeno. Uma coisa que a gente sentiu muita falta é justamente trazer pessoas da região circunvizinhas para que realmente a gente traga uma Fenearte. O público de Arcoverde ela não é uma cidade muito rica, funcionário público, municipal, a renda é pouca para isso. Realmente a gente precisa que venha de outras regiões. Deixa todo mundo muito tímido nas suas produções, nas suas criações.

5. Quais os desafios que você enxerga para a continuação desse projeto nos próximos anos?

Vejo que falta de capacitação das pessoas, dos artesãos. Tem, mas é uma coisa muito rápida, não é uma coisa que venha trazendo uma certa continuidade para que realmente a gente possa se desenvolver numa organização maior. Crescer, e ter um campo grande, mas os próprios artesãos da cidade não estarem capacitados para crescer junto com o Giro. Ter material o suficiente. Ter uma produção boa. As pessoas fazem muito em cima. Divulgação na própria região. Imagine nas regiões circunvizinhas. Em Serra Talhada a gente vê puxando para lá e tem um potencial muito grande. Tem artistas incríveis tem muitos grupos que estão muito organizados.

- FIM -

ENTREVISTADO: SR. ISAC FILHO

COORDENADOR NO CENTRO DE ARTESANATO DE PERNAMBUCO - ADEPE

1. Quais suas percepções sobre o Festival Sesc de Economia Criativa: Na Pisada dos Cocos do Nordeste, realizado neste mês, em Arcoverde-PE? (culturais, sociais e econômicas)

Fiquei impressionado do ponto de vista cultural, como, principalmente, a linguagem do coco, que era o foco do festival, como ficou em primeiro plano e como vocês trouxeram e leveza desse ritmo para o festival como um todo. Eu vi isso em rodas de negócios muito humanizadas e me pareceu que essa linguagem cultural acabou contagiando a forma com que vocês levaram o festival. E acho que isso diz também um pouco sobre o social. Vi também, novamente, a questão da rodada de negócios que foi a que mais me impressionou, a gente vê relações geracionais acontecendo, crianças com pessoas idosas, os produtos sendo colocados para um público tão caro, representantes de iniciativas culturais no Brasil todo, isso foi muito potente.

2. Que conexões o festival estabeleceu e pode estabelecer com a instituição em que você atua? (Exemplos: parcerias realizadas, possíveis trabalhos que podem acontecer após o festival)

Eu estou em pouco tempo de ADEPE, são 45 dias, mas eu consegui ver o Sesc de um jeito que não tinha enxergado tanto, a potência que ele é principalmente nas cidades do interior, onde muitas vezes só existe o Sesc como opção cultural ou trazer um "refresh" de outras várias reflexões e necessidades que as cidades precisam. É um equipamento muito interessante e consegui ver isso no interior, o Sesc pode sim trabalhar como um grande polo para intercâmbio cultural, é gente ir de Olinda para Arcoverde, de Arcoverde para Bezerros, acho que o Sesc tem condições de fazer isso de forma mais estruturada e vejo com a minha instituição especificamente também esse suporte, ou conexão, parceiro, para que trocas aconteçam também neste sentido, políticas públicas de economia criativa voltada a estes clusters e conexões de negócios da economia criativa. Não sei nem se poderia antecipar, mas estou em um projeto que envolve a economia do carnaval dentro da ADEPE que esse é um projeto específico que vocês poderiam trabalhar com esse intercâmbio criativo, em cidades que têm tradição do carnaval. Triunfo, pesqueira, entre outros, Recife. Acho que poderia ser uma possibilidade de conexão.

3. Que sugestões você daria para o festival para 2024?

Acho que esse festival poderia e deveria ser mais bem divulgado em outros espaços de inovação, até para que você possa repensar formas de facilitação para que esses grupos consigam chegar

lá. Aqui eu só soube do festival por conta da Adepe, não foi pela Casa Criatura. Ou seja, convidar outros espaços de inovação da capital e pensar até programas para o pessoal ir, transporte, coisas que facilitem a ida da galera. Obviamente não precisa ter que pagar isso, mas saber que sai um transporte daqui do Derby para um festival como esse poderia facilitar muito. Facilitar o transporte de alguma forma e a divulgação nos espaços de inovação.

4. Quais as potências que você enxerga para a continuação desse projeto nos próximos anos?

As potências que eu enxergo para este festival é a questão da mistura das linguagens, eu vi lá por exemplo o coco sendo misturado com música eletrônica, eu acho que tem uma potência muito grande do tradicional com o contemporâneo, a inovação acho que é muito interessante, principalmente em Arcoverde que o festival demonstrou. Acho que tem uma potência muito grande e acredito que dá para mostrar mais isso, frisar mais isso essa capacidade de misturar, da cultura local, pautada na inovação, mas olhando para o futuro, pensando novas formas de coexistir, reforçar esse caráter do festival, isso é muito interessante.

5. Quais os desafios que você enxerga para a continuação desse projeto nos próximos anos?

Em relação a desafios, como acessibilizar mais o festival. Isso tem mais a ver com a divulgação e a atração de players da capital e outros hubs de inovação que existem aqui. Vi lá que muita gente foi convidada do Sul e de outros lugares do Brasil, mas para que haja essa integração local, acho importante se fazer presente aqui nas regiões mais próximas. Acho que o desafio é isso, pensar como difundir esse festival para players locais. Acho que caberia mais gente local para ver as coisas tão legais que vocês prepararam.

- FIM -

ENTREVISTADA: SRA ISONETH ALMEIDA

COORDENADORA DE CULTURA DO SESC MARANHÃO - DATA: 22/11/2023

1. Quais suas percepções sobre o Festival Sesc de Economia Criativa: Na Pisada dos Cocos do Nordeste, realizado neste mês, em Arcoverde-PE? (culturais, sociais e econômicas)

Na perspectiva social, eu vi que o projeto ele tem um poder de articulação com vários públicos, segmentos, com vários fazedores de cultura porque eu observei que tinham pessoas do teatro, das danças, das manifestações populares, mais as outras linguagens artísticas se faziam presente. É um poder de articulação social muito grande. Na perspectiva da economia, o fato de fazer articulações com empreendedores, com empresas, que estes fazedores se coloquem para fazer suas apresentações artísticas, as comidas, as bebidas, os trabalhos artesanais, tudo que girou naquele entorno, favorece a economia da cultura. Desde aquele vendedor ambulante que não estava cadastrado, o pipoqueiro, tudo faz girar a economia local. É de grande relevância de manter esses segmentos e fortalecer a economia local. Que diversos atores possam mostrar e vender os seus produtos. Outra coisa interessante que movimenta ali o setor das hospedagens, alimentações, fomos para restaurantes não só aqueles que estavam já articulados com o festival, mas também se propôs a fazer compras no mercado central, e restaurantes que não estavam cadastrados, sorveteria não cadastrada. Tudo isso faz movimentar a economia. Até no setor de transporte, não só contratado pelo Sesc, mas um serviço de táxi, de mototáxi. É uma articulação muito relevante neste sentido. O festival vem incentivar os pequenos negócios, o setor de serviço, não da cultura, mas da economia da cidade. A importância disso para as manifestações culturais que estavam sendo ali protagonistas. Quanto que isso foi relevante para os grupos que eu assisti. A gente segurança na sua apresentação, na forma de falar das suas raízes, na sua memória. É um trabalho que começou há algum tempo para que ele se solidificasse, para que as pessoas tivessem orgulho de fazer parte. Percebi também que os artistas participavam não só de um grupo, mas percebi que os músicos eles participam de outros, dançavam, cantavam, eram da cena. Uma região pequena, mas que vem desenvolvendo há muito tempo esse trabalho e fortalece o setor da cultura. Isso fortalece o setor da cultura. Visitamos a estação da cultura, quando um dos gestores mediou para a gente tudo o que é desenvolvido lá e como foi o processo de apropriação desse espaço e como a gestão acontece e os diversos grupos, de teatro, dança, capoeira, de carnaval, tem tudo, então acredito que eles estão unidos e fortalecidos nesta perspectiva de que tenha mais para a cidade e quanto eles podem crescer a partir do desenvolvimento desse projeto. Eu vi uma linha histórica até onde eles chegaram e o que eles pretendem enquanto articulação. Isso na perspectiva cultural é muito relevante para aquelas pessoas, se eles tiverem o apoio certo,

eles serão um grande polo daquela região, mas não só abarcando o coco, mas também para as outras linguagens e outras cenas e isso foi bastante significativo.

2. Que conexões o festival estabeleceu e pode estabelecer com a instituição em que você atua? (Exemplos: parcerias realizadas, possíveis trabalhos que podem acontecer após o festival)

A primeira ideia quando a gente se propôs a conhecer o festival é que estamos iniciando numa comunidade um projeto de memória e patrimônio. Nós realizamos um projeto piloto nestes seis meses. Tinha muita curiosidade perguntei muito a Rudimar como foi o processo implantação desse projeto em Arcoverde e com relação ao HUB PE. Onde tem unidade no interior é mais fácil de atuar, mas onde a gente não tem, a gente sentiu as dificuldades. Procuramos saber como foram feitas as parcerias, diagnóstico. Quando identificamos pontos de semelhança desse projeto com o coco, estamos indo para regiões com maior número de comunidades quilombolas do Maranhão. Se chama Propulsar, ele foi criado inicialmente para fazer nessa cidade histórica de Alcântara. Nessa região, o que predomina é comunidade quilombola e número de danças de tambor de crioula. E aí quando a gente viu alguns pontos semelhantes. É uma cidade histórica, vamos trabalhar com mestres, patrimônio, perguntei se tinha contratado alguma outra empresa para dar assessoria, como era pensar no âmbito da cultura, mas também ver outros setores, então a gente ficou com muita curiosidade em relação a isso. Quem vai lá? Quem faz as formações? Foi o parceiro Sebrae? Foi o Sesc? Ele foi explicando que não, foi a partir das escutas, do mapeamento com os grupos de tradição, teve essa aproximação, perguntou qual era o maior interesse desses grupos de coco, quando estava se referindo a Arcoverde, e ele foi pontuando estas questões. Temos uma proposta semi-organizada, mas vamos precisar de vários setores para criar um festival lá. Tanto que a partir dessa conversa, nosso projeto estava só na perspectiva da formação, mas, depois da conversa com o Rudimar, a gente, na perspectiva da economia criativa, desenhamos, vamos fazer a certificação dos nossos alunos, mas fazer a primeira mostra local. Dia 8 dezembro. Conseguimos uma pauta com o prefeito e o secretário de cultura e pedimos parceria articular feira de agro, feira dos estudantes, lá que estão encerrando, eles têm outra feirinha de negócios, tem o coletivo e a prefeitura ajuda. Você organiza isso e isso e nós vamos pagar os cachês das atrações culturais da cidade e duas atrações de São Luís para fazer o evento. Aqui pode ser um embrião de futuro festival de tambor de crioula. Nós vamos experimentar. Conseguimos articular a apresentação de 13 grupos locais, além dos tambores, mas também de outras manifestações culturais, com pagamento de cachê. Nós tivemos dificuldades que esses grupos já estivessem preparados para fossem contratados diretamente para que eles tivessem confiança para serem contratados. Trabalhar para que eles possam se capacitar para contratação,

e serem chamados para o planejamento. O processo de planejamento da mostra do coco vai ser construído a partir de 2023.

3. Que sugestões você daria para o festival para 2024?

Vi que tinha uma programação bem grande. Acho que é isso mesmo. Diversidade para diversos tipos de público, mas achei a programação muito coladinha. No começo da noite, que é o horário das alimentações, pode ser que o coco só nesse horário, bem nesse horário, que ele fique prejudicado. Não sei se isso fluiu. Vi também o coco no palco principal e no outro palco. Foi uma estratégia que desce. A gente sempre fica com problema de passagem de som. Vocês resolveram muito bem isso. Um volume muito grande de atrações faz com que a gente se sinta culpado de não participar de tudo. Talvez dimensionar mais. Alguém da cidade ele consiga se planejar melhor, mas o turista talvez precise desse tempo de deslocamento, de refeição, o horário da atração principal. É o coco que vai ser a atração principal, vai para o palco principal, que horas vai ser isso? Também não sei como resolver isso. Quando o turista for a Arcoverde ele possa escolher, mas também há de ter o cuidado com isso para frente. Também observei que não sei onde aconteceu, não recordo de ter ido na programação dos desfiles que envolveu o pessoal do coco. Eu só ouvi falar. Não sei se todos os lugares eram pertos. Quando a gente visita, a gente precisa fazer um recorte. Pode pesar para a gente. Talvez o espaço circular dos empreendedores na praça acho que precisava de mais pontos de descanso ou bancos.

Vi uma dificuldade lá quando a gente tentou fazer uma compra. Internet e pix para comprar por conta de questão de eles estarem aptos para os vários tipos de compras. cartão, pix. Quem é que está aqui. O outro saiu. Uma coisa muito rápida porque também segura 8 dias. As pessoas já estavam aí. Não sei se reduzir para 3 dias ou 5 dias. Diminuiria o cansaço dos empreendedores. Tipo grandes feiras nas capitais. Quando precisava se alimentar, a gente perdia a programação. A hora da roda de negócios foi a coisa mais linda que eu já vi, porque vocês mostraram todas as pessoas que vocês conseguiram convidar, as formas de apresentação dos grupos, eles tocaram pela emoção, isso deve ser contínuo. Talvez tenha faltado mais, vimos só dois grupos neste dia, mas foi importante eles terem falado. A gente fez um passeio na casa da mestra, na manhã anterior, quando ela chegou para falar, parte das informações a gente já tinha. O roteiro que vocês colocaram, tanto os turistas, quanto a rota dos cocos, na rodada de negócios conheceu outros dois mestres. Se tinha oito, era para os oito estarem presentes. Qual teria condições de viajar. Foi muito interessante porque eles nos tocaram pela emoção. Até os grupos cênicos, mostraram seus sons, imagens, entregaram seu material. Já fui em outras rodas e é bem tenso. As pessoas não ficam à vontade. Mas eles ficaram bem à vontade. Foi bem interessante para quem está pensando em pauta e programações. Eu fui com o olhar que grupo de coco eu vou

olhar e fazer conexão, mas vi também para projetos nossos em artes cênicas, dança, espaço fechado, não só para o coco, mas para todos os produtos da região.

4. Quais as potências que você enxerga para a continuação desse projeto nos próximos anos?

Eu acho que sempre mesmo deixar como protagonistas os grupos de coco, o giro que é feira, as atrações que fazem as conexões, porque quando você coloca ali outra música, isso atrai outro público e aí dá mais corpo para o festival de coco, não é só os seis ou oito grupos de coco, tem tudo que a cidade pode oferecer. Essas atrações devem sempre constar na programação. Atividades cênicas, também. Eles desenvolvem outras participações em outros grupos. A cena gastronômica, acho que ela é muito significativa porque ela envolve o setor da gastronomia que normalmente quando a gente pensa num festival de teatro, de coco, a gente pensa nos produtos de cultura e não pensa nestes outros setores e aí eu acredito que para o futuro essas outras cenas também tenham espaço junto com o coco porque vai dar mais corpo, quando você vai para a cidade você não vai exclusivamente ver uma coisa, você quer ver tudo de potência que a cidade tem para lhe dar. Aquele espaço da estação da cultura pode ser explorado por vocês, também. Acho que pode fazer uma parceria com os artistas, os artistas já são muito próximos do Sesc e isso é muito bacana. Vi como as pessoas aderiram a questão da literatura. A estação é um grande cenário para outras festividades também. O festival está em múltiplos lugares. Ali ficar sob a responsabilidade deles. Polo para ações formativas e noturnas no teatro, circo de rua ou faz as rodas, ver se a prefeitura vai concluir as reformas e conecta todo mundo. achei muito interessante a conexão de todos os atores da cidade. Sai com 30 nomes de artistas.

5. Quais os desafios que você enxerga para a continuação desse projeto nos próximos anos?

O que é muito desafiador eu acho que vai ser atrair mais investidores. A partir do momento que esse projeto cresce, vamos precisar ter mais investimentos na rede hoteleira. Fico imaginando mais gente indo para lá, ter mais hotel, ter mais restaurante conectado, vai precisar ampliar isso. Acho que o grande desafio para vocês é atrair mais investidores para o projeto. No giro, ter outras empresas participando, uma empresa de turismo que possa vender outros atrativos. Acho que tem que ter mais investidores para ter mais visibilidade, mais divulgação. Divulgação nacional. Muitas pessoas irem para lá. O grande desafio é que ele vá para uma praça maior, outros empresários que possam contribuir com os diversos segmentos. Dentro desse giro, o festival das comidas da região. E aí eu acho que o grande desafio é isso. Divulgação, mais investidores, atrair mais turistas para o período do festival estarem na cidade e também das outras rotas que podem usufruir.

Ver outros espaços quando crescer e as pessoas forem visitar. O Sesc vai ter que ver.

- FIM -

ENTREVISTADO: SR. IZAIAS TRAJANO

COORDENADOR DE ECONOMIA CRIATIVA - SESC PERNAMBUCO

DATA: 24/11/2023

1. Como você observa a evolução do conceito do projeto desde a sua criação a esta última edição em 2023?

A gente teve um aprofundamento muito grande no trato direto com os realizadores, com os agentes. Percebo de início que a gente começou dialogando, aproximando, buscando estabelecer esse laço, essa ponte, e isso foi se solidificando ao longo das ações e isso foi maturando para um processo de avaliação da participação de todos. Eles estão bem empoderados, as pessoas estão muito apropriadas das discussões, das ações, elas se sentem, a gente percebe, muito à vontade para chegar e sair e interferir e isso é um indicativo muito forte que a gente está fazendo uma escuta aproximada, que a gente não está sendo disruptivo demais no cotidiano e na lógica de condução da atuação dos grupos, do dia a dia da comunidade.

Para além disso, o pertencimento da comunidade também. A gente percebe que mais e mais pessoas e empreendimentos, mais agentes estão entendendo o movimento do festival, o que ele está proporcionando na cidade e essas reverberações ao longo do período da realização. A gente vê que de alguma forma os mecanismos estão se arranjando, se organizando, para poder receber o festival, para poder fazer acontecer. O sentimento de pertencimento na cidade tem sido bem notório e é algo que a gente sempre buscou desde o início que fosse algo que as pessoas quisessem tocar, que a cidade, os grupos, o ecossistema quisessem levar para frente e não que estivesse sendo puxado, que eles tivessem vontade de levar adiante.

Então são essas duas coisas que mais evoluiu para mim, a participação dos agentes e o pertencimento coletivo da comunidade. A gente sabe que tem muita coisa para melhorar, mas a gente percebe que evoluiu bastante. Que não é um projeto do Sesc e pronto.

2. Quais os pontos do projeto até agora que você pode apontar como potências e desafios para as próximas edições?

Potências - Uma potência que eu percebo pelo que é mais notório assim é a equipe que vem conduzindo o processo como um todo é uma equipe muito engajada, muito forte e que tem muito interesse em fazer a coisa acontecer de forma coletiva, não só a equipe do Sesc, mas as pessoas que se engajam para fazer a produção, desde os grupos que estão se organizando para receber as pessoas em casa, o pessoal que estava fazendo a organização do palco, a virada do palco, a equipe de produção do palco, não tivemos dor de cabeça de nada do que acontecia, de backstage, do palco, que eles estavam bem organizados, fazendo tudo no bastidor para que acontecesse tudo

bem. A gente conseguiu mobilizar além da nossa equipe da unidade, com a colaboração do pessoal da sede, mas também as pessoas que estão se mobilizando juntos. Isso é uma potência do projeto. Fora isso a capacidade que ele tem de gerar essa visibilidade para o território. Ele é um projeto por ser identitário ele joga uma luz para algo que é muito particular de Arcoverde, muito particular para o que é daquela cidade, daquela comunidade. A gente sabe que os grupos fazem seus festivais, seus ensaios, mas é algo que por mais que seja um circuito, ainda fica muito isolado e o festival junta todos esses processos que vão acontecendo ao longo do ano e traz toda essa efervescência, de trazer mais luz para o território, mais luz para o samba de coco. A gente realmente tem uma joia para fazer para que mais pessoas possam acontecer sobre essas manifestações.

Sobre os desafios - diria que o maior desafio que a gente enfrenta hoje é a gente ter mais estruturação sistemática na condução da produção do evento como um todo, mas também do próprio processo curatorial. Os grupos são muito presentes na seleção das programações, nas seleções dos grupos que vão estar, na curadoria do que vão estar tocando, mobilizam muito o pessoal que o festival é do Nordeste, então eles têm essa capilaridade de Network com o grupo em mestres e mestras de outros estados e eles colaboram muito, mas a gente percebe que eles ficam um pouco deslocados até certo ponto porque a gente precisa trazer para cidade algumas respostas de público, no processo em si, mas a gente acaba enviesando um pouco a curadoria, fazendo com que a gente caia em lugares comuns do que são festas de rua mesmo, como é São João, como é Carnaval. A proposta do festival não é isso. A proposta é promover diálogos, mesmo que as pessoas que estão se apresentando, mesmo que não seja ligado ao coco, a gente promova contatos. Esse ano a gente conseguiu de forma muito interessante com a participação do Spok. A gente já tinha uma aproximação de Spok com o samba de coco e foi muito tranquilo, fazer um mestre fazendo uma participação com ele no palco, mas a gente conseguiu fazer uma oficina, onde ele pôde falar com a comunidade e trazer alguns questionamentos, promover essa integração maior e era uma coisa que a gente queria fazer mais grupos, com Petrúcio Amorim, Cezzinha, Lirinha, mas por estas questões de não conseguir fechar esse processo de produção em tempo hábil a gente não conseguiu trazer Petrúcio ir visitar os mestres, trazer uma fala, ter um desdobramento com relação a isso, trazer uma apresentação com os grupos porque isso ajuda, quando a gente quer fortalecer essas expressões, quando a gente tem no palco de um artista bem posicionado um mestre isso traz uma chancela, para quem é da cidade, ver, a pessoa que é feirante e compro uma fruta está ali em lugar de destaque junto com um artista que eu conheço há muito tempo. Dá uma visibilidade. Até hoje eu como músico eu coloco no meu currículo que eu dividi palco com Nando Cordel. Isso dá uma chancela forte. A gente quer promover estas

questões, mas para isso precisa ter uma produção mais robusta, um tempo mais focado para dialogar com esses artistas com antecedência e fazer esses atravessamentos. Para que não fique um recorte de coco e um recorte do artista que vai trazer público.

Fora isso tem a questão de mobilização de mais parceria estamos buscando fortalecer mais. O poder público principalmente. Nos mostraram que eles querem estar mais próximos desde o início da produção. A Adepe disse que quando começarem a conversar sobre o festival, chama a gente. A gente ir se mobilizando para chamar os parceiros com mais antecedência. Conseguir encaixar essa agenda dentro do cotidiano avassalador que a gente tem.

3. Que mudanças você percebe nos grupos de coco antes do projeto e depois destas três edições?

Uma mudança mais evidente é a questão da aproximação que eles tiveram uns com os outros, pelo projeto ter essa característica de reunir todos, colocá-los frente a frente, fazer com que eles dialoguem, façam acordos, tomem decisões conjuntas. Isso ajudou a fortalecer o respeito um pelo outro. A gente vê que o grupo tem um processo mais suave hoje em dia. A gente sabe que havia uma realidade de divisão, disputa, concorrência, que não era necessário ter, mas tinham pelos processos que viveram. A gente como agente externo, se colocar como mediador, ajudou a aparar algumas arestas, e se juntar.

Outro ponto é a questão da profissionalização mesmo. O fortalecimento da visão dos grupos enquanto um produto em si e que pode ser qualificado o tempo todo e que a gente vê evoluções muito significativas, como por exemplo no trato com a técnica de palco, a produção de palco, eles têm muito mais facilidade e propriedade para chegar a um técnico de produtor, aqui tá vindo muito agudo, muito grave, falar da luz, faz um foco aqui. Porque eles passaram por um processo de qualificação de como se colocar. Esse processo de formalização. Hoje em dia não tem problema e outros regionais inclusive quando contratam os grupos para contratarem em outros lugares, que maravilha, entrei em contato com os grupos de tradição de coco e não tive problema nenhuma para fazer um processo de contratação. Eles têm tudo, respondem de forma célere, tranquila. Isso é uma coisa que o hub veio atacar diretamente.

Uma das mudanças que a gente percebe também para que as coisas não fiquem muito formatadas demais. A gente teve uma experiência de visita no museu das irmãs Lopes, que a gente levou os curadores e o grupo da rota dos cocos e essa visita foi muito num formato de pocket show. Foi menos um momento de visita na casa dessa manifestação, mas uma aula espetáculo dentro do espaço deles. É algo que fica formatadinho demais, não é algo orgânico. A gente tem que ter cuidado com isso, porque, por mais interesse que a gente tenha de colaborar, de profissionalizar, ao mesmo tempo a gente tem que preservar a existência, que dão sentido à existência do grupo.

Um momento de vivência, a gente precisa manter um pouco mais ileso, não deixar que aquilo se desconfigure tanto e vem a questão da nossa sensibilidade de balancear isso.

4. Você consegue identificar alguma transformação cultural, social e econômica depois desse projeto? Se sim, quais? (Exemplos: alguma inovação no coco? articulação/atuação em rede/maior sentimento de pertença do ritmo? efeito na renda dos coquistas ou do entorno)?

Sim. A gente consegue perceber esse sentimento de pertença da comunidade tem aflorado muito. A gente tem o indicador das rádios estarem tocando as músicas do coco, tem retornado, tinha se perdido mais, e o fato de isso está acontecendo é muito significativo porque a rádio no interior é muito forte no interior. E quando você tem uma expressão local adentrando estes espaços é algo que faz com que a gente perceba a comunidade se colocando no mundo. A rádio é um mecanismo de fazer você se conectar com o que tem de fora, o que está mais distante, se captar com outras influências. E quando um grupo local está num processo de divulgação com sua música sendo executada na rádio faz com que a pessoa consciente ou inconscientemente posicione o grupo neste mundo. Está tocando Roberto Carlos e Mestre Assis. Então tem a mesma importância e esse sentimento de pertença tem crescido muito por isso.

Sobre as interações de geração de renda isso é muito notório. A gente percebe uma qualificação muito grande ofertados pelos grupos como pelos demais agentes locais, a nossa feira realizada este ano teve um crescimento enorme com vários produtos e isso gerou um impacto muito massa na renda local. Restaurantes se engajaram muito fortemente na cena gastronômica a gente tinha pessoas vindo visitar para Arcoverde e eu vou conhecer o prato de tal ou qual restaurante e eles estavam diretamente divulgando o festival e retroalimentando. Mesmo tempo que estavam levando pessoas para lá e fortalecendo a imagem do festival. Fizemos esse levantamento de impacto financeiro e faturamento e tudo e vai mostrando que sim já é possível perceber essa movimentação. O setor hoteleiro não tem nem o que falar. Foi difícil achar quarto para alojar as equipes. Além das pessoas estarem participando diretamente, mobilizou o turismo local, a realização da rota do coco trouxe agentes para conhecer estes espaços. É mais dinheiro circulando também no comércio local. Alguém que vai no supermercado comprar uma garrafa d'água ela só comprou porque veio ver o festival, veio ver o grupo de coco e isso ajuda os grupos para conseguirem patrocínio para as suas próprias ações para estarem dialogando melhor com seus pares e com os comerciantes locais. É possível sim perceber várias mudanças e crescimentos. Os grupos têm circulado muito graças a esses intercâmbios. Quando a gente traz um grupo de alagoas para cá inconscientemente eles ficam com esse sentimento de dívida e eles se sentem na obrigação de levar para lá também e isso colabora para que os grupos alcem outros

voos. Inclusive o grupo Raízes estavam viajando já com articulação com outro estado na Paraíba, coisas que a gente também articulou. Essas mudanças são bem notórias assim.

- FIM -

ENTREVISTADA: SRA. JANICE SOARES

SECRETÁRIA DE DESENVOLVIMENTO ECONOMICO DE ARCOVERDE

DATA: 1/12/2023

1. Quais suas percepções sobre o Festival Sesc de Economia Criativa: Na Pisada dos Cocos do Nordeste, realizado neste mês, em Arcoverde-PE? (culturais, sociais e econômicas)

Primeiro lugar achei muito pertinente trazer a realidade como tema a pisada dos cocos do nordeste porque essa é uma tradição o muito forte na nossa região e eu vi esse tema como muito pertinente, até porque para Arcoverde o coco é uma referência e a gente poder trazer coco e experiências que tivemos nas casas do mestre, fez com que o coco entendesse a dinâmica de outros grupos e transmitir a experiência deles.

2. Que conexões o festival estabeleceu e pode estabelecer com a instituição em que você atua? (Exemplos: parcerias realizadas, possíveis trabalhos que podem acontecer após o festival)

O olhar do desenvolvimento econômico sempre é um olhar bem distinto. O turismo é uma fonte que move a economia muito positivamente no mundo inteiro. A secretaria de desenvolvimento econômico tem procurado apoiar no que for possível, porque quanto mais pessoas possam ver nossa cidade e conhecer o samba de coco gera mais turistas, além também que é bom para a nossa própria cidade conhecer a nossa cultura. A sedec tem sido parceira. A gente tem procurado estar juntos, buscando capacitação para eles, de aperfeiçoar, de levá-los para mais longe, tirar um pouco daquele círculo de convivência entre eles só, os, grupos, sempre que o Sesc nos procura a gente sempre ajuda a expandir mais ainda os cocos para levá-los adiante.

3. Que sugestões você daria para o festival para 2024?

Eu observo que a economia criativa ela tem sido um diferencial muito grande na economia. A gente destaca a cultura, a música e o artesanato como a fonte de economia, no âmbito da economia criativa, a gente observa que estes três setores são o que mais movimentam a renda, é quem mais agrega ao financeiro, é quem mais gera a renda.

No festival de economia criativa, eu estive visitando e o poder, não sei o volume de vendas, mas escutando as artesãs que estavam lá, que a gente tem uma ação muito positiva, nós coletamos algumas informações. Elas falaram que o volume de vendas foi muito significativo. Acho o festival muito positivo a gente deveria buscar agregar mais atores, de artesanato, da música, da cultura, temos uma expressão muito forte e precisamos buscar e fortalecer essas pessoas. Tirar do foco que é uma feirinha, não. É um festival para você ir lá mostrar seu potencial econômico

para trazer para a cultura a força econômica que a cultura tem. Agregando a Secretaria de Desenvolvimento Econômico.

4. Quais as potências que você enxerga para a continuação desse projeto nos próximos anos?

O potencial da cidade é grande e acho que a gente como identifica o poder forte de artesanato, de música e da cultura essas potências precisam ser mais buscadas. É o que eu vejo.

5. Quais os desafios que você enxerga para a continuação desse projeto nos próximos anos?

Enxergo como desafio que primeiro é fazer as pessoas conhecerem o que é economia criativa, porque às vezes a gente acha que economia só é tipo comércio informal, algo por aí, e a economia criativa ela é uma coisa nova na sociedade e que tem uma força econômica muito grande. O tema precisa ser mais levado às escolas, às associações, ao comércio. Nós atores precisamos entender mais o que é economia criativa, para valorizar, reconhecer. Aqui a gente tem a feira do empreendedor de Arcoverde e o segmento que a gente está vivenciando é artesanato e doces e artesanatos e é impressionante como elas têm o poder de gerar renda à sua arte. Elas vendem na feira não só o produto físico acabado, mas elas aceitam encomenda, a publicidade, elas ganham seguidores, e aí, em contrapartida, a gente tem várias ações de capacitar elas, cada vez mais, a gente teve parceria agora com o Senac para trazer um curso de precificação, a gente está trazendo uma formação para ela de poder de vendas nas redes sociais.

O que a gente tem enquanto atores e situações a gente precisa fazer com que as pessoas entendam o que é economia criativa. A própria sociedade entender.

- FIM -

ENTREVISTADA: SRA. JOSENILDA DE SOUZA CHAVES

COORDENADORA DE LOJAS E CAPTAÇÃO DA DIRETORIA DE ECONOMIA CRIATIVA DA ADEPE - DATA: 23/11/2023

Carreta do artesanato. Tenta contemplar o maior número de artesãos. maior número de municípios. Tenta contemplar do litoral ao sertão. A gente tenta. O que acontece: além de contemplar os artesãos do centro de artesanato, a gente contempla os artesãos dos municípios que somos convidados. Lá participou uma associação com 27 associados. Levamos várias tipologias, cerâmica, fios, biscuits, madeira, palha, tenta levar o mais diversos do nosso artesanato. Elas venderam dentro da loja. Separa um espaço dentro da loja itinerante. Um espaço para os nossos artesãos do centro e o pessoal do município. curadoria é com eles. Tudo é com eles. A gente pede para que o município faça isso também. Foi o Sesc.

A gente faz uma pesquisa de quanto ele vendeu e o que ele vendeu. No momento não está autorizada a divulgar esses dados. Posso pedir e passar. Indicadores econômicos, sociais, associação.

Chegamos lá dia 8 e saímos dia 13 de novembro. A carreta funcionou das 17h às 22h30.

O horário estava de acordo com a programação. Não valeria a pena abrir à 10h da manhã. Uma cidade muito ensolarada. Mesmo com ar-condicionado e não tinha público. Acredito que a loja tem que acompanhar de fato o público do evento. às 17h foi perfeito.

O objetivo foi alcançado. Passaram pela Unidade móvel, estive presente, vi que não foi assinado. Mas a gente teve mais de 4.000 visitantes. É um público muito bom. As vendas do centro de artesanato não têm muitas vendas. Tem visitantes e divulgação. Tem evento que não chega a 1.000 pessoas.

Eu até tentei conversar com a pessoa da associação. Ainda está uma gama muito grande de trabalho manual. Não valeria a pena porque não ia se enquadrar. Ia ser uma frustração muito grande. Muito trabalho manual. Porque não trabalha o crochê. O patchwork abrir uma parceria com o Sebrae para abrir algum leque. Não estão preparados.

Teve noite que a gente ficou até 23h30 porque tinha muita gente que queria entrar.

Serve mais como articuladora.

1. Quais suas percepções sobre o Festival Sesc de Economia Criativa: Na Pisada dos Cocos do Nordeste, realizado neste mês, em Arcoverde-PE? (culturais, sociais e econômicas)

O cultural - achei que em termos de atração foi muito bom, mas precisa ser mais divulgado. Achei que a divulgação deveria ter sido maior. Eu estava lá, participando dentro do festival, eu precisei pedir, eu só soube das informações porque eu tinha as informações privilegiadas das

meninas que estavam comigo. O meu colaborador se não desse acesso a ele, ele não teria. Maior divulgação do festival. O público não sei te falar muito porque é uma região que não conheço, mas economicamente o meu tíquete lá foi em torno de R\$ 30,00 não sei se é bom ou ruim. É um tíquete pequeno. O meu tíquete na unidade móvel é em torno de R\$ 50,00. Apesar de eu ter tido vendas boas, foi um valor bom de vendas. O fluxo foi grande. Em torno de quatro dias, em torno de R\$ 3.000,00, não é pouco, é um número pequeno, mas não é pouco. Tem caso de ser R\$ 800,00. Papel social. Só do centro de artesanato.

Econômico - o aspecto econômico só mensuro o poder econômico pelo tíquete. Para a cidade, o festival pode ter sido uma coisa boa porque tinha muita gente circulando.

2. Que conexões o festival estabeleceu e pode estabelecer com a instituição em que você atua? (Exemplos: parcerias realizadas, possíveis trabalhos que podem acontecer após o festival)

Ele pode fomentar tanto parcerias de fazer negócios com artesãos, como o próprio negócio de outros produtores, como clientes que possam intervir diretamente com o artesão. Ele pode não comprar naquele momento, mas de repente ele pode entrar em contato com o parceiro. A unidade está como meio e ser o fim para o artesão. Pode ser uma vitrine, pode trazer negócios. Pode trazer rodadas de negócios posterior. Pode levar o parceiro para lá também. Pode pensar isso depois.

3. Que sugestões você daria para o festival para 2024?

Eu daria sugestão de divulgação. Divulgação e naquela linha que foram os estandes de venda, vi o seguinte, que ali a gente poderia ter uma curadoria melhor e uma diversidade melhor de venda de tudo. Achei que a gente não teve diversidade em nada. Eu não entendi o que foi a venda ali. Eu vi renascença, não vi artesanato, vi pedra, não conversou os estandes. (AD Diper pode ajudar). Um formato melhor dos estandes. Vi de tudo e não vi nada. Não vi artesanato. Não tinha conversado nada com nada. Vi uma comida muito longe que não se casava com a cultura de vocês. Não tinha nada que remetesse ao local. Era muito interessante que tentasse fazer algo que remetesse que conversasse com a cidade também. Os estandes pudessem um conversar com o outro. Fazer pesquisa para saber de onde está vindo esse público.

Divulgação - Outdoor.

O próprio centro - porque não foi para o festival de economia criativa. São João está na televisão. Por que não colocou aqui divulgando? O que o festival quer trazer para a cidade? Fazer o que o cliente compre antes o que atenda ao festival. O objetivo não é a unidade móvel vender mais, a unidade está ali para ser um atrativo. Ela tem que vender, sim, mas Arcoverde tem que vender melhor. Arcoverde não tem um artesanato forte. Cidades vizinhas. Buíque tem artesão que tem

nome no Brasil e que expõe fora do Brasil. Estava com representatividade de Buíque. Ele precisava estar lá fora como atrativo do festival. Ele ia trazer. As rendeiras de pesqueira. Poderiam estar mostrando e assim vinha mais gente. Uma coisa não conversava com a outra.

4. Quais as potências que você enxerga para a continuação desse projeto nos próximos anos?

O público que tem. É um público muito bom. tem que desenvolver esse público. Com o público que vocês levam, vocês têm que criar algum fomento que a economia vá levar para lá. Esse dinheiro gere renda para circular ali dentro de Arcoverde. Não só no festival, mas durante todos os dias. Faça alguma coisa que o público rode. Gire. Durante todo o dia. Ele não está ali só à noite. Junto com o festival, estava acontecendo um congresso de alguma coisa em Arcoverde. Poderia atrair esse público.

5. Quais os desafios que você enxerga para a continuação desse projeto nos próximos anos?

É qualificar todo o pessoal que faz parte do festival. Quem vai expor, quem vai vender a comida, quem vai fazer o atendimento. O desafio é esse.

Dando recursos para qualificar o pessoal. Fazer isso de uma forma procurando as secretarias, de desenvolvimento, FUNDARPE. Pode ajudar.

- FIM -

ENTREVISTADA: SRA. JULIANA CAVALCANTI

SECRETÁRIA DE CULTURA DE ARCOVERDE - DATA: 23/11/2023

1. Quais suas percepções sobre o Festival Sesc de Economia Criativa: Na Pisada dos Cocos do Nordeste, realizado neste mês, em Arcoverde-PE? (culturais, sociais e econômicas)

O festival de economia criativa ele vem para sanar uma questão que é bem fragilizada aqui em Arcoverde que é a monetização da cultura, mais especificamente dentro das vivências dos sambas de coco. Pensar para além do aspecto cultural, levando em consideração financeiramente não para o mercado, mas para os próprios grupos, para eles verem que eles podem receber recursos. Vários integrantes têm a atividade cultural como secundária, tendo outro emprego, seja fazendo faxina ou uma série de outras demandas. O processo formativo do festival, dizendo que a atividade artística pode ser sim a atividade que vai trazer a dignidade financeira é muito grandioso, é muito necessário. Os grupos já têm noção de como empreender, mas o festival traz essa junção de ensino para que se veja novas possibilidades de ter o samba de coco como atividade fim, que vai gerar o recurso para viver.

Quando a gente vê os aspectos sociais pra Arcoverde, ver o samba de coco como um festival grande, que chegue na praça da cidade, a cidade reconhece que por mais que outros artistas estão compondo a grade, os grandes homenageados são os artistas dos samba de coco. Para a autoestima, para que a cidade se reconheça como a terra do samba de coco, que tem em seus mestres e mestras esse reconhecimento.

Econômico - Várias possibilidades de beneficiamento de toda a cadeia produtiva da economia criativa de Arcoverde. Tem coco, mas já leva as bandas de pífano, as artesãs, os artistas da gastronomia, da culinária. Tem muita força. Sem falar nos empregos indiretos. Gera empregos para os técnicos, produtores, para toda a cadeia de produção cultural que faz com que possa as formações possibilitam fortalecem a estada no mercado de trabalho dos bens culturais. Aí as rodadas de negócios fazem com que Arcoverde sejam vitrine que os grupos possam vender seus produtos culturais. Vejo nisso uma série de possibilidades.

Aí alcança não só quem está envolvido diretamente, alcança a rede hoteleira, os restaurantes, quando os representantes das produtoras, das redes do hub criativo traz a possibilidade que Arcoverde seja vitrine não só individualmente, mas coletivamente por toda sua produção.

2. Que conexões o festival estabeleceu e pode estabelecer com a instituição em que você atua? (Exemplos: parcerias realizadas, possíveis trabalhos que podem acontecer após o festival)

A gente no festival não só enquanto parceiros e parceiras, mas posso começar dizendo que o Sesc para Arcoverde ele sempre. Arcoverde é Arcoverde porque tem o Sesc há tanto tempo. O festival chega para brindar e fortalecer o papel do Sesc na cidade. É uma cidade que já cresceu artisticamente devido à presença do Sesc. O festival ele chega como esse grande estudo coletivo que houve, tanto do Sesc, da prefeitura, das outras intuições, se hoje a gente tem uma linguagem genuinamente artística em Arcoverde é o samba de coco, porque a gente consegue contar a história de Arcoverde e consegue contar o percurso e a trilha da resistência. A força dos mestres e das mestras de samba de coco. O festival para Arcoverde e aí eu incluo a prefeitura, ele é a apoteose dessa vivência. Embora o nosso São João tenha o polo para eles, que é feita a resistência, o festival traz esse algo a mais, que dá nome, que blinda o samba de coco essa grande manifestação cultural de Arcoverde. Sem o Sesc, ia demorar muito mais tempo, mas ia acontecer. A própria caminhada da cidade, clamou que houvesse esse festival e o Sesc de pronto escuta o clamor da cidade de promove um festival desse porte.

Tem ação no festival como mestre as mestra nas escolas que é um projeto da prefeitura que a educação em artes, a educação cultural e artística seja feita desta maneira. Ninguém melhor dos mestres e das mestras para explicar quem nós somos. Isso é uma demonstração bem bonita do que o festival pretende. Para além do evento, para além do show, seja com a secretaria de cultura, estudo técnico, com educação, montagem das negociações, FUNDARPE, outras vias do estado. O município se conecta tecnicamente com seus equipamentos e articulações que ele seja maior e cada vez mais potente.

3. Que sugestões você daria para o festival para 2024?

Eu gosto e acho que ele tem muito mais força que ele tem externa. Ele é muito do povo na rua. Acho que dentro do Sesc ou a gente muda a estratégia de divulgação e acesso ou leva mais para os terreiros dos mestres. As sedes dos grupos. Quando ele é na praça ele ganha uma força que faz com que ele seja de muito mais proximidade. Ele alcança mais a cidade.

Também sugiro que as rodas de conversa elas tenham uma - as que foram com artistas da cidade até alcançaram mais o público da cidade - quando o mediador é da cidade, já carrega consigo, mais participantes, mas acredito que as rodas de conversa com pessoas do nacional elas têm atingido muito pouco as pessoas da cidade, não sei qual é a dificuldade. Normalmente, a plateia somos nós da prefeitura ou do Sesc. Se incluir as pessoas da cidade, teria mais gente. Ou o

pessoal do grupo, fazer o acordo, para eles poderem ir. porque muitas vezes as pessoas não estão presentes.

4. Quais as potências que você enxerga para a continuação desse projeto nos próximos anos?

O festival ele brilhantemente traz luz para uma coisa que é bem importante para Arcoverde que é o samba de Arcoverde não só como show, mas como identidade do povo de Arcoverde. Algumas formações levando para a faculdade, levando para outras escolas do ensino médio. Acho que é o grande caminho. Quando falo que a gente precisa alcançar outros públicos. Os que já estão conosco, já são nossos. Precisamos conquistar outros lugares. Nós temos uma faculdade de formação de professores e professoras. Se a gente fizesse algo que fizesse trabalho de conclusão o de curso sobre o próprio grupo de samba de coco. A gente inicia uma outra forma de registro se a gente faz isso. Uma coisa bacana foi o lançamento do livro de Márcia Moura. A gente vai entender a grandeza do livro. Pode ser que não entendamos hoje, mas vamos entender porque é o primeiro registro oficial, lançado por uma instituição com muito prestígio que vai oficializar, quando uma professora for dar uma aula do samba de coco ela vai poder conhecer os mestres e mestras de samba de coco por um livro credibilizado por uma educadora da cidade e pelo selo do Sesc. Todo ano poderíamos estudar obras desse tipo porque é o coco falando sobre si. Esse foi um dos pontos muito importantes e tirar um método o próprio festival de lançar obras que tenham. Não só em Arcoverde, mas no hub todo. A gente não se perca nisso. Acho que cada vez mais a valorização até financeira mesmo dos próprios mestres e mestras e dos próprios grupos.

5. Quais os desafios que você enxerga para a continuação desse projeto nos próximos anos?

Pode pensar em estratégias mais eficientes de busca de financiamentos. É um projeto incrível que super acessa áreas importantes da cidade, mas acho que a iniciativa privada e outras estruturas podem estar chegando para esse fortalecimento para que cada vez ele seja mais potente. Talvez seja um olhar até mais de perto.

Outro desafio é fazer com que ele chegue em lugares novos da cidade. Seja periferia, seja universidade, seja sala de aula, onde estão produzindo os trabalhos científicos, onde estão discutindo a cultura e suas diversas possibilidades para não pregar para quem já é batizado.

- FIM -

ENTREVISTADO: KLEBER ARAÚJO

VICE-PRESIDENTE DA - COCAR

É uma associação de fins culturais, sem fins lucrativos, que atua na região desde 2009, faz muitas parcerias com o Sesc, parceiro relevante e estratégico. Sou um dos diretores mais atuantes da entidade. Participo de todas as tomadas de decisão e eventos.

Perguntas semiestruturadas para entes parceiros:

1. Quais suas percepções sobre o Festival Sesc de Economia Criativa: Na Pisada dos Cocos do Nordeste, realizado neste mês, em Arcoverde-PE? (culturais, sociais e econômicas)

Cultural - A gente vê como um evento de grande importância para a nossa região, além de ter a possibilidade de os artistas se apresentarem, de gerar renda, tem também um viés formativo muito importante. Tivemos momentos de grande aprendizado, inclusive com produtores de outros estados e do recife, isso do segmento da música, que é o que eu atuo mais fortemente. outra vertente que eu achei muito interessante, foi a troca de saberes, dos grupos mais jovens com os mestres, inclusive eu medieei um momento desse e foi muito interessante.

O econômico - é inegável, os artesãos, os que mexem com economia criativa, na praça eu só pude participar no último domingo, mas conversei com pessoas com estabelecimento de gastronomia e artesanato e disseram que o festival foi muito positivo para eles. No momento que estamos vivendo escassez de recursos, tivemos uma excelente oportunidade de expor seus produtos e comercializá-los lá na praça. Acho que ele cumpriu o seu papel no aspecto econômico. Possivelmente teve essa capacitação de empreendedorismo. Isso impulsiona os negócios e ajuda a estruturar que as pessoas tenham uma visão de negócio mais eficiente.

Questão social - não sou especialista, mas diria que a grande interação que houve na praça e nos eventos descentralizados nas escolas e no próprio Sesc favoreceu o convívio das pessoas e empoderou bastante os grupos de samba de coco que são grupos periféricos e, de repente, aquelas pessoas, e os outros participantes, a praça, a feira era o grande ponto de destaque da cidade, isso tem uma relevância enorme. Não é só aquela brincadeira de terreiro, que eles sintam que têm potencial para mostrar sua arte do mundo e que aquela sua atividade é importante para o contexto social que eles vivem. Vejo como mérito do festival esse aspecto social.

2. Que conexões o festival estabeleceu e pode estabelecer com a instituição em que você atua? (Exemplos: parcerias realizadas, possíveis trabalhos que podem acontecer após o festival)

A gente tem um projeto que se chama Mama - Movimento Arcoverdense de Música Autoral - que reúne uma parte dos compositores que atuam em Arcoverde aqui no Sertão e nós tivemos dois momentos que foram muito importantes. Que foi o contato com os produtores culturais. Tivemos o contato com a Tratore, de nível nacional, nós levamos os artistas para lá num debate de alto nível e com certeza firmou essa conexão entre o Sesc, a Tratore e os integrantes do movimento, do MAMA. Trouxe bastante esclarecimentos, experiências. Outro momento muito forte foi uma rodada de negócios no campo musical, mandamos representantes, mandamos portfólios dos artistas, já houve contatos posteriores com os curadores que estavam nesta roda de negócios, abriu oportunidades. De repente, a gente que está vivendo neste mundo interiorano, apesar dos recursos tecnológicos que existem hoje, mas o olho no olho ainda faz a diferença. E no momento que houve essa apresentação, já houve contato. Vamos estar atentos para algumas demandas que os produtores disseram que eram importantes nas nossas páginas como as redes sociais, portfólios para lidar com nosso público. Necessidades. É coisa que alertou para que a gente possa melhorar. Otimizar os recursos.

Pessoas que têm relevância nesse segmento passaram a nos seguir que foi resposta a uma ação do festival.

Diretamente, a parceria foi neste ano. Na edição anterior, participamos em alguns momentos. Como parceiros com recursos materiais e uma pessoa para participar foi a primeira experiência. Isso é importante, porque na próxima sexta-feira a gente vai fazer um concerto com esses artistas. Não é uma parceria pontual, são ações que a gente tem feito com o Sesc ao longo do ano, no Teatro Geraldo Barros.

3. Que sugestões você daria para o festival para 2024?

Foi tudo tão bacana. Nem pensei assim. Uma sugestão que eu daria, é o seguinte: Arcoverde é uma cidade que tem uma diversidade cultural muito grande, e o festival tem um foco maior no samba de coco. Não sei se é uma estratégia de longo prazo, mas na minha opinião, outras linguagens poderiam ter participação. Sabemos que o samba de coco é muito relevante, mas há outras cenas que precisam ser valorizadas num contexto desse. E, apesar de ter sido feito um esforço muito grande na divulgação do festival, inclusive participei de um grupo de WhatsApp que fazia essa divulgação, mas se pudesse fazer com um pouco mais de antecedência e também fazer prévias para que desse mais clima para o evento. A título de sugestão a comunicação pudesse melhorar um pouco neste sentido. Envolver a periferia de uma forma mais intensa.

4. Quais as potências que você enxerga para a continuação desse projeto nos próximos anos?

O festival ele está consolidado como um evento não só de Arcoverde, mas de regional, tanto é que vieram pessoas de várias localidades para participar, para prestigiar as atividades, mas eu vejo assim que se pode buscar ampliar o leque, buscando outras cenas. O pessoal do hip hop, da cultura popular que não só o coco, e vejo também que eventos descentralizados nas comunidades isso pode trazer uma grande repercussão do ponto de vista do festival ir cada vez mais se entranhar, se enraizar na sociedade de Arcoverde. E não ser aquele evento só na praça. Eu sei também que a coisa também depende da questão financeira e de outras questões, mas, na minha visão, ele teria esse potencial de uma capilaridade maior, talvez chegando até as comunidades rurais, com a capacitação do trabalhador rural e da trabalhadora neste aspecto da economia criativa para que eles ganhassem mais abrangência. A zona rural não é tão abrangente, mas existe uma feira numa comunidade chamada Malhada (onde vendem artesanato, produtos rurais, doces, da sua produção - ação do município, da prefeitura, tenta colocar atividades culturais e é feito com uma certa regularidade) que é justamente para o pessoal colocar os seus produtos e isso poderia ser incorporado, aproveitado numa ação do festival. Seria interessante esse enfoque rural. Existe muita necessidade de capacitação (SERTA, Fetape)

5. Quais os desafios que você enxerga para a continuação desse projeto nos próximos anos?

O desafio é manter e ampliar as ações e logicamente para que se faça isso buscar mais parceiros, seja localmente, no estado, ou até fora do estado, para que o festival se mantenha com essa força, com essa potência e com essa estrutura. Eu notei que houve uma certa dificuldade da parte financeira para se realizar. O festival foi lindo, mas houve um esforço sobre-humano da equipe do Sesc e das outras equipes em realizá-lo. O grande desafio é esse. Encontrar recursos. É um evento que a sociedade já espera. Já tem essa consolidação dentro do calendário turístico, econômico e cultural da cidade, mas que um aporte maior de recursos seria desejável no sentido que ampliasse que ele ganhasse outros espaços. É isso. Um festival desse porte com essa duração de fato ele precisa de um planejamento do ponto de vista orçamentário e aporte de recursos seja sempre priorizado. O grande desafio é buscar a parceria de modo que se mantenha e se expanda.

- FIM -

ENTREVISTADO: SR. LEONARDO SALAZAR

SECRETÁRIO EXECUTIVO DE CULTURA DO GOVERNO DO ESTADO POR WHATSAPP.

1. Quais suas percepções sobre o Festival Sesc de Economia Criativa: Na Pisada dos Cocos do Nordeste, realizado neste mês, em Arcoverde-PE? (culturais, sociais e econômicas)

Eu vi com bons olhos, achei muito positiva a iniciativa. Acho que essa foi a terceira edição se eu não me engano do festival. Acho muito positivo porque acho muito bacana, muito importante, a participação do Sesc nesta agenda da economia criativa. Acho que estava faltando o Sesc entrar nesta seara de economia criativa porque o Sesc hoje é um dos grandes contratantes dos fazedores de cultura de Pernambuco. A gente sabe que o Sesc tem uma capilaridade muito grande no estado, são 16 ou 19 unidades e Arcoverde é uma cidade muito importante do ponto de vista da cultura e a gente percebe que a cena cultural de Arcoverde ela é mais dinâmica do que em outras cidades do interior justamente por causa da presença do Sesc na cidade. O Sesc como grande fomentador do teatro, da dança, das artes visuais, da cultura popular, música, do cinema, eu acho muito positivo. Minha percepção foi essa. Muito boa e tinha esse espaço e o Sesc ocupou muito bem.

2. Que conexões o festival estabeleceu e pode estabelecer com a instituição em que você atua? (Exemplos: parcerias realizadas, possíveis trabalhos que podem acontecer após o festival)

Com relação à conexão com as instituições, com o governo do estado, a parceria se deu através da Fundarpe, estive com Rudimar e aí a Fundarpe apoiou não com dinheiro para o evento, mas contratando artistas para se apresentar no evento. Foi uma participação tímida, porque a Fundarpe está com pouco recurso, primeiro ano de uma nova gestão, tem essas dificuldades, mas foi o que pôde ser feito. Eu entrei na articulação, falei com a presidente da Fundarpe, falei com Rudimar, enfim, deu tudo certo, e para as próximas edições, acho que a gente pode ampliar a participação do governo do estado com outros órgãos como a Empetur, como a Adepe, que a economia criativa no estado está dentro da Adepe, a caixinha, ela fica dentro da Adepe, é a mesma que trabalha a Fenearte, acho que podemos articular depois, ampliar a participação do governo de Pernambuco, além da Fundarpe, trazer a Empetur e a Adepe.

3. Que sugestões você daria para o festival para 2024?

As sugestões que eu daria para as próximas edições era que não visse o festival apenas como um evento, mas como a culminância de um processo, que trabalhasse, por exemplo, existisse um

processo trabalhando os artistas, os artistas dentro das escolas, e que aí o festival seria uma culminância desse processo. É que o festival seja integrado a um planejamento que dure o ano inteiro que o festival seja a culminância desse processo, não só em Arcoverde, mas pegando a região dos municípios que abrangem a região do Sesc de Arcoverde.

4. Quais as potências que você enxerga para a continuação desse projeto nos próximos anos?

Acho que com relação as potências, o festival deve crescer seja em estrutura, seja em orçamento, em atividades, em área de abrangência, acompanhando aí a perspectiva que a gente tem aí para os próximos anos. A gente tem aí pela primeira vez nos próximos cinco anos a Lei Aldir Blanc 2 garantir dinheiro para Cultura, então os municípios vão receber recursos para Cultura. O estado vai receber dinheiro para Cultura. Então a gente vai ter aí pelo menos nos próximos cinco anos com a Política Nacional de Aldir Blanc, a cultura vai ter recurso nos próximos cinco anos, um negócio que não existia. Dá para juntar as mãos, Sesc, governo do estado e prefeituras, fazer um festival maior, melhor, vejo boa perspectiva pela frente.

5. Quais os desafios que você enxerga para a continuação desse projeto nos próximos anos?

Os desafios que eu vejo é com relação à descontinuidade. A gente sabe que a gestão do Sesc ela a cada quatro anos muda a gestão, então se vier uma diretoria do Sesc que não tenha a mesma sensibilidade, que não tenha o mesmo olhar com relação à importância da economia, possa querer descontinuar o festival, acho que é um desafio. São os mesmos desafios da gestão pública. A cada quatro anos, tem eleição para prefeito, a cada quatro anos, para governador, e aí as vezes quando muda a gestão, as políticas têm uma descontinuidade. Isso é o meu maior receio, tanto na parte as políticas públicas, quanto no Sesc. Eu conheço o Sistema S como funciona, o SEBRAE é a mesma coisa. Já passei por isso no Sebrae. Eu participei no Sebrae de um projeto chamado Sertão Criativo e ele foi descontinuado quando mudou a gestão e o superintendente do Sebrae era muito voltado para tecnologia, para o Porto Digital e não achava legal trabalhar o Sertão Criativo, porque achava que o Sertão não tinha economia criativa, e aí descontinuou. Então, acho que o maior desafio é superar essa descontinuidade, garantindo que todo o Sesc abrace isso e, se porventura, um diretor quiser descontinuar, a instituição, os colaboradores, a cidade, abraçaram isso e não vão permitir que isso seja descontinuado.

- FIM -

ENTREVISTADA: SRA. LÍVIA RENATA GOMES DA SILVA LOURENÇO

PROPRIETÁRIA DA DAZZI - DATA: 24/11/2023

1. Quais suas percepções sobre o Festival Sesc de Economia Criativa: Na Pisada dos Cocos do Nordeste, realizado neste mês, em Arcoverde-PE? (culturais, sociais e econômicas)

Eu vejo o festival de economia criativa como algo que vai crescer muito e vai agregar muito nestes três eixos para a cidade. A cidade de Arcoverde tem uma raiz cultural muito forte, que é o coco que é muito marcante. Toda cidade do interior tem um carro chefe em alguma coisa, São Bento do Una Galinha, Caruaru, confecção, como Caruaru já cresceu muito no agreste, tem uma localização muito boa para ir para a Paraíba e para Alagoas e vejo essa iniciativa do Sesc de ampliar e fazer algo maior e mais organizado como foi este ano, tanto para a parte cultural da cidade para poder se apresentar e ter oportunidade pelo menos uma vez do ano na cidade, de perspectiva de turismo na cidade. Outros anos vai acontecer e depois vai ter um Festival de Inverno de Garanhuns que as pessoas vão para lá e saber que vai ter aquele evento e isso nos ajuda como comerciante e a gente que gosta a cultura, nossa empresa aposta nisso, e a gente que está investindo nesse processo junto com o Sesc estamos construindo nossa história com o Sesc e investindo na divulgação da nossa marca também. Principalmente quando se tornar um costume. O pessoal do Recife, de outros municípios de vir para a cidade de Arcoverde porque aquilo ali vai virar um festival. algo muito positivo e torço bastante.

2. Que conexões o festival estabeleceu e pode estabelecer com a instituição em que você atua? (Exemplos: parcerias realizadas, possíveis trabalhos que podem acontecer após o festival)

Eu acho que a gente funciona numa cidade pequena, mas por incrível que pareça a gente participando do evento do Sesc na praça e atraindo pessoas da cidade, a gente percebe que muita gente ainda não conhece a Dazzi Burger, realmente não conhece. Eu realmente fico pensando poxa vocês moram aqui mesmo? Cria uma conexão importante com a nossa hamburgueria e a população. Para o festival e depois dele, passa a ir à Dazzi.

Eu funcionando só na loja os 4 dias do evento só na loja física de agosto a final de novembro é um período pela nossa experiência que já não é muito bom. Em dezembro, melhora um pouco porque tem muita gente daqui que foi morar fora para estudar e em dezembro férias, festas de Natal e fim de ano, vem aqui para ficar com a família. Levanta as vendas em dezembro. Esse período pós, São João e Festival de Inverno cai um pouco o faturamento. E vem o pessoal do

Sesc para dar um fôlego, Deus existe, vai dar para ajustar algumas contas. Quatro dias de festival no mês de novembro, a data foi uma coisa muito importante. Foi bem no comecinho do mês, 9, 10, 11 e 12. quem tinha para receber, já tinha recebido, já pagou cartão, dinheirinho a mais no tal de eu mereço, é bom enxergar isso também. Cartão não tem nem mais limite. Essa data foi bacana por isso. Quinto dia útil do mês. Em quatro dias, a gente vendeu quase R\$ 13 mil. A gente venderia R\$ 4 mil em uma semana. Só no quiosque. Fora a loja mesmo no delivery. mas os quatro dias eu fechei o salão e funcionei só delivery. Por questão de mão de obra. Funcionando só delivery, a frente de loja feito no evento do Sesc. De meio dia às 23h delivery, e loja das 17h às 23h. Basicamente insumos. Pagamos R\$ 400,00 para usar o espaço. No ano passado, a gente não pagou. Foi pouco. Teve o retorno.

Eu tive menos investimento este ano que no ano passado. Tinha uma resistência muito grande de funcionar fora da loja, pela extensão do cardápio. Muita coisa para levar. Tudo isso tem que ficar acondicionado. Outro ponto eram os equipamentos. Só funciona em gás encanado. Fritadeira eu só tinha uma na loja. Comprei uma para funcionar no evento. Esse ano foi mais fácil, comprei uma fritadeira elétrica, a chapa, o expositor de pizza e o cardápio fez mais enxuto. por conta disso. Estava na cena gastrô, terminou criando dois, Combo do Mar ao Sertão e trabalhou com hambúrguer de camarão empanado, farofa panko, coco queimado e pepino. O do sertão era blend de charque um creme três queijos, prevalência provolone, rúcula e cebola caramelizada.

3. Que sugestões você daria para o festival para 2024?

Já foi um salto muito grande de 2022 para 2023 em termos de estrutura e organização. Eu senti falta enquanto pessoa que estava ali trabalhando de mais mesas na parte estrutural para os clientes poderem sentar-se e comer. Muita gente deixou de comer porque não tinha onde se sentar. Tinha poucas mesas, e dizia, posso pegar aqui e sentar naquela mesa aqui, todas as mesas podem sentar-se onde quiserem. Foi um ponto que eu achei que merece melhorar. Muita gente que daqui a pouco eu volto para ver. Na parte de estrutura para as barracas mais mesas. No ano passado teve mais. Uma das coisas que a gente tinha falado no final do evento do ano passado. No ano passado ficou muito afastado do palco, vão atraídas por isso para aquele espaço do evento. Tem outros dias que funciona no Sesc e vai aquelas pessoas que querem participar daquilo. Pela música, pelas apresentações culturais. NO final, as barracas deveriam ficar mais próximas do palco, as pessoas querem comer. Querem ter o conforto da comida e da bebida, isso foi feito. Mas teve menos mesa. Foi o que mais pesou. Para as pessoas se sentirem mais confortáveis. E investimento nas pessoas que trazem público. Nos cantores que atraem. Um Lenine, um Chico Cesar, umas atrações que a gente costuma não ter aqui.

4. Quais as potências que você enxerga para a continuação desse projeto nos próximos anos?

Eu fico tão esperançosa e tão feliz. Não vejo a hora do festival entrar no circuito pernambucano. Vai virar o festival da primavera. De trazer cultura, flores mesmo. Eu vejo um potencial muito massa. E quantas vezes eu penso em sair de Arcoverde e vem o festival do Sesc e diz, não saia não, fique aqui. Eu só vejo coisa boa. Muito turismo. Potencial de venda. posição da nossa marca. Trazer gente de fora. Cada ano que vai se passando vai se afirmando isso para as pessoas. Em novembro vai ter o festival de Arcoverde para trazer nossa cultura, nossa comida, nossa gastronomia. Vejo cada ano sendo melhor.

5. Quais os desafios que você enxerga para a continuação desse projeto nos próximos anos?

Saúde. Fiquei quebrada, mas valeu a pena. Eu penso muito positivo. Desafio é sempre muito bem-vindo. Dá um remelexo na rotina. Os desafios cotidianos já da diferença do ano passado para cá cresceu bastante. Tem que pensar mais na divulgação, acho que o Sesc é um órgão nacional fazendo um evento do Sesc Pernambuco, um incentivo para a rede hoteleira para as pessoas se deslocarem. Uma divulgação completa. Tem esses hotéis aqui, vai ter esses restaurantes, descontos para você se hospedar (cartão do empresário?) uma divulgação antecipada a nível estadual com esse olhar de facilitar a pessoa vir para a cidade participar deste evento. QR Codes, restaurantes que você pode comer que são parceiros junto com o Sesc (Parte de TI), as pessoas se sentirem mais seguras para vir. Pensar também que é outro desafio, isso eu não julgo que já trabalhei com eventos, mas se teve esse problema esse ano e não ter no próximo ano. Muito atraso, atraso na liberação de água, das barracas funcionarem, mais pontos de energia e dar um jeito. Para funcionar fora tem muito equipamento. Dar esse up nestes pontos precisa organizar para funcionar. No primeiro dia o pessoal estava batendo lá para comer. Peguei duas garrafas de água porque o pessoal estava pedindo. Os shows atrasaram no primeiro dia muito. Ter mais esse olhar. Eu sei que é uma despesa a mais. É uma despesa um dia a mais. Antecipar horário. Tentar ter maior cuidado com isso. Uma pelas instalações. Pensar nisso. É legal pensar nisso também. Estresse muito grande para a gente. Olhar o conforto do cliente que está vindo. Eu tenho essa experiência com Garanhuns. Amo ir ao carnaval. As mesas ficam à frente do palco. Na frente do palco sentadinho e civilizado. Gera um conforto. Tudo perto de mim. Eu estar sentada. E espaço para as pessoas dançarem. Em frente às barracas é encher de mesa mesmo. Que é o público mais velho. Sair falando bem para falar para outras pessoas. Tinha policiamento demais.

- FIM -

ENTREVISTADA: SRA. MARIA ALICE RIBEIRO DA ROCHA

PELEJAS CULTURAIS - AGÊNCIA DE TURISMO DIFERENCIADA PORQUE ELA É COM FOCO NO TURISMO EM PERNAMBUCO, DA CAPITAL AO INTERIOR - DATA: 22/11/2023.

1. Como você avalia o roteiro proposto durante o Festival Sesc PE de economia criativa que você participou? (aspectos de conceito, organização, execução do roteiro, horários, prestação de serviços, o festival e suas apresentações)

O conceito do roteiro, inclusive estou com o folder de vocês. É bem interessante, conseguiu trazer várias cenas e agregar o festival exatamente um resumo do que é a cultura de Arcoverde. Conseguir congrega o espaço e o miolo do festival, que acontecia na cidade, ele não acontecia só na praça, achei muito interessante e muito bem pensada essa forma de ter um polo central que aconteceriam os shows, e tudo estava conectado, a Cena Gastrô, com pratos sugestivos, ir in loco conhecer os cocos e não ver só no palco, porque é bem diferente ver uma apresentação de expressão cultural no palco e no espaço deles, é muito diferente, ter a possibilidade de ver as duas maneiras foi muito rico. Quando fui ao último coco que visitei, o Coco Trupé, então foi muito interessante ter assistido ele no festival no dia anterior, ter visto ele no palco e ter ido in loco. Isso seria uma logística para sugestão para o próximo roteiro. Não necessariamente a gente estava aberto para ver no palco e ver na casa do mestre. Eu fui, vi o desfile e vi o show. E no dia seguinte nós visitamos o local. Nem todo mundo teve a oportunidade que eu tive. Foi uma escolha minha. Fui aproveitar e conhecer um pouco a noite em Arcoverde, porque não vou levar só quando tem o festival. Direcionar dessa forma.

Conceito do festival de abranger toda a cultura de Arcoverde foi maravilhosa, conseguiram colocar em prática. O desfile foi um ponto alto de criatividade para mim. Acho que as agências que foram ao desfile deveria estar incluso como uma atividade da excursão. A gente também tem que deixar o povo livre para não ficar cansativo. A cena gastrô a moda.

Senti falta de ver a apresentação de boi. Não vi nem no festival e nem no roteiro. Não vi inserido no contexto.

Organização e horários - acho que foi muito bem-organizado. Uma cultura muito densa para ver no corre corre de dois dias. Tem que ver o percurso. Foi metade de um dia indo e metade de um dia voltando. Na verdade, foi um dia. Essa excursão teria que ser para que realmente essa agenda acontecesse teria que ser dois dias acontecendo. Ia numa sexta-feira de manhã e voltaria num domingo fim de tarde. E como as pessoas não trabalham na segunda-feira. Quem trabalha

com Turismo poderia até ir no sábado de manhã quando a gente foi e voltar na segunda-feira de manhã e tinha o domingo todo para ver o restante das coisas porque na sexta-feira já é mais difícil porque as pessoas trabalham, mas na segunda-feira não. Poderia ser num sábado de manhã sim, mas fazer uma parada bem rápida que é uma viagem de 3 horas de van, para esticar as pernas. A gente perdeu a manhã toda. Se sai aqui às 6h30. Poderia marcar às 6h. A gente deixa mais ou menos meia hora para uma parada. 9h30 às 10h. 10h30 chegava em Arcoverde para a primeira atividade, para depois ir almoçar. Parou no hotel, visita em hotel desnecessária antes de fazer check-in. Entendi que foi para fazer uma horinha e não ter o que fazer. Mais duas atividades à tarde ver o boi.

Prestação de serviços da cidade - quero parabenizar, aplaudir de pé. O arcoverdense ele é de natureza uma pessoa super receptiva. Consegui identificar isso em todos os sentidos e em todas as pessoas. Não foi por ser do festival. É de natureza. Uma coisa que chamou atenção a mim e de todo o grupo. Agradecemos muito é de uma receptividade. São pessoas super prestativas. Meu óculos quebrou e de imediato o pessoal já foi comigo na ótica. Antes de almoçar tentar resolver. Ela fez em plena atividade. Isso é só um exemplo. Todos os locais, ter um chá, uma carraspana e de ter um biscoito. Isso é um mimo muito especial. Saber que a pessoa preparou aquela mesinha para receber a gente. A pessoa se sente muito acolhida. Outra coisa que me chamou atenção agendarem nos restaurantes. Fomos almoçar no Catana e realmente várias pessoas, pratos diferentes. A comida muito boa, muito bem servida e o atendimento muito bom. Achei que era porque não estava muito cheio. Mas à noite nós fomos para o Ferreiras Spettus e estava lotado e a agilidade no atendimento. A comida é boa e aí eu entendi que é uma peculiaridade do local do cluster de comida. Eles têm essa coisa de ser ágil e prestativo. Isso atrai o cliente. Pede até mais. Gerar mais receita.

Sobre o festival - achei que realmente o festival atendeu ao que ele se propôs, as apresentações aconteceram, mas senti falta. No primeiro dia eu praticamente não estive no festival e não sabia que o polo do espeto era tão próximo, que poderia ir andando de um lugar para o outro e eu só descobri isso no segundo dia e já tarde. No primeiro dia, vai para o festival, conhece, petisca alguma coisa e vai jantar. O negócio é perto daqui, mas perto aonde? Estacionou, desceu no festival. Caberia placas indicativas, do polo, da cena gastronômica, para a pessoa saber que poderia circular a pé de um ponto para outro. Rodamos um pouco no festival, chegamos logo cedo, não estavam acontecendo as apresentações, estávamos com fome, fomos para o ferreiras, o gosto musical do arcoverdense é super apurado. Escutamos músicas boas em todos os locais. Outro restaurante que passamos rapidinho.

(As pessoas querem consumir a arte sem pagar e como o artista vai subsistir.)

2. Na sua opinião, quais foram os pontos altos do roteiro? Poderia detalhar o motivo?

As visitas nos cocos. Cada um tem uma informação diferente para a gente. Tem uma informação generalizada do coco, mas cada um passa com riqueza de detalhes, suas vertentes, vários olhares e várias formas de fazer. Percebemos isso desde as crianças até o último que a gente visitou. A gente não veio só dançar coco, a gente aprendeu a dançar coco. Não fomos só contemplar, fizemos parte do processo. Isso é cocriar. É a base do turismo criativo. A gente fez isso em todos eles. O trupé, acelerado. Nem sabia que tinha tantas vertentes assim. Eram os tamancos e pronto. Conhecer a história de coco e ao mesmo tempo ver como é a apresentação do coco. As pessoas que vivenciaram essa história. Inclusive uma apresentação muito forte foi quando valete e o pai dele, não existia o tamanco e para amaciar o barro tinha que pisar forte e já aprendeu a dançar de tamanco. Pudemos presenciar os dois tempos sem ser apresentação.

3. Na sua opinião, o que poderia ter sido feito de uma melhor maneira ou de outra forma no roteiro?

Deveria ter disponibilizado mais tempo e aí esse tempo poderia ser gerido dessa forma que eu sugeri. Teria dois dias realmente para aproveitar o festival todo e conhecer melhor, inserir na parte do roteiro a ida ao festival, porque deixam solto. Seria importante porque não só para contemplar as pessoas e homenagear quem está lá para também fazer essa comparação de ver uma cultura popular no palco e ver no terreiro como eles chamam.

4. Você pretende trabalhar esse roteiro em sua agência no ano que vem? Se sim, seria no mesmo formato ou precisa customizar algo?

Eu já estou trabalhando. Já solicitei, desde quando estava aí, vi que era um roteiro que cabe no meu trabalho, já pedi valor de transporte, já pedi o contato das pessoas e praticamente vai ser no mesmo formato. Não funciona para vender para colocar duas hospedagens. Vou precisar colocar uma hospedagem só. Mas o roteiro para ser completo carece de duas hospedagens. Pretendo mudar um pouco para as pessoas conhecerem o boi também. No meu caso, não vou fazer o vale do catimbau. No meu caso, trabalho mais o roteiro turístico histórico, cultural. Não posso. Minha idade não permite. Estou fazendo enquete com as pessoas para fazer uma data melhor. Dezembro não rola. Vai ter o boi, dia 29/12, tem apresentação do Trupé. 50 anos de casamento dele. Já falei com ele, tudinho, mas não viabiliza muito. Estou pensando em fazer em fevereiro. Em janeiro já tenho alguns roteiros. É verdade. Ver a logística do financeiro. Isso com certeza, fiz bastante postagens nos stories porque isso as pessoas vêm no direct, não avisou que tinha viagem não. Isso está sendo trabalhado desde o momento que eu estava aí. Já tenho algumas pessoas

interessadas e estou formando grupo. Não faço grupo de ônibus. Faço grupos pequenos. Como trabalho com Turismo Criativo e a minha intenção é que as pessoas se divirtam e recebam conteúdo. Se for só se divertir, vai por conta própria. Com um ônibus, isso fica difícil. Numa van, todos prestam atenção. Van de 15 a 20 lugares.

5. O que você sugere para o festival e para o roteiro o próximo ano?

Vi que vocês colocaram dois palcos que eles não são tão distantes e também não são tão próximos. Tinha hora que o palco ficava com a pessoa se apresentando e sem público. É muito ruim para quem está se apresentando. O estímulo do artista são os aplausos do público. Quando tiver um no palco, o outro tem que estar parado. Pode ter dois palcos para agilizar, neste sentido é muito bom. Gostou muito do coco que acaba e leva para o outro. Isso é uma dinâmica toda hora leva para o outro. Ia movimentar demais. Já acontece, mas que não foi muito explorada. Dentro do próprio festival, ter um momento de oficina. No festival, não vi, porque não vi o festival como um todo e não tomei conhecimento que existia isso. Ter à noite. Para se não quiser ir para o show ir para a oficina. O desfile foi fantástico, figurino, pessoas escolhidas, que eram as pessoas de Arcoverde. Artistas que vieram. O olhar e o empoderamento daqueles jovens de se sentirem orgulhosos de sua cultura e de suas raízes. Eu me emocionei muito no desfile.

6. O que você enxerga como potências para o festival nos próximos anos?

A divulgação dessa riqueza cultural que tem em Arcoverde que muita gente não conhece. Não vou julgar por mim, mas pessoas que já passaram por Arcoverde, que faz o Vale do Catimbau, mas não tinham conhecimento. Arcoverde tem coco, tem? Mas como chega. Esse festival ele é uma janela de visibilidade para a cultura de Arcoverde e para movimentar o turismo de Arcoverde, porque o turismo movimenta território, movimenta a economia e traz empoderamento para as pessoas. O turismo criativo, a maioria que foi, só eu Paty que fez curso e está se atualizando com o turismo criativo. O restante ainda está se atualizando em turismo. Faz o tradicional. Para ver na prática o que é o turismo criativo, as pessoas falam muito do conceito, mas não vivenciam na prática. É muito bonito estudar conceitos, dar palestras e aí, mas nas ações, gerou, a economia criativa? É isso que é importante nestes festivais. Elas realmente contemplem. O turismo criativo é exatamente esse roteiro que a gente fez. Vai aprender com eles. Não só aprender a ouvir a história e ver, quando vejo a criança e participando de várias coisas, uma menina de dez anos fazendo a mediação de um espaço, concentrada e fazendo a mediação de um adulto. Quando vi aquela criança tão comprometida, eu chorei. Uma cidade que valoriza turismo criativo e cultura dificilmente vai ver jovem fazendo arruaça. Senti muita segurança e tranquilidade de circular em Arcoverde. Não vê essa abordagem com medo de ladrão. Um ponto muito forte. Faço um link porque vi muitos jovens dando oportunidade aos

saberes de seus ancestrais. Eles estão preocupados em aprender, em reproduzir e trazer recursos a partir desta arte.

7. O que você enxerga como desafios para o festival nos próximos anos?

Atingir um público maior. O festival está muito bom, mas tem precisa ter mais público externo. O público interno é muito bom, porque valoriza a cultura. Mas o público externo é que vai gerar receita para o festival, mas isso com muito cuidado para não espetacularizar o festival, pois o medo que faz é a expansão pela ganância, porque perde a essência do festival. Agora estou apaixonada pelo coco. Esse ano fiquei muito triste com o São João de Caruaru. Não tinha comida de milho. Os espaços alugados não deixam que vendam isso e tenham lucro para pagar.

8. Você acredita que os grupos de samba de coco de Arcoverde são vetores de desenvolvimento social, econômico e cultural do município? Poderia detalhar sua resposta?

Totalmente, porque uma cultura que eles estão conseguindo perpetuar, inserir os jovens, são um vetor vivo; de desenvolvimento porque ele acontece quando as pessoas entendem a potência naquilo que ela faz. Há esse desenvolvimento social e territorial exatamente por isso. Quando existe a economia criativo e o turismo criativo. Quando acontece um desenvolvimento de cima para baixo, o social é esmagado. Os cocos são a grande riqueza, não existiu a do açúcar, do cacau? A nossa moeda hoje em dia é a cultura popular. O grande problema é que o mundo desconhece o que é genuinamente brasileiro e o Brasil desconhece o que é genuinamente pernambucano, nordestino.

9. Após a experiência na cidade, como você enxerga o potencial turístico do município de Arcoverde?

Arcoverde tem um potencial turístico riquíssimo porque ele oferece turismo para as várias segmentações. Potencial alto do turismo religioso. Não falei isso, sou católica, mas não tinha ideia que a gente ia lá na Misericórdia, fiquei louca. Tem um turismo cultural muito forte. Tem um turismo de aventura e ecológico muito forte. Outra coisa maravilhosa. A astronomia. Nunca tinha escutado que Arcoverde tinha esse potencial. O pessoal, o brilho no olho e saber que Arcoverde além de ter tudo aquilo estar em segundo lugar. Tem um potencial turístico riquíssimo. Em vários locais. Tem outras coisas. Perguntei se tinha concorrência. Já houve, mas hoje estão entendendo que eles têm suas diferenças e se dar as mãos, fortalece. Então o coco será o cluster do turismo de Arcoverde. Não tem mais aquela picuinha. Ninguém divulga o Nanai, divulga os resorts de Porto de Galinhas. Não é divulgar o coco Eremin ou outro, mas que tem vários grupos e cada um trabalha de forma diferenciada.

10. Algo a acrescentar que não foi perguntado?

- FIM -

ENTREVISTADA: SRA. MARIA CAROLINA FESCINA

COORDENADORA DE FORMAÇÃO CULTURAL SESC MINAS GERAIS - 21/11/2023

1. Quais suas percepções sobre o Festival Sesc de Economia Criativa: Na Pisada dos Cocos do Nordeste, realizado neste mês, em Arcoverde-PE? (culturais, sociais e econômicas)

Cultural - o festival de economia criativa mais inovador e surpreendente que já vi. É um festival que entende economia criativa por um viés muito raro e muito importante que é da cultura popular. É a primeira vez que vincula estas duas frentes, de economia criativa e cultura popular. Até mesmo pela questão dos saberes, a economia criativa está nos grandes eventos, nas grandes ações, bastante vinculada à marketing, enquanto a cultura popular continua sendo um lugar de resistência da arte, muito invisibilizado diante da economia criativa. É muito inovador e uma forma de lidar com a economia criativa muito diferente. Cultura, quando a gente coloca a cultura popular no eixo principal da economia criativa a gente inverte essa lógica, porque a cultura popular ganha um protagonismo muito raro. É como se a cultura popular só dependesse de fomento, mas ela também gera renda, ela também faz parte desse PIB da Economia Criativa. Quando o Centro é a cultura popular, é a cultura de tradição, a estrutura se desloca.

Socialmente, acho que tem essa mesma relevância. Tem uma descentralização. Tem a rota dos cocos. consegue realizar o encontro na praça e o encontro nas pontas da cidade. Ir na casa dos artistas, dos artesãos, conhecer a tradição na casa delas, não é só cultural, é também social. O entendimento de mundo dessas pessoas na visita. Até a forma que se entende o turismo é um turismo em outro lugar. É uma ação de impacto. Uma cidade de consumo, de serviços. De comércio. Quando você coloca a cultura de tradição neste mesmo patamar do comércio, tem um posicionamento político de busca por uma isonomia que é importante.

Economicamente, é entender que a cultura popular faz parte desse ciclo da economia, desse mecanismo. Vocês fazem isso de um jeito muito bonito. É emocionante. E acontece de um jeito tão fluído que acho difícil e separar isso e olhar como cultura, social e econômico. Está tão intrínseco e amarrado que uma das ações que a gente faz que mais estrutura é o encontro mensal com esses grupos de coco. Não é uma construção do Sesc, é compartilhada, já garante essa diferença.

2. Que conexões o festival estabeleceu e pode estabelecer com a instituição em que você atua? (Exemplos: parcerias realizadas, possíveis trabalhos que podem acontecer após o festival)

A gente já volta pensando em quem vai. Ele passa a ser uma ação formativa para a nossa equipe. Volta para cá com como eu nunca pensei nisso. A gente olha para o Sesc e a primeira coisa que eu vou fazer a ligação direta. A primeira pessoa, que foi a Manuela, ela foi em novembro e em agosto a gente tinha um projeto pronto inspirado na rota dos cocos, inspirado no festival para realizar aqui. Então, menos de um ano depois, a gente já desdobra uma ação local, na cidade de Grao-mogol, no Norte de Minas, é o projeto Raízes Mineiras, acontece em dois pontos: início e encerramento, festejos populares - reúne grupos de tradição da cidade do que estamos chamando de trilhas culturais. Ao longo desse semestre realizamos duas trilhas, onde tem um mediador e dois assistentes que fazem um trajeto pela cidade passando por casas de artistas locais ou pontos que são patrimônio e a mediadora buscou fazer isso por meio de cordel que vai amarrando isso tudo e cada ponto que ela para tem um agente da cultura popular, um agente, um artista, que compartilha um pouco dessa história e a vivência. Tem caso de vivência e comida. Uma focada em grupo escolar, professores e um trilha para público em geral. As escolares sempre são agendadas. No encerramento em outros festejos. isso foi só um piloto. Outra coisa que já vem da minha ida é a questão das feiras, que a gente não faz aqui e está querendo desenvolver também. De feira itinerante e uma feira fixa nas unidades. Uma programação contínua.

3. Que sugestões você daria para o festival para 2024?

Acho que tem a programação noturna que ela tem muita coisa. Até pela quantidade de grupos que tem para que todos se apresentem. Sugeriria que ela fosse com menos atrações e que elas durassem mais. Da noite. Talvez isso seja muito pessoal. Vi que é uma cidade que funciona nesse formato noturno. Ninguém fica até 2 horas da manhã numa quarta-feira em Belo Horizonte.

4. Quais as potências que você enxerga para a continuação desse projeto nos próximos anos?

É um festival que pode acontecer em várias cidades. Pode se alastrar em Pernambuco e até no País mesmo, porque ele tem uma construção muito sólida. Ele não acontece só lá. A gente não faz só uma festa. A gente faz uma ação ao longo do ano de artistas, de mestres. Precisa construir isso. Esse festival ele é uma política, ele não é um festival. Ele pode se desdobrar com ações pontuais em outros lugares. Vejo se espalhando mesmo. Ocupando outros territórios.

Colocar uma lupa também numa cidade do interior. Mostrar para outros estados, com esses convites de outros regionais, apresentam um estado. Um interior de um estado. De projetar também essa cultura. Projetar o coco para o Brasil inteiro. Falo por mim mesmo. Eu curto coco. Eu não escutava. Não fazia parte da minha rotina. Tem a ver com economia e com fomento também. E a potência de intercâmbio, também, não só que tragam esses trabalhos para o seu

estado, mas a potência da troca, até dentro do próprio estado. As equipes das outras unidades estavam aí e isso retroalimenta o que a gente faz.

5. Quais os desafios que você enxerga para a continuação desse projeto nos próximos anos?

Eu acho que o maior desafio que ele continue se revisitando. Porque acaba, se a gente pensa, na pisada dos cocos. Sempre tem convidados de outros lugares e tudo mais, mas como a gente pensa nesse coco de Arcoverde, vivo, ativo, para que a gente não tenha o mesmo show do raízes. O que os grupos constroem ao longo do ano para que tragam algum outro deslocamento. E a programação também se renova para que não seja a mesma coisa. Que ela não fale do mesmo jeito a mesma coisa, que trabalhe a economia criativa do viés do coco. Quando a gente fala de cultura popular e de tradição, mas é um festival que vai viver 20, 50 anos e como a gente pensa essa construção. Pode éter uma coisa do tempo, que o tempo vai fazer isso. O Eremim já muda muito. Mas até chegar nestes cinco anos o que acontece aí?

O desafio financeiro talvez seja o desafio, porque como ele é um grande festival, essa relação de parcerias que vocês estabelecem. Relações institucionais é um desafio. Mas não vejo hoje, mas pode vir a ser. Hoje vocês estão com isso muito estabelecido. Não é um desafio do agora não.

- FIM -

ENTREVISTADOS: SRA. PATRÍCIA MAGALHÃES E SR. THIAGO SANTANA
PROPRIETÁRIOS DA AVANT TURISMO PE - DATA: 23/11/2023.
FOCADOS EM TURISMO CRIATIVO E TURISMO RURAL.

1. Como você avalia o roteiro proposto durante o Festival Sesc PE de economia criativa que você participou? (aspectos de conceito, organização, execução do roteiro, horários, prestação de serviços, o festival e suas apresentações)

Patrícia - Para gente está dentro do contexto. Passamos por três vivências diferentes, um é criança, o outro é mais tradicional e o outro é bem familiar. Acho que oferece três tipos de experiência diferentes. Está dentro do que propõe.

Thiago - acho que ficou legal. O conceito está bem interessante. O que eu acharia que poderia melhorar em relação ao conceito em si por ser rota dos cocos era se por exemplo o almoço não fosse num restaurante tão sofisticado para o tipo de roteiro. Faria uma coisa mais rural dentro desse roteiro porque aí ficaria top pela experiência que a gente tem e esse tipo de experiência. Se você tiver um almoço com alguns dos mestres. Alguém que conseguisse oferecer um almoço com eles. Almoço bem regional e um prato típico da gastronomia de Arcoverde. O grupo que já vai para Arcoverde sabe que é interior e levar ele para comer aquele tipo de comida. Acho que a comida estava ótima. No almoço ter a carraspana para o pessoal tomar lá. Curtir a parte gastronômica com a própria carraspana. Tocando um coco lá. Como a gente é especialista em turismo criativo e de experiência, é importante para a gente fazer essa forma o roteiro.

Patrícia - Sobre a questão do roteiro, fomos para o infantil Eremim e para os outros dois cocos. Eu achei muito bacana os três que visitamos. A gente chegou e foi para o Eremim. Eu achei muito bacana, achei emocionante ver o trabalho social, as crianças, a forma que eles vêm desenvolvendo. Teve uma menina que apresentou para nós a questão dos pontos do maracatu, do espaço deles lá, e eu achei bem bacana. Embora sejam crianças, que está no começo ainda, poderia melhorar a questão logística. A gente chegou, já tinha criança lá. Elas poderiam recepcionar a gente com alguma coisa. Já fazendo um batuquezinho, seria bem bacana. Com relação à apresentação que a menina fez, estruturar melhor. A gente saiu do espaço, ela apresentou a pintura, e logo a gente voltou. A questão logística. Talvez fazer primeiro dentro e depois fora.

Outra coisa que acharia legal deixar lá. A questão de roupas, indumentárias expostas para que eles explicassem o nome, ou quem usa, se já teve alguém que usou aquilo ali e sobre os instrumentos. Na hora que a gente chegou lá, eles falaram dos instrumentos, já usaram. Mas eles tiveram que pegar os instrumentos e se perderam um pouco. Já deixar disponível e apresentar

tudo certinho. achei bacana a culinária. Deixaram a bebida e o vatapá. A gente sugeriu a venda de souvenirs, pequeninhos, uma alfaia, um abê. A bebida também, a carraspana. A gente tomou lá. De repente já deixar umas garrafinhas lá. A carraspana que eles vendem colocam num tipo de garrafa de refrigerante, uma garrafinha mais organizada, com um adesivo. Sei que tudo isso é custo, com o tempo vão acontecendo, mas estou dando as sugestões. Banheiro organizado e limpinho.

O acesso achei tranquilo, não achei ruim. De lá fomos para o almoço, depois foi para o pôr do sol, com o astrônomo, achamos bem bacana, observar, explicar, falar dos filtros necessários, a única coisa que eu senti falta foi, além do astrônomo, ter algum poeta, uma pessoa só que pudesse fazer algo. Um músico, um saxofone, um flautista que seria bem bacana.

Thiago - era interessante ter algo que remetesse ao próprio Arcoverde. Até uma apresentação de coco ali no pôr do sol seria massa. Se fosse criar um roteiro nosso, colocaria isso.

Patrícia - um poeta, um músico, um violão.

No outro dia, fomos no coco das Irmãs Lopes. O que eu achei muito bacana também a recepção, as pessoas, achei massa. Senti falta que na programação tinha café com a mestra Severina. E aí quando a gente chegou lá a gente já tinha tomado café. Para quem acha que é um café não imagina que seja só uma garrafa de café disponível lá. Quando fala em café a gente pensa que seja pelo menos uma mesinha e tomar um café da manhã com a mestra. Primeiro a gente não viu o café e também não viu a mestra, porque ela estava cansada. Depois de muito tempo, viu o café, tinha água disponível. A gente achou massa da disponibilidade de água em todos os locais que a gente foi. E ver a quantidade máxima de pessoas que cada lugar suporta. Chegamos com um grupo, mas tinha outro. Teve gente que ficou dentro, mas não tinha mais espaço e teve gente que ficou fora. O outro foi com seu Cícero. A gente amou o casal. Achamos muito bacana. Nos emocionamos com a história deles. Ver a quantidade de pessoas que cabe no local. Não daria na casa deles. Embora eles sejam bastante receptivos, se a gente ficasse fora, ia pegar o sol todinho. Dançamos de tamanco, nos emocionamos.

Paramos num centro comercial, que são dois corredores com a feirinha, artesanato e culinária. Na lateral da rua onde é o São João de vocês. E aí a gente chegou lá, foi bem recebido. Teve uma briga lá. Ficamos tensos. As meninas pediram desculpa. Uma comerciante brigou com outra pessoa e foi um bate-boca. Pegou bebida e jogou bebida. Antes do almoço. Se fosse montar um roteiro, não colocaríamos. Não é um lugar que agrega valor algum ao roteiro.

Almoço, gostamos bastante. Cantana. CECORA foi muito bom. O pessoal saiu carregado de compras. Com relação ao festival, não fomos no primeiro dia. Mas fomos no segundo dia, estava

muito organizado. Só achei que faltou sinalização. Ficamos perdidos não sabíamos onde eram os lugares. Facilitaria bastante para quem é de fora para se situar.

Patrícia - A execução do Roteiro foi tranquila, tiveram alguns atrasos, mas conseguiu atender.

Thiago - por ser um roteiro de experiência, o guia que está trazendo esse grupo tem que ser muito comunicativo. Ele já tem que vir dando alguns insights para os turistas do que eles vão encontrar para despertar o interesse do que eles estão descobrindo. Desde a saída até a chegada a Arcoverde eu não tive informação nenhuma sobre Arcoverde. Falta de comunicação com a guia. O traslado de Recife a Arcoverde. A guia tem que passar essas informações e o condutor local ele tem propriedade ainda maior de falar. Os dois têm de estar com essa conexão para que envolvesse o roteiro. Ficamos meio soltos aguardando o que vai acontecer. Cria uma expectativa, mas é muito vago. Como era um famtour. Somos nós que estávamos lá. A gente tem que ser criterioso. Temos de ter essas informações bem alinhadas. A guia que eu for contratar tem que ser uma guia que tem um padrão de trabalho do nosso. Estudar o que vai apresentar. Senão vou pagar uma pessoa para fazer só o transfer. Para ficar calado não rola. Eu não estou criticando Clemência. É amorosa, atenciosa, mas neste ponto ela deixou a desejar.

Patrícia - mas lá no local, Dani e Tâmara falavam. Elas sabiam. Em Arcoverde as meninas foram bem explicativas.

Os horários - um atraso ou outro, mas isso não tem problema. Até porque não deixou a desejar. No final, conseguiram entregar tudo o que foi proposto.

Thiago - Terra da Misericórdia. Houve uma demora muito grande. Muita gente solta. Uns queriam fazer isso e outros aquilo e isso não deve acontecer. Se está proposto ir na terra da misericórdia para fazer a trilha e ver a apresentação. Se está dentro da proposta, tem que fazer dentro do que aconteceu e demorou muito. Um queriam conhecer outros não. O menino explicou muito bem. Era muito conteúdo importante. Não teria problema. Mas o grupo da gente realmente se dispersou, uma parte com a trilha, uma parte com o padre. E discriminar antes de seguir para lá e o grupo seguir junto. Até porque isso gera um desconforto para quem está conduzindo e até para o grupo. Não atrasar o roteiro.

Prestação dos serviços - (Thiago) tirando o lugar que rolou o estresse. Patrícia - aquele local não seria interesse. Os outros locais. Ficamos bem surpresos. Fomos bem recebidos em todos os lugares que a gente visitou. As pessoas vinham, explicavam. Na questão de serviço não vi nada a desejar.

Thiago - tudo que tâmara e Dani falaram o restaurante, comida boa. Atendimento em si. Hamburgueria foi muito rápido. O atendimento foi massa. Não tivemos problemas. Sorveteria também.

Sobre o festival - Thiago - achei interessante a disposição da estrutura onde estavam as barraquinhas a expor seus produtos. Até levei a ideia para o festival de Brejo da Madre de Deus, levei para o Secretário de lá. O palco ficou próximo também da área onde a pessoa comia. Você podia comer vendo as apresentações. Gostei também de estar no hotel e ter as informações sobre o festival. Os restaurantes também que todos falavam sobre o festival. Isso é um ponto importante. Todos os locais estavam envolvidos. O município estava respirando o festival. Envolvido com o festival.

2. Na sua opinião, quais foram os pontos altos do roteiro? Poderia detalhar o motivo?

Patrícia - a visita ao mestre Cícero e o Eremim também. Foi muito bacana.

Thiago - concorda.

3. Na sua opinião, o que poderia ter sido feito de uma melhor maneira ou de outra forma no roteiro?

Já falaram.

4. Você pretende trabalhar esse roteiro em sua agência no ano que vem? Se sim, seria no mesmo formato ou precisa customizar algo?

A gente pretende trabalhar o roteiro na empresa, mas a gente alteraria algumas coisas como almoço. Ia conversar com o pessoal dos locais do coco para ter uma ordem melhor nas apresentações. Tentaria umas oficinas com esse coco também. A gente ia adaptar para a nossa proposta de turismo criativo. Onde a gente tem esse envolvimento, essa cocriarão com o turismo. Agregar valor aos roteiros também. Os três lugares que fomos tivemos oficina de dança. Uma em cada dia e uma diferente. Uma tocar um instrumento e outro costurar um Abê e você costumar o Abê pequenininho. No mestre Cícero, fazer a roupa com dona Maria. Senti essa parte das vestes dele ela leva muito a sério. Tem todo um amor que ela sente. Dá para fazer muita coisa bacana. A pessoa colocar a roupa e tirar a foto seria uma opção. Exemplos do que a gente já faz com o maracatu rural. A gente tem uma vivência na agência que o pessoal vai e faz. O gibão bota, tira foto, dança. Tem todo tipo de experiência. Tem algumas bebidas que o maracatu toma para dar energia. Pode propor. É levar esse olhar do maracatu para o coco de Arcoverde. Mais opção. Thiago - a gente trabalha muito essa parte da economia criativa nos roteiros da gente. estamos levando lagoa do carro e Paudalho. Fomos validar todos os pontos antes que ele fosse executado. Firmamos essa parceria agora. Seja maracatu, qualquer parte em si do equipamento que tenha opções para o turista. Se for uma agremiação que tenha uma identidade forte com o local, exponham aquilo para que sejam valorizados. Eu disse a ele que no coco colocar na prateleira. A galera gosta disso. Com o trabalho que a gente vem desenvolvendo em vários municípios porque a gente sabe que é assim que funciona. Não monta só o roteiro e entrega e

acabou e faz todo o processo. A gente capacita as pessoas para receber os turistas. A gente sente as dores dos clientes. O público de 35 a 45 anos. O público maior é mulher e geralmente nesta faixa etária.

5. O que você sugere para o festival e para o roteiro o próximo ano?

Patrícia - Senti falta, na praça de alimentação, onde tem uns restaurantes, ter mais opção dos restaurantes que fizeram prato específico para o festival. Tinha uma hamburgueria, mas senti falta dessa disposição de ter os outros pratos nessa parte do restaurante. A gente teve que ir ao restaurante para poder conhecer. Na praça, poderia ter vivenciado dentro do festival.

Thiago - ter os pratos no festival. Para o empreendedor. Ter uma apresentação dos mestres. Tiveram algumas palestras que a gente queria ver no festival, mas a gente não pôde porque tinha que fazer o roteiro. De repente, fazer um ajuste do roteiro com o festival. O pessoal participe dessa rota de conversas. às vezes tem um músico naquele roteiro. participar de uma roda de conversa. Aí a gente não pôde participar.

6. O que você enxerga como potências para o festival nos próximos anos?

Acho que foi bem regional, não teve nada que saísse da nossa cultura local. Achei bem bacana. Não sei nem te dizer para melhoria para futuro. Isso que a gente já falou. Acho muito legal a parceria do Sesc com a cultura, com a gastronomia. Como foi a divulgação do festival, a gente soube do festival quando foi convidado para o Fantour. Confesso para vocês porque a gente não estava ciente deste festival. Fiquei até surpresa. Só ficamos sabendo por conta do Fantour. Uma divulgação para o lado de cá. Divulgação precisa ser mais expansiva. Abranger todo o Pernambuco, porque chama atenção. Quanto mais você divulgar, mais chance tem de aparecer. Vocês também estão bem perto da Paraíba, já é um outro viés, um outro portal que pode abrir e expandir. Não conhecíamos o samba de coco de Arcoverde, recebemos uma turista porque ela tem um grupo de coco, de Minas ou São Paulo, participa de uma roda de coco. Vim pra Pernambuco porque queria vivenciar o coco de Arcoverde. Ela veio sozinha e teve dificuldade porque não sabia o que encontrar e como fazer.

Acha que caberia levar o pessoal já fica ligado para poder organizar. O perfil dos nossos clientes. Estamos fazendo teste. Todo mundo faz agora bate e volta para Garanhuns para o Natal Luz. Não fazemos o que todo mundo faz.

7. O que você enxerga como desafios para o festival nos próximos anos?

Patrícia - estruturalmente para o crescimento. Pensar no festival com o viés do crescimento. Vocês enxergarem esse crescimento, buscar melhorias e atender o público que está chegando. Com atração de impacto que chama muito o turista, uma atração nacional. Um Santana. Todo mundo conhece, mais famoso.

Brejo - levamos a banda Maneva

8. Você acredita que os grupos de samba de coco de Arcoverde são vetores de desenvolvimento social, econômico e cultural do município? Poderia detalhar sua resposta?

Acreditamos que os cocos são sim vetores de desenvolvimento. É importante precificar as visitas junto com os grupos de coco. Perguntamos a Valderlan. Para ter uma ideia. É importante deixar isso claro para eles e incentivá-los a realmente cobrar a visita. deixar isso claro que é uma contribuição. Não é obrigado a pagar. É uma contribuição que deixa para que eles se mantenham. Tinham 3 crianças que estavam faltando aula para estar ali. Estão perdendo aula. Colocá-los no sábado e não na sexta-feira.

Thiago - tem que saber o que vai falar para o turista.

9. Após a experiência na cidade, como você enxerga o potencial turístico do município de Arcoverde?

Patrícia - me surpreendeu.

Thiago - gigante!

Sabia que tinha essa vivência de coco de Arcoverde, principalmente depois do prêmio, mas quando a gente foi, viu a receptividade, os restaurantes. Ficamos realmente surpresos. É o tipo de lugar que para a gente é interessante fazer um apanhado maior. Entrar em outros viés porque sabe que vamos descobrir mais coisas. Tenho total interesse de ir lá e ter uma parceria para desenvolver ainda mais. A gente toparia. Se hospedar na casa de seu Cícero.

10. Algo a acrescentar que não foi perguntado?

- FIM -

ENTREVISTADO: SR. PEDRO BRANDÃO

SECRETÁRIO DE TURISMO DE PE - DATA: 01/12/2023.

1. Quais suas percepções sobre o Festival Sesc de Economia Criativa: Na Pisada dos Cocos do Nordeste, realizado neste mês, em Arcoverde-PE? (culturais, sociais e econômicas)

Primeiro, dizer que o Sesc por ser parceiro não só da gestão municipal, mas outros fomentadores, é bastante importante é uma escola e ao mesmo tempo um fomentador destas áreas e o festival, desde a sua primeira edição, em 2021, trouxe a perspectiva na área de turismo que o coco é o carro chefe de turismo e promoções para Arcoverde. O Sesc só reafirmou o que todos arcoverdenses sabem e os próprios agentes de turismo, nosso carro chefe é o samba de coco, como o reisado, o boi. O coco, por ser centenário, o Sesc traz essa perspectiva criativa de desenvolver não só o show, mas outros produtos, como a gastronomia, de moda, e todos os eixos de economia criativa. Não participou muito de 2023 não foi convidado oficialmente para participar do Fantour. A secretaria pode ajudar da rota dos cocos. O que eu consegui participar acho que foi grandioso. Particpei duas vezes na praça. Fomos convidados pelo WhatsApp para a abertura.

Cultural - é importante para valorizar os artistas locais. Hoje eles estão tendo a oportunidade de se profissionalizar mais e estão, além dos shows, escoando outros produtos, artesanato, gastronomia, próprio museu orgânico que até o dia 7 vão estar prontos.

Socialmente, acho que por envolver essas comunidades que estão nas partes periféricas da cidade, que trazem essa força de inclusão, com oficinas, com escolas e com a comunidade. Isso só fortalece. As pessoas da comunidade enxergam mais nítido a força que os grupos têm. Vou citar até o grupo Fulô do Barro e que no encontro de secretários de turismo no estado de PE, em parceria com o Sesc, levamos o secretário de turismo e vimos quanto o Sesc os ajudou se profissionalizem. Socialmente, aquela comunidade já começa a olhar com outros olhos.

Economicamente - é um festival com quase 10 dias de programações, quase 1 milhão de reais na cidade, hotelaria, gastronomia e serviços de apoio. As pessoas passam a consumir mais. É muito forte para o setor de turismo na cidade.

2. Que conexões o festival estabeleceu e pode estabelecer com a instituição em que você atua? (Exemplos: parcerias realizadas, possíveis trabalhos que podem acontecer após o festival)

Nos dois primeiros, houve muita conectividade. Eu, enquanto gestor da pasta, entendo que poderíamos ter mais participação, desse novo produto que ganhou prêmio do turismo criativo, mas eu acredito que realmente a secretaria pode ajudar na promoção, até mesmo este ano não foi

possível ajudar na infraestrutura, o que nos deixa muito triste, da mesma forma sabendo que é passageiro que a gente vai acreditar que o Sesc enquanto parceiro, esse projeto é transformador, nos aspectos sociais, culturais e econômicos, podemos ajudar na promoção, na execução e só senti falta este ano desta integração.

3. Que sugestões você daria para o festival para 2024?

Diante dessa realidade que não só o poder público passa, mas também outras instituições, o festival 12 dias ele é importante, diante de uma realidade financeira, que não seja 12 dias, seja um pouco menor, mas tenha esse cuidado de se fazer dentro de uma realidade financeira tanto da instituição como do poder público ajudar, se houver uma crise financeira. Diminuir os custos. Achei válido o Fantour realizado, as operadoras conheçam Arcoverde em sua totalidade.

Convidar a secretaria de turismo para participar mais ativamente do festival.

4. Quais as potências que você enxerga para a continuação desse projeto nos próximos anos?

A perpetuação cultural do segmento do samba de coco de Arcoverde. A inclusão econômica que esse projeto traz em todos os segmentos direta e indiretamente na atividade de turismo e acredito que a potência do desenvolvimento econômico desse festival, contratação de mão de obra de infraestrutura, valorização do segmento artístico, dos artesãos, não só relacionados ao coco, a cidade, a gastronomia e toda essa rede de economia local. Acho que por isso essa importância fora a valorização da cultura do samba de coco.

5. Quais os desafios que você enxerga para a continuação desse projeto nos próximos anos?

enquanto gestão eu não acredito em nenhum desafio a não ser a percepção de equilíbrio financeiro de poder contribuir, o que me deixou muito triste de não poder contribuir pela importância que ele tem. O próximo ano, é a questão do apoio financeiro. Diminuição de FPM e outros.

Tem também a questão eleitoral, de não chocar data. Solicitamos o calendário da rota dos cocos. A única instituição que não nos respondeu foi o Sesc.

- FIM -

ENTREVISTADA: SRA. RITA MARIZE

EX-COORDENADORA DE ECONOMIA CRIATIVA DO SESC E GERENTE DO CENTRO CULTURAL DO SESC EM GARANHUNS - DATA: 24/11/2023

1. Como você observa a evolução do conceito do projeto desde a sua criação a esta última edição em 2023?

Na minha percepção, nenhum projeto de educação e cultura eles são projetos que se efetivam como evento. O conceito do projeto foi criado com uma ação de formação e o festival é um ponto muito celebrativo, um ponto de ampliação, um projeto de visibilidade. O conceito do projeto foi criado com uma grande ação formativa, mobilizadora de território. Ela não se estabelece em curto prazo. Ela se estabelece em médio e longo prazo. E aí, a ideia inicial do projeto é que ele tivesse essa ação estruturadora e formadora e que a cultura é um bem comercializado também, é um ambiente que gera negócio e mercado e a desenvolve e sabíamos que isso era muito difícil num primeiro momento. Não é uma cultura nossa desenvolver esse campo como um campo de mercado. Isso é um momento de formação de a nossa própria instituição. A gente teve uma assertividade muito grande de chamar as pessoas para conversar, para partilhar esse desejo e se esse desejo era comum, claro que a gente sabia que as pessoas dizerem que queriam para não perder a oportunidade, mas desde a sua criação até este momento, faço a ressalva que o segundo ano eu acompanhei mais pontuado, no entanto, acho que houve evolução de processos do próprio projeto. Acho que se estabelece já uma linha de formação para as pessoas, são camadas, e são camadas que chegam nos grupos, nos profissionais e nas pessoas também, e nos campos de atuação. O projeto e é importante ressaltar que a gente está em um processo na própria instituição, ele ainda estava em processo, não estava fechado e a gente vem caminhando com ele. Como as etapas de execução, de monitoramento. acho que que fomos desenvolvendo, eles tinham uma ideia, não um conceito aprofundado e foi sendo desdobrado e a gente entendendo, e depois vai se estabelecendo melhor agora, porque vai tendo mais aprofundamento do que se quer, na instituição e nos profissionais. Nós somos esse lugar também de orientação do próprio projeto. É importante que a gente esteja muito municiado do que a gente quer. O espaço que o Sesc se doa, se coloca, e desde sempre se estabelecer como parceiros e não realizadores e acho que a gente ainda não chegou neste lugar. Aí acho que é muito importante a gente ter esse monitoramento, porque a gente precisa revisitar o conceito, porque muitas pessoas entram e

saem, as gestões dos parceiros, então, sistematicamente precisam ser monitorado e monitorado no seu conceito.

E aí o conceito precisa ter uma evolução nisso. Não é um problema nosso, nem do Sesc, é um problema do Brasil o campo da educação. Nossa educação é muito setorizada em blocos. A educação é muito mais holística e o projeto tem um conceito que ele precisa se alargar. Tem que ter uma evolução maior. É um projeto de longo período. Não é de médio. O entendimento das partes, dos parceiros, do Sesc, grupos, instituições não governamentais, parceiros privados, precisam entender quando o lote vem, vem para todos, investimentos para a cidade, visibilidade para a cidade, turismo, visibilidade para a cidade com a cultura de vários grupos e não só o coco, porque o coco é uma só, tem essa delicadeza.

Acho que há uma evolução, mas acho que nos três anos poderia ser mais bem monitorado, porque se o monitoramento fosse mais assertivo, para o conceito não se esvaír porque é muito importante mantê-lo. A grande ênfase no monitoramento, se ele for bem-feito, a gente não perde o que foi criado e o que vai sendo reconfigurado.

2. Quais os pontos do projeto até agora que você pode apontar como potências e desafios para as próximas edições?

Como potências, acho que ele é um despertar para a cultura como negócio, mercado, como possibilidade de ver seu trabalho artístico cultural. A gente sabe por muitos anos e ainda é um processo de formação da estrutura desse mercado, a cultura por vezes é um lugar de sobrevivência. Acho que existe já uma predisposição, um despertar - formação é em camadas, os que já chamavam - a cultura é um mercado de trabalho. é um ponto potente de desdobramento. A sustentabilidade que se discute em suas diversas dimensões. Não só a econômica, para mim a econômica não é só financeira ela vai para um patamar das possibilidades. A economia é um campo de estudo de possibilidades. Abre uma porta também para esse campo de entendimento do que é desenvolvimento, o que é economia e como também essa sustentabilidade, abrir o pensamento, que é uma possibilidade de perpetuação da própria cultura. A gente tem outros territórios, as crianças e jovens ainda têm muita vergonha. Não se aproximam da sua manifestação cultural porque ela não tem perspectiva de futuro. Esse processo de empoderamento da brincadeira é muito importante para a perpetuação do próprio brinquedo e é ela que sustenta tudo. Quando a gente vai para Arcoverde, a gente quer ver aquilo, se não faz o brinquedo, não tem o que ver.

A gente quer ver presente ali aquele fervor do coco. Se não tem quem faça, tudo que a gente está falando vai para outro caminho. O fortalecimento dessas identidades culturais não só do coco. O coco vai puxando. Os outros querem entendimento para os seus também. Isso causa um reflexo. Essa visibilidade faz com que fortaleça essas culturas diversas. Vai fortalecendo a perpetuação das culturas. Algumas que estavam adormecidas vão sendo renovadas porque vai vendo que ali tem uma possibilidade de visibilidade, de viver daquilo. Muitos se acabam porque a pessoa não tem uma perspectiva de trabalho. Que é o que está acontecendo em Caruaru. Um ponto também muito importante é a ampliação da economia da cidade e do entorno. O que eu estou em Garanhuns eu estou vendo o que está acontecendo na cidade e no entorno. Eu vi isso e tive muita vontade de partilhar. A gente faz tanto e não consegue socializar com outras unidades. Quando eu partilhei, eu vi o interesse das pessoas, querendo saber a programação, quando ia ter um desse aqui, mais focado numa cultura. Isso tem um reverberar no entorno. E a economia local, que a gente ainda não chegou nesse ponto, mas na avaliação das vendas, dos resultados. Um hotel no momento um hotel no festival está lotado. Tudo bem que com a gente mesmo, os hotéis estão lotados naquele momento isso é importante. Os restaurantes bem frequentados. O que a gente gasta lá está investindo na feira, investindo no comércio. Isso para mim são pontos positivos. Acho que a produção também é muito interessante. Tem uma organização interessante, tem uma equipe que está em formação. Sinto muita dificuldade aqui ainda em Garanhuns. Arcoverde está numa trilha muito interessante de formação de profissionais.

Críticos - acho que os grupos precisam entender o papel deles no projeto de forma mais ampliada. Acho que eles devem entrar com mais ênfase no começo, meio e fim, e há um esforço para ser. Mas, esse ano, vi menos gente envolvida dos grupos do que no ano passado. Posso até estar errada. E tem as diferenças, pessoas que são melhores de trabalhar, não sei o que influenciou. E isso é um fator muito importante de engajamento e de entendimento do processo. E que é um projeto partilhado. Isso faz uma diferença. Ainda não há o abraço completo de que esse festival é nosso e não do Sesc. O monitoramento é difícil, é complexo, mas ele precisa ter uma sistematização e uma ênfase muito grande porque ele é quem faz sustentar a base do conceito, do orçamento. Por exemplo, eu sinto falta de dados de colhimento de dados, de impactos, precisamos andar um pouquinho nisso.

Outro ponto - ampliação de parceiros, desde as instâncias públicas a privadas. esse ano foi um desastre a participação da prefeitura. A chegada muito pequena. Os brios também. A incapacidade vai para o campo das personalidades. E a iniciativa privada um dono de hotel e como receber, achei que eles estavam bem-informados e engajados. Eles chegaram, indicado, mas é

como se tivesse no topo do iceberg. Eu posso me desdobrar mais para esse lugar. Tem ainda esse processo formativo desses outros setores e é uma falta de entendimento desse festival, das trilhas que estão passando por ali. É ter clareza que aquele negócio está rodando e pode ser melhorado se eu chegar junto.

Precisa melhorar a infraestrutura - o Cruzeiro tem uma estrutura boa, mas os outros são muito frágeis. O transporte também. Infraestrutura de uma forma geral. se organizar para esses momentos, de ser mais ampliado, de ajudar na divulgação. Na intensificação que o projeto é.

Faço uma ressalva, esse monitoramento partindo do Sesc porque a gente não trabalha com um projeto só, porque a gente trabalha com vários projetos. Se faz pequenos projetos ou mais projetos estruturados. A formação precisa melhorar. Ela tem que ser mais efetiva, tem que trazer, que a gente ainda está buscando profissionais fora, porque não há, mas esse é um processo. De todos envolvidos no projeto, inclusive nos outros setores. Dentro do HUB, houvesse uma participação maior do Sebrae para isso.

3. Que mudanças você percebe nos grupos de coco antes do projeto e depois destas três edições?

De alguma maneira, acho que existe uma pré-disposição para se ver cultura como mercado sistemático, não se sabe ainda fazer no aprofundamento, mas não é só o pontual. Tem que ser o sistemático. O mercado da cultura é sistemático. Isso ficou de alguma maneira forte neles. Com os ensaios, que não precisam ser espetacularizados. Eu ouvi em uma das reuniões, você quebrou a ciranda porque não tinha determinado material. Você pediu? O entendimento de que um ensaio na sua simplicidade faz parte de um processo, ele também é uma possibilidade de engajamento turístico. Isso foi muito interessante que um não tinha se ligado e o outro tinha se ligado. Ele faz como dá para fazer. Mas ele faz. A gente não precisa que o Sesc vá lá para montar a estrutura para a gente fazer e você pode buscar ajuda de outros grupos. Eu acho que isso é um processo de formação muito grande. Sistematizar os ensaios, organizar o cronograma para não fazer juntos, existe uma abertura para o comungar, para fazer um projeto maior que o festival também. Vejo também que eles têm esse sentimento da formação. Eles pedem. Desde o começo eles pediram. Mas eles pediam aleatoriamente. Eles estão mais focados. Eles não querem uma formação para o espaço, quero uma formação em apresentador de palco, eles vão vendo, nestes três anos quais são as dificuldades, as deficiências que eles têm na formação.

A gente oferece as formações sem ouvir a demanda. É uma outra coisa de demanda. É preciso viver de arte. Eles trabalham, à noite, eles brincam, desenvolvem sua atividade, no coco, mas

eles já estão vendo que é possível desenvolver outros trabalhos para uma renda mais efetiva. Com o festival, eles começam a ver que existem outras possibilidades de renda.

4. Você consegue identificar alguma transformação cultural, social e econômica depois desse projeto? Se sim, quais? (Exemplos: alguma inovação no coco? articulação/atuação em rede/maior sentimento de pertença do ritmo? efeito na renda dos coquistas ou do entorno)?

Eu acho. Eu consigo ver. Três anos é um tempo interessante de analisar com mais veemência. Ele já se estabeleceu na cidade. Este ano ele se estabeleceu no calendário da cidade. Já se espera por ele. Já é uma transformação social na cidade. As pessoas já esperam se apresentar. Algumas pessoas já frustradas por não conseguirem se colocar como queriam no festival. O entorno já há uma mobilização no festival de querer estar lá. Já espera grandes atrações, também, de ser um lugar que ver a cidade pulsando. Acho que isso em Garanhuns ficou o zunzunzum de querer estar lá e outra coisa que eu acho também que eu acho que a gente daqui há algumas edições o festival não é para ser um projeto só do Sesc, mas já se percebe essa potencialidade. É um grande ponto de atenção para mim. A memória porque é um momento do Sesc e muito em breve ele pode ser muito mais abraçado, essa formação, essa mobilização que são todas, desde a secretaria de saúde, de infraestrutura, de desenvolvimento, de ação social, de turismo, de ação, de lazer. junta aqui que a gente vai se abraçar todo mundo junto. Aquela fala de Melguizo. Para mim, quando isso, não vai ser da noite para o dia, mas já se enxerga só do Sesc. Para mim é muito difícil falar devagar.

- FIM -

ENTREVISTADO: SR. RODRIGO HENRIQUE SOUSA DE ARAÚJO

GERENTE E PROPRIETÁRIO DO MAXX HOTEL DE ARCOVERDE - 23/11/2023

1. Quais suas percepções sobre o Festival Sesc de Economia Criativa: Na Pisada dos Cocos do Nordeste, realizado neste mês, em Arcoverde-PE? (culturais, sociais e econômicas)

Aspecto cultural, acredito que o festival tenha valorizado a cultura local, majoritariamente local. É um festival que realmente está focado em desenvolver o pessoal da cultura da cidade e da região, trouxe algumas atrações nacionais, mas relacionadas ao evento e à cultura local e não simplesmente para atrair público.

Aspecto econômico - acredito que houve uma atração de turismo, sabemos que o turismo é fomentador de desenvolvimento local, foi um pouco menor este ano, foram duas semanas, como hotel percebo que ficou bastante movimentado e também eu vejo que tem a questão do negócio total, gastronomia, ao artesanato, que estava presente no evento. Taxa de ocupação. pegar no zap.

Aspecto social - O social é uma junção das duas coisas, gerando essa movimentação econômica e cultural, envolveu bastante gente de várias classes sociais e acredito que teve esse objetivo de atender diferentes públicos. Acredito que teve esse retorno econômico que foi bom socialmente.

2. Que conexões o festival estabeleceu e pode estabelecer com a instituição em que você atua? (Exemplos: parcerias realizadas, possíveis trabalhos que podem acontecer após o festival)

Como estou ligado totalmente ao turismo, conexão melhor impossível, porque é um fomento. É um incentivo ao desenvolvimento da cultura local, mostrar essa cultura local, mostrar a fazer com o que o pessoal da cultura, do artesanato, tenha um espaço, a tendência é que vá se profissionalizando, criando mais nome, vá se consolidando mais. O hotel por ser um equipamento turístico vamos ser um dos mais beneficiados com isso. Por isso, somos um dos patrocinadores. Isso é uma semente que vem plantando há três anos e que o pessoal da cultura se dedicasse a fazer esse evento cada vez melhor.

3. Que sugestões você daria para o festival para 2024?

Achei muito agradável. Bem a proposta da economia criativa. Houve uma diminuição do tempo do evento. Talvez essa tenha sido uma sugestão que eu daria, mas duas semanas é um tempo bom. Acho que três semanas acaba perdendo força. Divulgação com mais antecedência, porque

ficou bem em cima. Talvez não tenha trazido ainda turistas com foco no evento. Acho que minha sugestão seria divulgação mais antecipada e que se mantenha no calendário na mesma data para já gerar uma expectativa anual.

Talvez até como sugestão que não acontecesse uma vez só ao ano, mas pelo menos duas. No primeiro semestre e no segundo semestre porque não sei se assim, em formatos diferentes, mas seria importante porque não tem muito isso na cidade. Existem os eventos, tal, mas o foco é outro. Com esse foco na cultura local da economia criativa, não tem. E talvez uma vez só no ano, não seja, não é ruim, as talvez ser mais de uma vez.

4. Quais as potências que você enxerga para a continuação desse projeto nos próximos anos?

O festival está dando oportunidade para a cultura local e os artesãos locais e como está um evento que está acontecendo todo ano vai acabar sendo uma das grandes opções que o pessoal da cultura e do artesanato vai ter na cidade de visibilidade, de aparecer, de mostrar seu produto e seu serviço. Acredito que isso é o principal potencial. É fazer esse movimento crescer e ganhar força com o tempo.

5. Quais os desafios que você enxerga para a continuação desse projeto nos próximos anos?

Eu acho que o desafio é um pouco do que eu vejo no Sesc e na secretaria de turismo tem tentado trabalhar nisso é justamente essa cultura se manter, por isso pensei em questão de dois momentos, porque, até onde eu sei, grande parte desse pessoal não tem foco exclusivo nisso, alguns são professores, pedreiros, e quando dá fazem essas ações culturais no fim de semana. Particpei de algumas reuniões. Ter algumas oportunidades para que esse pessoal foque nessa parte artística. Com o andar das gerações isso acabar se perdendo, não ter estímulos para as gerações mais novas. Temos grandes nomes na cidade, mas já são senhores, e a gente não sabe se está se formando mais gente jovem para seguir. Essa cultura está aparentemente crescendo, ganhando força. Um festival desse tipo só vem ajudar para que isso continue acontecendo.

Temos também o reisado de caraíbas e o problema que está tendo lá é que os idosos já não têm mais fôlego, meio que está sumindo isso lá. Se não tiver incentivo para os jovens, que eles têm oportunidade, tem chance, tem espaço. Fica no povoado próximo.

- FIM -

ENTREVISTADO: SR. ROSILDO COELHO DE OLIVEIRA JÚNIOR

PROPRIETÁRIO VEM DE ANDADA. A MINHA ESPOSA FOI TAMBÉM, VANESSA PATRÍCIA DA SILVA - DATA: 22/11/2023

1. Como você avalia o roteiro proposto durante o Festival Sesc PE de economia criativa que você participou? (aspectos de conceito, organização, execução do roteiro, horários, prestação de serviços, o festival e suas apresentações)

O roteiro foi o foco da gente, quase não vimos apresentação. Foi muito corrido, foi muito cansativo. Não fomos olhar os shows e tal. À noite não participamos tanto. Sobre o roteiro, gostamos muito do roteiro, porque o pessoal de Arcoverde, a gente tem contato com o coco, lá tem a forma de dançar, a instrumentação muito mais rítmica do que o do litoral, a forma de dançar, o sapateado, é muito interessante e diferente do coco que a gente conhece do litoral. Fora isso, achamos muito interessante o coco Eremim. Achei muito legal o trabalho porque investe na renovação. Se não houver renovação, a cultura tende a morrer.

Uma coisa muito interessante que houve foi a observação astronômica. A gente não sabia que Arcoverde é a segunda cidade de observação astronômica. A gente não sabia disso. Foi um dos pontos altos do roteiro. A gente se interessou e trocou muita figurinha com a associação astronômica de Arcoverde. A organização foi tranquila. Foi muito bem-organizado. Os dias do coco. Gostamos muito do cronograma. O aspecto cultural com o coco, teve contato com a parte religiosa de Arcoverde, a outra fundação. O Santuário não conhecia. Os horários foram tranquilos. O pessoal pontual do Sesc.

Prestação de serviços na cidade - já conhecemos o Hotel Cruzeiro há muito tempo e tem um serviço de excelência. Restaurante Cantana, adoramos a proposta do restaurante. Comidas diferentes e muito bem servidas. Quando faz o roteiro a gente visita muito o Vale do Catimbau. Optamos pela hospedagem em Arcoverde para o turista aproveitar. Os serviços são basicamente esses, estamos satisfeitos.

Não chegaram a ver o festival. A gente aproveitou a noite para descansar.

2. Na sua opinião, quais foram os pontos altos do roteiro? Poderia detalhar o motivo?

já falou na questão anterior.

3. Na sua opinião, o que poderia ter sido feito de uma melhor maneira ou de outra forma no roteiro?

Não teve nenhum ponto negativo. Os atrativos. A proposta de mostrar o coco e as potencialidades que pode explorar. A questão econômica e religiosa. Nos interessamos muito do coco e da

astronomia e faz casadinha com Ecoturismo. (de 25 a 50 anos) A gente sentiu falta de divulgação. No Recife, ninguém estava sabendo disso.

4. Você pretende trabalhar esse roteiro em sua agência no ano que vem? Se sim, seria no mesmo formato ou precisa customizar algo?

A gente se interessou muito pela parte do coco mesmo e a parte astronômica. Teria que customizar com o que a gente faz com ecoturismo. Incluiria a visita às casas dos mestres. Ainda ontem estávamos ouvindo coco em casa e fica treinando, tentando fazer a Pisada Trupé. A gente ia comprar e acabou esquecendo. Estavam vendendo.

5. O que você sugere para o festival e para o roteiro o próximo ano?

Como a gente explora muito Ecoturismo, alguma parte em Ecoturismo em Arcoverde.

6. O que você enxerga como potências para o festival nos próximos anos?

Não participaram.

7. O que você enxerga como desafios para o festival nos próximos anos?

Não participaram. Mas acho que a divulgação. O conteúdo era muito bom. Achei a estrutura, achei muito boa. Dá uma pena ter uma estrutura muito boa e atrair os jovens. Atrair jovens de fora. É cultura deles. Quando a gente consegue transformar a cultura. Os jovens não escutam. Você não vê no show de Alceu Valença. Como trazer o jovem que não é de lá para conhecer o coco. Não vemos muitos jovens no show de Alceu Valença. transformar isso que seja alguma coisa viral. Por que não ter a dancinha do coco no tik tok? pegar blogueiros etc.

8. Você acredita que os grupos de samba de coco de Arcoverde são vetores de desenvolvimento social, econômico e cultural do município? Poderia detalhar sua resposta?

Sim. O turismo tem esse potencial de alavancar a economia local, que é subexplorado pelas prefeituras e outros atores do trade turístico. O coco você tem lugares que as pessoas vão ver só aqui. A Bahia da Traição as pessoas vão ver a cultura indígena, pagam para ir. Acampam. Fazem excursões para ter aquela vivência. E por que não fazer isso com o coco? ter um calendário permanente de apresentações? oficinas? muitas ideias que podem fazer com que Arcoverde seja incluído como terra do coco para eles entenderem que tem valor financeiro. Eles, os coquistas, e as pessoas que visitam. Eles se dedicam ensaiando, tem o financeiro e tem o tempo dele. Acredito que pelo que a gente conversou por valores, eles não sabem o valor deles, e as pessoas entenderem que têm de pagar. Paga R\$ 70 para tomar banho numa chapada e não querem pagar para ver o grupo de cultura. A partir que elas começam a receber uma renda daquilo, elas passam a ver sentido naquilo. Se não ganhar dinheiro com aquilo, as pessoas não se interessam em preservar e se desenvolver.

9. Após a experiência na cidade, como você enxerga o potencial turístico do município de Arcoverde?

Tem muito potencial, pela estrutura, pela proximidade com o vale do catimbau, a pedra furada de venturosa, e a questão cultural, é o ponto de passagem que tem mais condições de receber turistas.

10. Algo a acrescentar que não foi perguntado?

- FIM -

ENTREVISTADO: SR. RUDIMAR CONSTÂNCIO

GERENTE DE CULTURA DO SESC PE - DATA: 24/11/2023

1. Como você observa a evolução do conceito do projeto desde a sua criação a esta última edição em 2023?

O projeto ele surge pequeno, porque surge na ideia de trazer de volta para dentro do Sesc a cultura de tradição. Surge como festival de economia criativa na pisada do coco e dos caboclinhos. Só que com a tradição lá da cidade de goiana. De um lado os caboclinhos e outro os cocos. No primeiro ano já nasceu grande, foi incluso a feira da economia criativa, pequenininha, tanto goiana como Arcoverde e no ano seguinte é que nasce o hub, que nasce com o perfil de conectar essas duas cidades mais outras cidades, mais cinco cidades. chamamos economia criativa das 7 cidades e arrumar um nome que pudesse vender ao Sebrae e veio aí HUB e a conexão com a conexão da cultura ao nosso ver com a cultura de tradição juntamente com essa parte da economia, porque muitas vezes a gente desprezava das artes a questão da economia que estava atrelada ao capitalismo selvagem. É quando a gente abre um pouquinho o coração da gente para entender que economia não é uma palavra só do capitalismo, ela é de um sistema de produção do mundo, porque se não tiver economia não vai haver sobrevivência humana. E a partir daí a gente começa a perceber e aí o projeto já começa a crescer. A gente precisava ter um entendimento. Eu e Rita. A gente tinha que crescer e estar aberto para essas mudanças. A partir do momento que Paula e Oswaldo chegaram perto a gente passa a reestruturar o pensamento da gente de cultura. Se a gente não tivesse chegado essa ideia não conseguia transformar tanta coisa que a gente vê até agora. E evolução se dá a partir da gente próprio. A gente tinha que conhecer as pessoas das unidades. Os supervisores, os professores, a ideia era melhor confundir, porque era melhor deixar da outra forma, mas a gente construiu durante muitos anos castelos dentro do Sesc. Dez teatros, galerias, museus, mas a gente nunca esteve tão perto das comunidades. Atravessar as barreiras e estar dentro da comunidade. Primeiro você tem que se despir. Você para entrar na cultura dele. O projeto do Russo, que Russo criou a partir das experiências em outros lugares, a gente leva para dentro da favela, para dentro das pessoas que vivem com milícia, com drogas todos os dias. A gente vive com as travestis que estão dentro daquele meio, que vocês começam a entender a arte deles, a gente começa a ter aliado, as comunidades. Trabalhando hip hop, teatro deles, diferente, que é burguês, é empacotado, eu tenho que ocupar os teatros, fazer uma gestão maravilhosa das galerias e sair além dos muros. Tudo se atrela ao hub. O Entre-Ruas já é uma perspectiva do hub. A gente nunca mais vai fazer o mesmo. nada vai ser pensado sem a economia da cultura. Estou trazendo um novo conceito

para a cultura que ele nasceu da prática. Com toda a boa teoria ela nasce na prática. Ela não nasce uma teoria para virar prática. E essa teoria que eu estou trazendo, não é feita só por mim, é feita por todo mundo, mas principalmente para as pessoas que estão na base construindo essa inovação dentro do Sesc.

Arcoverde - na filosofia, ele sai de uma antítese, para uma tese, mas não chegaram a uma síntese. Saíram do senso comum e eles sabem o que querem fazer, mas a gente tem que trabalhar essa síntese com eles.

Das sete cidades, inclusive de Garanhuns, eles é que mais evoluem, no conceito de economia da cultura, mesmo tendo problema no conectivo com os cocos, conseguem dar passos mais largos do que nas outras unidades.

A gente ainda pensa separado. Aí é o conceito de fruição, formação e fomento e esse projeto HUB, não é um projeto sectário, aqui não é isso, isso ou aquilo. É indissociável. Se essas três coisas não acontecerem juntas e conectadas não chega a lugar nenhum. Porque é que Piedade não chega ainda ao conceito básico do projeto. Ela quer fazer a fruição, mas não pensa que a fruição já é a formação também. A partir do momento que eu trago as palestras e que as palestras não podem ser simplesmente palestra para teatro, porque a condução foi errada. O entre Ruas entrou no hub e o conceito vai estar lá. Ela não colocou oficina de teatro para o hub porque não cabia, porque houve acompanhamento. Izaias não conseguiu mergulhar com a força do início. Ele vai pegar. Ele está se ambientando para ele criar uma gestão que vai ter uma característica dele. Ele vai ter que dar a cara dele. No Entre-Ruas fez com que Izaias crescesse e pensasse outra forma de gerir. Santo Amaro ainda é um problema do conceito próprio de centro cultural. Não é a questão de Ricardo, as pessoas que estão lá não têm condições. Rita estava toda semana ali fazendo reunião.

Arcoverde não consegue ainda ser esses três eixos indissociavelmente. Eles não conseguem pensar que os três são uma coisa só. Eles fazem bem-feito, mas quando eles fazem muito bem-feito, não se percebe. Mas vai conseguir quando ver que esses elementos são um só, sem ser separados.

2. Quais os pontos do projeto até agora que você pode apontar como potências e desafios para as próximas edições?

Tem uma coisa no projeto que tinha que ser antes o equilíbrio que Eduardo consegue dar e o domínio que ele tem em relação aos populares. Não é uma coisa de cima para baixo, ele consegue se sentar. Ele é um homem fino. Ele consegue chegar no meio deles e dialogar com a mesma fala. Isso para mim é um ponto fundamental e tem feito as coisas darem certo. Esse é o ponto de

equilíbrio dentro do HUB em Arcoverde, é essa gestão. é saber conversar, dialogar, é não ter perdido, mesmo com quem falta. Ele não perde o equilíbrio nem desanima. Eu fui a três reuniões. Eu queria ir muito nessa.

Potência - a gestão participativa da gerente. Todos. Os serviços gerais trabalhando feliz. Isso é uma potência. Fazerem o trabalho.

Desafio - Eu queria descobrir por que que eles não estavam presentes nas palestras durante a execução do evento? Tem algum motivo que separou eles? Porque tudo aquilo é feito para eles, por eles. Para poder puxar as rédeas. Será que estão sendo colocadas coisas que estão sendo colocadas sem discutir com eles?

Desafio - Por que que eles não estão no desfile? São coisas que tem que dialogar com eles para dizer. Mesmo que vocês não concordem, vocês têm que estar lá. É um atrevimento para o cara o Senac ter colocado uma mulher loira para abrir o desfile. Mexeu no conceito que a gente criou do coco. Do boneco do mestre. Lembra que era uma coisa que a gente se orgulhava. Não precisa ter só ter uma barriga tanquinho. O coco é de preto. A maioria é do coco. Esse é o conceito básico. Quando a gente foge aí a gente tem que puxar para resgatar. tem uma coisa que eles fizeram no desfile foi a contemporaneidade da roupa. não precisa andar só de matulão. as cores. o naipe do tecido ele fala muito, ele colocou o coco ali dentro, mas precisava humanizar, os humanos a base desse conectivo.

Desafio - Quando começou o projeto, faça todos os processos, independente de quem vai fechar ou não, não teria problema com o palco, com a luz, já estaria licitado, não teria o alvoroço todo que puxou todo mundo. Isso é gestão. Tem dinheiro, tem.

3. Que mudanças você percebe nos grupos de coco antes do projeto e depois destas três edições?

É muita mudança. Como fui gerente de lá, percebo muito. Na época que era gerente, tinha inclusive violência física. Achava que um tomava o espaço do outro. Hoje, a gente sente e vê todos trabalhando. Botando sua arte e vendendo sua arte. Os raízes foram para a Europa. Os que têm menos espaço são os mais descansados. Vejo a mudança comportamental. Acho que o projeto mexeu no comportamento abusivo deles. De não respeitar o outro, de olhar dona Severina e o tempo todo o projeto está criando a valorização da ética com a estética. Eles não dizem mais isso de dona Severina. Hoje o neto dela tem outro comportamento. Ele estava mediando. Ele tratando todos os outros cocos como uma grande coisa. Isso para mim é mudança. Isso já mudou. Isso é coisa boa. Nenhum deles são iguais. Eles estão preocupados do outro ganhar também, não

só ele. O menino que dança, que é pequeno, que não valoriza dinheiro, eles dão para os pais o dinheiro do cachê deles. E os pais compram uma roupa melhor. Os pais estavam falando isso. Também observei que o que eles fazem pode mudar a vida deles porque entra dinheiro.

A organização social deles. para que a organização chegue no que a gente quer seria a questão do associativismo, porque se eles assumem que estão em condição a gente chega ao conceito maior do projeto, o que é conectivo, vai estar bem Edgard Morin, na ideia da complexidade. Lá vai rolar, vai acontecer, mas se cada parte dessa se segurar dentro dessa associação eles vão ser um todo, a gente ganha, eles ganham, a cidade ganha como um todo. Agora não era só do Cruzeiro, mas todos os outros estavam lotados. Os motoristas da gente foram para pousadas porque não tinham isso é mudança. A mudança não pode ser somente para mim. Consegui entender muito isso na tua gestão. Integrar é mudar. Se eu continuar pensando querendo as coisas para mim não vai haver conexão. Não vai ter hub não vai ter nada.

4. Você consegue identificar alguma transformação cultural, social e econômica depois desse projeto? Se sim, quais?

(Exemplos: alguma inovação no coco? articulação/atuação em rede/maior sentimento de pertença do ritmo? efeito na renda dos coquistas ou do entorno)?

Sim. Dentro do sim porque as coisas porque o elo ainda não se fechou. O elo iniciou. Digamos que estamos na primeira parte, as mudanças que a gente acredita que é a curto prazo, a médio prazo e a longo prazo. Estamos nesta primeira fase. A gente vê. A gente os vê querendo melhorar o ambiente de trabalho deles que se confunde com a casa. Eles estão agora mudando a aparência das roupas porque tem que ficar bonito para vender. Não é a gente que está dizendo que tem que mudar o figurino. A necessidade parte deles próprios. As outras mudanças que acho que é a cultural porque a partir do momento que eu viajo e não só um grupo viaja, mas ele traz o dinheiro para Arcoverde e isso vai de certa forma mexer, talvez não mexa na superestrutura da cidade, mas já mexe na estrutura da cidade, porque quando a gente mexer na superestrutura é que a verdadeira revolução está sendo feita onde as pessoas vão poder se empoderar. Esse território é meu, mas aquele também é meu e aquele é meu. O direito de ir e vir. Na constituição, só funciona se tiver dinheiro. A interculturalidade ela é muito importante para o desenvolvimento humano, como eu tenho a minha, vejo a do outro, que vai ver com que eu veja o meu mundo melhor, tirar o machismo. Quando a gente mudar, essas questões dessas pautas que são fundamentais para o desenvolvimento humano.

- FIM -

ENTREVISTADO: SR. SIDNEY ALMEIDA

ITAÚ CULTURAL - DATA: 24/11/2023

1. Quais suas percepções sobre o Festival Sesc de Economia Criativa: Na Pisada dos Cocos do Nordeste, realizado neste mês, em Arcoverde-PE? (culturais, sociais e econômicas)

Fiquei muito contente em ter participado e no aspecto culturalmente a gente fez uma visita no sábado pela manhã, foi muito marcante para mim é uma casa museu e diante das condições que a pessoas têm e enxergar o privilégio que a gente tem, local, instituição, um orçamento de R\$ 300 mil a R\$ 400 mil por ano e a gente tem isso para um projeto e a quantidade de privilégio que a gente tem e tanto de coisa legal que esse pessoal faz de preservação da memória, muita sabedoria com tão pouco em termos financeiros, sempre atrás de lei de fomento. Conversei com o Jaelton, da estação da cultura, no processo de formação, se tinha continuidade, porque ele sempre tem a verba muito curta. Cultural do Nordeste para o mundo a gente sempre tem muito a aprender. A gente volta com muita ideia das trocas, é importante ter essas trocas cada vez mais, mas toda vez que eu volto desses encontros eu volto com ideias e querendo fazer milhares de coisas a partir das vivências que tem e que a gente conhece. O espaço é muito rico. A gente em 2007 ou 2008 tivemos contato com o coco de Arcoverde é tradicional e carrega o nome de Arcoverde através do coco. O coco em si já tinha escutado falar de Arcoverde através do coco. Acho que é uma linguagem que eu estou mais apropriado que é a linguagem musical. Já trabalho e já trabalhei com pessoas que já frequentaram Arcoverde por festas regionais, por São João e outras pessoas que frequentaram aquele lugar. Culturalmente, o coco representa para mim Arcoverde. Socialmente, a gente vê, principalmente de economia criativa, teve uma fala, na mesa que eu estava, a gente já faz isso a muito tempo, mas não tinha sistematizado. A gente vai fomentando isso, em bairros, em pequenos coletivos, de várias formas, e geralmente, hoje, a gente trabalha com arte/cultura, mas nem sempre é sobre isso. A costureira faz o movimento com a costura do bairro, possibilidade que tem no momento. Socialmente quando a gente troca as falas, as ideias, faz a gente expandir um pouco essas ideias mentalmente falando, tem uma ligação direta quando a gente vê a formação das pessoas ali. A própria estação da cultura ali. Eles já têm o processo de formação da cidade. É um polo cultural que foi ocupado e as pessoas resistiram ali para poder resistir de alguma maneira. Socialmente, o evento em si e toda essa economia, essa junção de coisas que é construída de uma forma coletiva, faz ser o que é e tem uma potência gigantesca. A gente costuma dizer que a gente faz, essa arte, de inclusão, de formação, de seres pensantes, nem sempre é sobre dinheiro, é sofre, afeto, sobre cuidado, quando

a gente constrói essa rede, através dos coletivos, a gente consegue mensurar o poder que a arte tem. E a gente faz o papel do estado. Aqui em SP, a gente dava aula e as pessoas não entravam nas escolas porque eram escolas porque eram periféricos. Hoje a gente vê esses meninos tocando em bandas, através da música. Socialmente toda essa construção coletiva ela é fundamental para formação cidadão, cidadãs, seres humanos, coração bom, com cabeça pensante, de forma produtiva. Pensando de fora, o que seria de uma Jéssica, de um Jeferson, do Adalberto, do Roosevelt, o que seria dessas pessoas se não fosse a arte naquele lugar? Eles se profissionalizaram. O que seria dessas pessoas que trabalham com arte naquele lugar e dos grupos. Quando a gente vai nas programações noturnas na praça, a gente entende um pouco. Eu tenho comigo todo lugar que eu vou eu acho muito importante fomentar e movimentar a economia daquele lugar de alguma forma. Quando a gente tem projeto selecionado na cidade, e a gente vai para a cidade a gente tenta fazer com que a pessoa daquele lugar trabalhe naquele projeto de uma forma muito ativa e direta. Quando a gente conversa com o proponente que tem o projeto aprovado de que isso pode ser uma profissão. Um articulador cultural. Cursos para isso, cursos gratuitos. Lugares para frequentar. Economicamente eu acho que o festival em si ele tem essa potência, esse poder de despertar isso nas pessoas quando vai para uma rodada de negócios por exemplo. Eu achei muito fantástico quando foi a fala da Carol Fescina colocar um trabalho de uma forma que não é agressiva, de uma forma não palpável, como você vai vender isso de uma forma não agressiva. Um local de acolhimento que as pessoas estavam conhecendo os trabalhos. Tem pessoas que fazem arte naquele lugar. Por que a gente não pega um teatro de bonecos do Rio Grande do Sul e não pega de Arcoverde? O festival faz girar a economia desse lugar, gerar renda através do trabalho. Quando você vai na casa museu, a história da família Lopes. As pessoas que vão, quando você volta, volta com milhares de coisas na cabeça e de possibilidades. E é com o evento que você tem conhecimento do trabalho dos outros.

A feira compro lembrança para um monte de gente. Eu trouxe bebida. Um boi para colocar. Sempre vou lembrar daquele lugar. Alimentação, acho muito legal. Achei fantástica a cena gastrô que é uma forma de movimentar e de expandir. Acho que as pessoas podem ver novas ideias. Novos parceiros para fazer um prato. Ter restaurantes parceiros que criam pratos para o festival, atrair pessoas, romper barreiras, porque a gente não pode fazer isso sempre. Isso do festival único. Será que não rola isso no São João? De repente não rola fazer isso que é uma cidade que a comemoração é forte nessa época do ano? E através desse encontro de economia criativa, cada fala, cada colocação vai plantando uma sementinha, sobretudo nos jovens. O que me chamou a atenção é que tem muito jovem dançando coco e tocando coco. Isso é muito difícil

de ver, resgate de cultura popular na Bahia os meninos novos estavam com vergonha. O Fulô do Barro, o Marcelo, o Diogo, da Casa Museu. Gravei no dia que eu achei fantástico. E são meninos novos. Esse tipo de coisa a gente não vê aqui. Sul Sudeste é muito difícil. Os meninos entendendo de onde veio e a importância de manter esse vínculo. A menina que tocou pandeiro em algumas apresentações. vai conversando e um pouco da música. Quando ela olha, já entende onde avança e recua. E a sensibilidade só vem quando a pessoa está muito disposta a aprender e entende aquilo. Economicamente, nem é sempre por dinheiro, mas fazer as pessoas pensarem quanto é importante isso. O que o pode ser feito? através desse encontro é fundamental porque através deles despertar o interesse nos mais novos.

2. Que conexões o festival estabeleceu e pode estabelecer com a instituição em que você atua? (Exemplos: parcerias realizadas, possíveis trabalhos que podem acontecer após o festival)

A gente sempre trabalha com planejamento principalmente financeiro, anual, hoje a gente não tem nenhuma conexão direta com o festival. A gente tem feito muitas coisas com os Sesc, faz uns anos que a gente frequenta o aldeia do velho chico em Petrolina, a gente frequenta Sesc aqui em São Paulo, parceria de São Paulo. a gente tem um Sesc na frente da instituição, em parceria com o Sesc, cada vez mais, a instituição, a gente era um instituto, agora a gente virou uma fundação e vem sofrendo várias mudanças e vem passando por mudanças. Uma questão mais burocrática, outras questões que a gente não consegue fugir pelo tamanho da instituição, a gente vem estabelecendo essas conexões e estamos sendo provocados por estas conexões. Fiquei 3 dias e meio lá faz a gente voltar para casa quais as possibilidades que a gente tem dentro da nossa área de atuação o que a gente pode fazer. Tem algum programa de patrocínio interno que pode patrocinar a estação da cultura? o que a gente pode fazer? a gente vem trabalhando em parcerias cada vez mais. Mas nesse momento ainda é embrionária. A gente ainda vai levar para a pauta e vai ver o que consegue. Se eu tivesse um encontro desse todo mês com toda certeza teria 300 coisas para pensar o que a gente pode fazer. Mas reforço a importância desses encontros. Neste momento, pelo menos eu, não consegui falar como Vinícius ainda, ele entrou em férias, é sentar e rascunhar as possibilidades que a gente tem. Uma semana de coco aqui. Uma semana de música regional? Que eu atuo muito mais na área de artes cênicas? será que a gente não consegue trazer o grupo de retalhos para cá? A gente vem trabalhando cada vez mais em instituições não só com o Sesc.

3. Que sugestões você daria para o festival para 2024?

Uma coisa que eu gostei muito foi o formato do festival, dos shows, dos dois palcos, a localização deles sonoramente dizendo que a maneira que foi construída foi muito bem colocado, o grupo já puxaram para o outro palco para entregar para o outro artista e ir intercalando. Fazer os shows um pouquinho mais cedo, porque eu acho que ali teve muita atração legal, mas reparava que começava com um público x e acabava com o público y e tinha muito idoso no lugar. Tinha muita esta questão da idade com a hora de dormir. Na sexta-feira, fiquei até meia noite. O sábado eu fui dormir às 3h da manhã. E a programação foi muito legal. Eu sempre gosto da expressão menos é mais. você coloca muita coisa e fica muito difícil escolher o que fazer. Quando você tem menos coisa num intervalo de tempo que as pessoas consigam ir ao banheiro, tomar uma água, as coisas aconteciam muito no Sesc, na biblioteca, na estação da cultura, para mim, estava num lugar muito cômodo, mas tem gente que vem de fora que não vem como convidado, vem como ouvinte e quer participar encontra uma certa dificuldade até nesta questão da locomoção. A questão do horário do show que mais me pegou. Achei a programação fantástica. A forma como foi construído o começo, meio e fim, na minha visão era a questão do início e término dos shows. No Spok mesmo eu queria ver.

4. Quais as potências que você enxerga para a continuação desse projeto nos próximos anos?

A organização que eu vi ali não parece ser de terceira edição. por isso eu falo das pessoas que fizeram e fazem. Tem uma logística e tem uma coisa de produção na área que eu atuo que eu senti que foi muito perfeito. Falando em perfeição, nesta terceira edição, tanto em divulgação, como potencial de público, ele tem muito atrativo. acho que a cidade em si respira um pouco de arte através do coco, tanto que eu volto a dizer que conhecia o nome da cidade pelo coco. Existe uma procura desse pessoal do Norte/Nordeste. Tem muita gente olhando para esse polo cultural norte/nordeste dentro da sua grandeza, mas começando a entender que isso é uma grandeza que a gente tem muito a exportar esse tipo de arte. Fazer uma turnê na Europa, por exemplo. O festival tem potência muito grande para crescimento e desenvolvimento da própria cidade. Eu perguntei por que tem tantas farmácias em Arcoverde? Ele falou que tem faculdade de saúde. Se ele é atrativo do ponto de vista da farmácia, ele pode ser também do ponto de vista de cultura também. Tem que investir uma verba, seja governo, estado, iniciativa privada como patrocínio. Se mostra o que faz e vai somando mão de obra. Empresta cadeira um por outro. As pessoas não têm mão de obra que deveria ter. São a mão de obra. Quando o coletivo está motivado, é difícil segurar. A galera está muito motivada para fazer arte. Quando chama o Itaú, quando chama o MST, chama os gestores dos outros Sesc que podem pensar em ações de parcerias, mas expandir

também esse convite a outros lugares e outras instituições e a gente falando da terceira edição, para entender o que rola naquele lugar, o que tem potencial. É pensar novos parceiros, no intuito de vem ver o que a gente faz. Falou da Casa de allemberg quindins. Eles têm parceria com uma instituição de Portugal para fazer intercâmbio. Fazer museologia, produção cultural. Júnior. Ele criou uma empresa de transporte. Ele mesmo faz o processo de formação para fazer visita guiada. Levar um pouco para fora. Você tem a história, a casa, os grupos, o que você pode fazer com essas coisas? o festival deveria pensar em novos parceiros, parceiros estratégicos. Localidade geográfica também. Contemplar todos os estados brasileiros. Isso vai ser legal. Pensar numa instituição de Belém, do Rio Grande do Sul? São essas conexões que vão fazendo para expandir. Tem um baita de um potencial. Muita coisa já gira ali em torno do festival. Não sei se a cidade é tão movimentada como estava. Achei a cidade bem movimentada. a gente não conseguiu ficar no mesmo hotel porque não tinha vaga. Isso é um ponto para pensar positivamente. Acho que acaba girando e fortalecendo a economia do lugar com o festival e expandir isso através das relações que você vai convidando para conhecer esse trabalho. Isso chegou com uns 20, 25 dias de antecedência. Se isso fosse feito antes, porque as pessoas precisam se programar financeiramente, com tempo para isso, você acaba dando uma margem para a pessoa participar. Ser sempre na mesma época do ano para ir fortalecendo que comecem a enxergar o festival. Rede social na atualidade funciona muito. Milhares de possibilidades. Quando a gente pensa num planejamento para festival, rede social faz a gente expandir um pouco. Conhece lugares, vê pessoas através da rede social e depois da pandemia isso se configurou como uma ferramenta. Antes da pandemia, jamais ia fazer, reunião virtual, show etc. A internet é um ponto crucial para potencializar o festival.

5. Quais os desafios que você enxerga para a continuação desse projeto nos próximos anos?

Acho que verba é sempre um desafio porque as empresas cada vez mais tem sido provocado para que precisa fazer mais com menos e, às vezes, é menos de ser retirado e a inflação vem comendo o resto. O que você faria com R\$ 100 mil ano passado, não faz com R\$ 100 mil este ano nem ano que vem. O orçamento é sempre o vilão para você manter o projeto, remunerando todas as pessoas envolvidas e mantendo a qualidade. Achei muito legal este ano. Se você entrega um festival menor ano que vem, se caiu, sempre quando a gente pensa ele é sempre orçamentário. É o maior dos vilões. Quando olha para as pessoas, elas estão muito a fim de fazer. Não é um trabalho fácil. Você não vai trabalhar seis horas ou oito horas por dia. Tem gente que fez isso lindamente no rosto. Uma escala de folga. Acho que a principal ferramenta é ter pessoas

dispostas a fazer, porque sem pessoas as coisas não funcionam. Eu não vi o Everson um dia de cara feia. Ele estava sempre sorrindo. Solícito um com o outro. Quando você é recebido como você quer ser recebido. Ela estava ciente do que estava fazendo e com muita dedicação e carinho pela coisa. Isso é fundamental. Temos que olhar para as pessoas e remunerar essas pessoas da melhor maneira possível. Sempre atrelado ao orçamento.

- FIM –

ENTREVISTADA: SRA. TÂMMARA NERY

AGÊNCIA DE TURISMO DE ARCOVERDE - 21/11/2023

Eu entrei no final de maio de 2022 quando tivemos a reunião da apresentação do projeto em Santa Rita então no decorrer do projeto tinha a questão das caravanas. Na época que Rita estava na coordenação. Em 2022, o que a gente fez foi organização de logística, de hospedagem, e a parte de cultura do Sesc e Senac viram as pessoas que iam participar. de Casa Amarela e Santo Amaro. Em agosto, nós fizemos o experimento de levar os agentes de Arcoverde para experimentar nova Olinda o que poderia ser repercutida em Arcoverde. Logo depois, em novembro, recebemos as caravanas de Santo Amaro e Casa Amarela, artistas, presidente da Abav para fazer o experimento das rotas do coco no festival. Camila Brito ficou com a parte de logística de roteiro e de hospedagem, reserva e transporte. Essas pessoas foram do seu fazer da cultura, e de turismo só veio só Marcelo para trazer esse olhar. Em novembro, o roteiro que nós executamos foi o coco raízes de Arcoverde, a sambada no alto do cruzeiro e à noite a apresentação no festival. Foram 3 dias, da sexta ao domingo. No segundo dia fizemos o Vale do Catimbau que fomos à igreja, para fazer a conexão ecológica, visitamos o ateliê de um mestre artesão, mestre Benício, e na parte da tarde, fim de tarde fizemos a visita do mestre Cícero no coco Trupé. Quando a gente terminava essa vivência, direcionava para a programação do festival, à noite, com o desfile. Já no final de tarde para contemplar a noite. E no último dia tivemos a vivência com o samba de coco das Irmãs Lopes. Trabalhar justamente estes três mestres. O pleito. Foi a primeira fora a época da consultoria foi a execução mesmo do roteiro com outras pessoas e outras áreas. Em 2021, Pedro e Airon testaram esse roteiro e receberam estas pessoas. Não lembra com quem foi testado. mas pela conversa com guia local, já fez. Com relação à execução rota de cocos de Arcoverde a Caravana foi nessa intenção de testar.

Teve um prêmio que inscreveu porque já tínhamos elaborado o material fruto da consultoria. E o plano de mkt, a elaboração do material e o roteiro e de um mapa turístico, executou oficinas de precificação, de atendimento com os grupos, o desfecho em 2022 das rotas, contratado pelo festival dos cocos. Uma coisa que comentei o que a gente precisa construir. Aguida perguntou o que precisava construir. Eu disse que precisava de um material que chegasse a turista tanto individual quanto para grupos. Airon, Pedro e Tâmara e veio a elaboração do mapa turístico que contou com a mão de obra técnica de um egresso do laboratório de Cartografia da UPE. Foi um ex-aluno, Hugo, sob a orientação do dr. Jorge, fez essa contratação com o cartógrafo, fez a elaboração, o estudo, a medição dos pontos. E foi esse material que utilizou para inscrever no prêmio do ano passado em dezembro. primeira semana. Foi lançado no festival.

Na avaliação fizeram de 2022 para 2023, era que precisava trazer mais pessoas do trade. De ponto forte, a própria experiência, independente. A experiência do indivíduo. O samba de coco ela traz um mergulho para uma cultura que ainda pouca gente conhece. Nós que somos da capital esse aprofundamento mesmo, essa vivência, que é o que pega do criativo é muito positivo. Tivemos uma média de 30 participantes do ano passado e todos saíram mobilizados com a experiência. Como Arcoverde é um ambiente cultural. Vai muito mais além do que um ponto de passagem. Pela escuta. Que todos falam. Indo para 2023, o que foi pensado para a gente levar para positivo trazendo a experiência para pessoas que fazem o turismo, agentes de viagens, que montam grupos, as empresas de turismo local. Foi muito a fala de Marcelo waked em 2022. Achava muito importante. É uma promessa, mas é preciso formar o primeiro núcleo. sugiro no ano que vem trazer mais a agência e outras pessoas. E isso se reflita em outras áreas da cidade. Em julho, agosto conversei com Águida e a ideia mesmo era em agosto. Antes de tirar férias, no meu retorno, já em outubro, não conseguiu fechar as excursões para Arcoverde porque as meninas abriram, mas não tiveram adesão porque não tinha a programação fechada. Se anteciparam como sempre faz, mas não consegui. Abrimos quantas excursões? Casa Amarela abriu uma, mas não conseguiu fechar. Então, tentar trabalhar ações de turismo. Nas negociações com patrocinadores, como está sem orçamento para fazer uma caravana - diária - fazer fantour pequena. Solicita transporte ao Sesc e focar em empresas que tenham interesse no segmento de Arcoverde e que já trabalham em região circunvizinha. A gente pode negociar uma tarifa net com o Cruzeiro, que fica bem abaixo, duas diárias, e aí a gente custeia essa viagem. O transporte saindo do Sesc de Santo Amaro, as vivências com os grupos e dois almoços. Empresários circular na cena gastrô. O Dono do posto cruzeiro concordou. Tivemos diária de 150,00 duas diárias e duplo R\$ 200,00. A própria agência de viagem pagou. A gente fez uma programação muito explícito. Um experimento conhecer a região. Ficou muito acessível. Os famtours, geralmente, quando as operadoras fazem, custeados 100% e alguns pagam uma taxa. Fomos neste viés. O mercado pagar uma taxa e formular parcerias. Ao todo, aderiram 7 agências. Deu ao todo, 9 pessoas. A Avante é conduzida por um casal e a andata também. E aí a escolha dessas agências. Cada uma delas a gente escolheu pelos segmentos que trabalhava. Algumas fiz contato, a Avante é nosso fornecedor com o Sesc Santo Amaro, passeio por Goiana, Lisandra já fez e eles fazem o turismo criativo. Eles queriam conhecer o Sesc Arcoverde, mas não tinha a proposta ainda. Pedagógico, Educatur, Espaço Tour e a Caravana Turismo. Duas dessas empresas, Educatur e Caravana turismo já são clientes de Guadalupe.

Trazer o pedagógico, região de pesqueira e catimbau, 90% têm interesse de conhecer. A empresa vem de andada que foi uma das pioneiras em Pernambuco com o ecoturismo, e a Avante que é específica de turismo criativo que ganhou prêmio também no ano passado, que ganharam em primeiro lugar. A gente analisou que são possíveis parceiros para preparar o território. Fiquei muito feliz com a execução do roteiro. Saiu 100% da proposta. Foco era o samba de coco, mas foi interessante que a gente trabalhou com recorte que não conheciam. Grande parte, só Alfredo mesmo conhecia um pouco de Arcoverde, da região, não conheciam. Não tinha vivência. Não tinha noção de serviço de cultura, gastronomia, foi muito positivo para o ano que vem. Com relação até para a área de negócio da nossa unidade. Viram teatro, restaurante. E na execução do roteiro em si, obviamente tivemos algumas observações, como, por exemplo, a caravana turismo, com um volume grande de alunos, um roteiro dentro da sede do samba de coco das irmãs Lopes ou Trupé talvez ficasse inviável, por causa do acesso, mas que eles já vislumbram voltar para Arcoverde, para fazer o estudo com mais tempo para ver o valor do Salão de Festas para fazer a visita do grupo aqui. Grupo de dois ônibus: 60 a 80 alunos. Já a Avante turismo avaliaram muito bem o roteiro. Tinha clientes individuais para ter essa experiência. O Sesc paga aos cocos. Os grupos já têm uma tabela de valores, por pessoa, se for uma vivência que tenha que dar uma demonstração, um munguzá, uma cocada, acrescenta um valor. Sem gastronomia, R\$ 15,00 com gastronomia R\$ 20,00. Os grupos vão receber diretamente se for numa futura experiência. Circula dinheiro novo para o grupo. Novidade, tivemos duas experiências novas, no primeiro dia, tivemos a contemplação do pôr do sol no cruzeiro novo, Associação Astronômica de Arcoverde. Arcoverde é conhecida como uma das melhores cidades para observar o céu. Eles fazem observatório na cidade. O eclipse solar, tomou o cruzeiro novo. Movimentam muito bem as redes sociais. A ideia foi mostrar outras coisas. Marlon gosta muito de divulgar o trabalho. Poderia curtir o pôr do sol e falar um pouco do trabalho. Vai durar meia hora. Sexta, sábado e domingo. Sexta-feira. De acordo com o roteiro. Coco Eremim. Valderlan tentou trabalhar que as crianças mesmo fizessem a mediação. Se inspirou em nova Olinda. Recebendo e dando as boas-vindas e fazendo a demonstração do maracatu e do samba de coco e treinam os meninos para falar. Achou bem positivo. Não tinha contemplado o grupo eremim. Achou bastante positivo. Fez um vatapá tudo muito organizado. Cumpriram. Sobre Cruzeiro Novo, falou que faz a intervenção nas escolas. O pessoal gostou bastante. No sábado, fomos para as irmãs Lopes e aí aproveitando o ensejo e os curadores se reuniram conosco com Amanda e o grupo. a mestra severina estava um pouco cansada, mas foi muito bacana. Amanda faz uma fala interativa. Tipo da pisada. Não teve gastronomia. Eles falam da história, a questão das músicas. tem o time. A visita dura uma hora e uma hora e vinte. Envolvem as pessoas para dançar. Ensinam os passos.

Propõem uma roda, um canto, ensina a fazer uma dinâmica que todos interagem e dançam. Antes da feira livre, paramos na estação da Cultura. Na estação da cultura, fez o passeio externo e Dani explicou a importância. Não pontuamos para parar lá. Era panorâmico, mas a gente desceu para eles visualizarem melhor. Daniela fez uma mediação, informando o que é o espaço, qual o papel da estação na cidade, estava tendo aula de teatro e almoço no Cantana na cena gastrô. Seguimos para o CECORA, da feira livre da cidade, para apresentar o comércio, é um espaço que parece com o mercado de São José, queijo artesanal, queijo manteiga, mel de Arcoverde, pesquisar sobre o apiário. Nesse dia a gente simplesmente levou, mas a guia local levou. Uma pessoa específica, ligou para ele e separou. Fomos depois para a parte religiosa, que tem o recorte do catolicismo muito forte, algumas agências poderiam trabalhar o turismo religioso/Católico. Cedec, fica na BR é um complexo, um santuário, que tem a parte de hospedagem e restaurante, e a própria obra e tem uma trilha da misericórdia, é um espaço religioso e tem muita força. Tem site. a população tem um respeito muito grande pelas obras e também por englobar vários movimentos de cultura. Caravana turismo, Alfredo, não fizemos nenhuma programação que contemplasse algo específico religioso, explicou qual o trabalho do santuário. No espaço, Natal muito forte, Vida e Luz, o espetáculo, fizemos a trilha da misericórdia com eles, um caminho, explicando, mas que não entrou no mérito religioso de ninguém. No final, todo mundo gostou muito e Alfredo e ele já comentou comigo um roteiro de Cimbres e indo para Arcoverde - caminhos da fé. Depois desse dia, o dia todo, retornaram para o hotel, deixou livre para jantar por lá e na noite as apresentações, os espetáculos. Foi muito bom. Domingo - Fizemos a vivência com o coco trupé, que foi um desfecho bem emocionante, porque quando chegamos na casa do trupé eles já estavam na frente da casa e cada um com figurino e uma coisa que a gente queria trabalhar no grupo. Talvez a pessoa nunca viu e teve contato. Se você demonstrar o figurino e os acessórios. Não teve isso nas irmãs Lopes. Estavam com roupa de ensaio. A guia local, Daniela, que levantou. Nos recepcionaram na porta, o mestre Cícero cantando, figurino colorido, bem bonito. Valette explicou que cada figurino tinha uma etapa. Os tipos de figurinos. A conversa. Teve o chá e uns bolinhos. Marca registrada dela. Teve uma conversa com o grupo. Falou da história da música da vida tava tão boa. O Alfredo parou e disse: ó mestre, queria saber se você sofreu por amor? A essência de amar. Se prepararam tecnicamente para receber. Eles acharam muito especial. Deu vontade de voltar. O raízes não estava na cidade.

(Flor do barro tivemos ação do pedagógico com a escola Sesc. Não foi com o turismo.)

Almoço no Sesc. Depois já iam embora. Não reclamaram do almoço.

Tâmara - O que evoluiu de um ano para o outro. Trabalhar a experiência. É preciso um trabalho de sensibilização. Olha, pessoal, é possível colocar o figurino? Aos poucos ir trabalhando. Até então, das experiências do ano passado, é algo promissor sim. Precisa de alguns ajustes, mas entendo também que é de acesso de eles trabalharem. O coco eremim na sede não tem condições. Estude levando para lá. Já tem essa capacidade. E também eu acho que é realmente o diálogo com os grupos que não ficarem pensando só a prefeitura. para uma apresentação para 40 pessoas. Colocamos um toldo na frente da casa do mestre. A rua comporta para fazer sambada. O trupé não tem o toldo e muitas vezes a prefeitura não tem. R\$ 15,00 por pessoa. Isso de uma conversa com agente de viagem pode ter para outros. 30 pessoas. Tem que pedir à prefeitura? Tem coisa que já pode ser trabalho. Não tem som. Pedi até a Valete para fazer os chaveirinhos. Faltando a assinatura do mestre. Um carimbo. Coloca. São essas coisas que fazem parte. Eles não tinham objetos para vender. Artesanato. Eles não têm. Arcoverde não tem um artesanato genuíno. No meu olhar, eu discordo. O coco é a prova. Não colocaram para vender nem o tamanco. Fizemos formação de turismo com Airon, apresentou um case na paraíba, uma palestra. Mas acho que é esse trabalho mesmo da sensibilização turística. Pode ser a primeira ou a última no destino. Trabalhar a memória. É algo que vai circular dinheiro para os grupos. Aos poucos é que está começando a ideia do turismo dentro da atividade deles. Receber outras agências sem ser o Sesc. tem que se antenar. Outra percepção minha, foi o estudo que a consultoria entregou. A sinalização turística da cidade. Se não tiver acesso ao mapa turístico. Cabe ao poder público. Numa escuta a consultoria afirmou que é um problema. Ainda é a consultoria de Pedro e Airon. Depende da prefeitura, aí estamos aguardando. Para 2024, acho que a primeira coisa nós vamos receber com certeza grupos das agências. Lisandra este ano fez uma excursão de Santo Amaro, no São João, contemplando as rotas de coco, não vamos deixar de ofertar grupos. Fazer uma escuta com os cocos. Não pensei o que podemos fazer para 2024. Se for um fantour para o ano que vem, que ele fosse 100% subsidiário, hoteleiro, pessoas de eventos, que promovem festivais. Empresa de consultoria de hotéis. É um know-how, contato dos hotéis aqui para conhecer o serviço deles, como melhorar a ocupação, não para implantar hotéis novos, as pessoas de eventos para agregar mais ao festival mesmo, divulgação network, seria interessante e também porque eles iam perceber que é uma cidade do sertão que tem um comércio muito forte, está no portal do sertão de eventos na cidade. Equipamentos para eventos na cidade. A parte de mídia - digital influencer - outras agências de turismo maiores. Receptivo. Luck Viagens, uma Martur. Não sei se para uma rodada de executarem aqui, mas o olhar dessas pessoas é importante. Quando eu vim morar aqui, o Marcos, que é o diretor da Martur, o que tem no entorno, um destino, quer saber o que tem no entorno, o que tem em Buíque, vale do catimbau. Tereza Urso executou um

passeio contemplando viagem com o Sesc. Fez passeio de um dia com Cedec e fez samba de coco das irmãs Lopes e almoço no Sesc. O passeio DN financiou 80% das despesas. Saiu bem barato e o público-alvo é comerciário . R\$ 29 reais o pessoas. Foram umas 40 pessoas. Embora no final da tarde, mas contemplaram a feira do Giro Criativo e agregou o Museu dos Bois. Foi um passeio bem bacana. Está fazendo taxa de ocupação dos hotéis, Max Hotel, LW e Cruzeiro. Conversou com os restaurantes, Aguida e Alana. Não conversou com os restaurantes. Produtor. **Maria Alice** - conversar com ela. Pegar a percepção dela sobre a visita. Ela vem trabalhando muito o criativo. O conceito. O autor do turismo criativo. RECRUA. É uma pessoa que fez parte do grupo.

- FIM -

ENTREVISTADA: SRA. VERÔNICA RIBEIRO

GESTORA DE PROJETOS DE ECONOMIA CRIATIVA DA INSTITUIÇÃO NO ESTADO -
DATA:

1. Quais suas percepções sobre o Festival Sesc de Economia Criativa: Na Pisada dos Cocos do Nordeste, realizado neste mês, em Arcoverde-PE? (culturais, sociais e econômicas)

Verônica - cultural - ficou muito bem impressionada, até porque a gente trabalha como economia criativa, mas essa dimensão do estado como um todo, a gente não tem quando está na região metropolitana do Recife, só vivência cultura quando você vai no lugar. Não adianta você ler, você precisa ir até lá. A rodada que houve foi muito importante. A apresentação das pessoas, elas de fato estão imbuídas do trabalho que elas fazem e com muita desenvoltura, até mesmo aquelas que nunca se apresentaram em público e demonstrou timidez, é característico mesmo dela, do lugar que ela vive, da falta de oportunidade, e vocês permitirem isso é muito importante, porque quebra essa barreira, ela consegue falar, uma colega de vocês chorou. Você vê que não tem um formato ideal de rodada de negócios, o ideal é a forma que elas fazem, e eles ficaram muito livres. Eu fiquei encantada pelo aspecto cultural. Senti falta de outros players que não fosse Sesc, de outras empresas que pudessem comercializar, dar oportunidades, em outros festivais, em outros eventos, a gente peca às vezes por contemplar o nosso sistema S e não contemplar mercado. O sistema S é superimportante, a gente trazer centrais Sesc, principalmente vocês que trabalham com a disseminação da cultura no país todo, é importante identificar também quem no mercado pode permitir isso. O mercado de moda faz isso muito bem, quando faz as feiras, e os lojistas podem ir até lá, com hospedagem, passagem, porque sabe que aquele lojista vai lá fechar negócio. Isso é um ponto de observação que a gente tem que designar um recurso para trazer o mercado para trazer para estes eventos.

Social - fantástico. Inclusive à noite quando a gente foi para o desfile e o samba de coco na praça até o meu marido que é pacato se animou, queria levar outras pessoas, porque não sabia que acontecia isso. Ver em ambiente de praça, muito legal ver famílias, jovens e idosos.

Econômico - a feira muito bem-organizada, de fato a gente sempre precisa melhorar. É a questão da comunicação, do marketing, das redes sociais. Aproveitar nossas redes sociais para fazer isso. Vi muita gente, mas local, as que estavam de fora estavam envolvidas em outra parte do festival, mas precisa melhorar isso. Buscar divulgação para trazer o público.

Em relação ao evento de moda, como é minha área, de fato não foi um desfile de moda. As peças que foram desfiladas são muito simples. Se pegou uma costureira que fez aquelas peças, ficou bonito, ficou, mas tem que de fato criar uma cultura de fazer um desenvolvimento de coleção

para um desfile de moda. Não tinha nada autoral. É uma roupa que encontra em qualquer loja. Você vê que não tem uma marca ou várias marcas. Vários profissionais. Não sei se Arcoverde tem isso, mas como o HUB é um trabalho estadual, talvez fazer uma chamada pública antes, convidar designer, estilistas, para ver antes, e ter um mentor. Fazer jornadas criativas, trazer um mentor que faz oficinas de cocriarão com estilistas e faz uma coleção, ou para vender. Não necessariamente uma passarela. Vocês conseguiram uma costureira que fez o trabalho dela percebe que aquilo ali não é um desfile de moda. Mas achei muito bacana usar os locais, que estavam desfilando e depois estarem cantando.

2. Que conexões o festival estabeleceu e pode estabelecer com a instituição em que você atua? (Exemplos: parcerias realizadas, possíveis trabalhos que podem acontecer após o festival)

Tudo isso que eu falei, inclusive quando eu cheguei aqui comentei com algumas pessoas é justamente isso. A fala que você trouxe antes, o SEBRAE não tem participado das ações do convênio, a gente precisa estabelecer essas relações desde o início, os papéis, porque não se trata apenas da transferência de recursos. Na própria elaboração do convênio, tem que se prever por isso. Eu fui porque eu gosto, todo apreço por Oswaldo e você, mas se eu não desse prioridade a isso, não precisaria de ir. Isso estando no escopo do convênio de que haverá esses momentos de participação do Sebrae e do Sesc de troca fica mais bem pactuado. Mas a conexão é total, o que a gente faz, e vocês têm muito mais essa vertente de pôr a mão na massa, e a gente enquanto SEBRAE só consegue fazer isso se terceirizar, se fizer parceria, não é do dia a dia do nosso trabalho, a gente trabalha muito com gestão, que a gente se garante, mas se for para essa área mais técnica, mais de colocar a mão na massa, tem que parceirizar, tem que terceirizar ou parceirizar. E acho que o Sesc faz isso com brilhantismo.

3. Que sugestões você daria para o festival para 2024?

Sugestão de uma chamada é legal (de moda) para envolver mercado. De trazer players do mercado para a rodada. Identificar quem tem interesse e que trabalha no estado e fora do estado promovendo esses grupos de cultura para participar, porque dá maior visibilidade e condições para eles terem resultado. Essa pactuação com os parceiros - falo Sebrae - porque a gente fez o convênio, mas todos os parceiros, para que ele seja maior, mais inclusivo, isso só faz crescer, porque a gente não faz nada só. Quanto mais a gente envolve parceiros, a gente faz o evento. O Porto Digital faz isso com muita propriedade. Ele faz com propriedade e ele se autopromove.

Tudo aquilo não é feito pelo Porto Digital, é feito por parceiros. É um evento que ganhou visibilidade nacional.

4. Quais as potências que você enxerga para a continuação desse projeto nos próximos anos?

Potência temos cultura em abundância. Acho que a própria gestão governamental com a Raquel que está preocupada em interiorizar as ações por ser uma pessoa de Caruaru. Trazer governo, não só em roda de conversa, mas também em outras ações.

5. Quais os desafios que você enxerga para a continuação desse projeto nos próximos anos?

Eu vejo desafio primeiro é poder documentar o que aconteceu neste e nos anos anteriores para angariar recursos para o próximo. No próprio Sebrae, a gente vem conversando sobre isso, que a gente só vai apoiar aquilo que vem dando certo, que tem números para a gente apresentar, porque muitas vezes não tem documentação. Os dados não foram registrados, guardados para que digam que vale a pena investir neste evento porque ele tem reverberação, ele tem resultados. Esses resultados são muito importantes serem registrados. O desafio maior é econômico-financeiro, quando você viabiliza isso, você quase viabiliza tudo. A outra é ter mão de obra especializada para fazer as coisas certas, porque às vezes você contrata, mas não consegue o resultado que você quer. O desafio maior é recurso. Até porque vocês têm uma equipe boa para executar. De recurso e dar esse ar profissional, não é porque é cultura que vai ser uma festa. A gente precisa dar essa conotação de negócio. É muito importante registrar os resultados. Ter isso num relatório bacana, que as pessoas leiam, mesmo quem não participou e tenham a real visibilidade do que foi o evento. Quem participou, sabe, por mais que você fale, não está especificado. Não vi na mídia, é muito importante registrar. Se você não tem registrado, a notícia passa e não fica nada ou fica muito pouco.

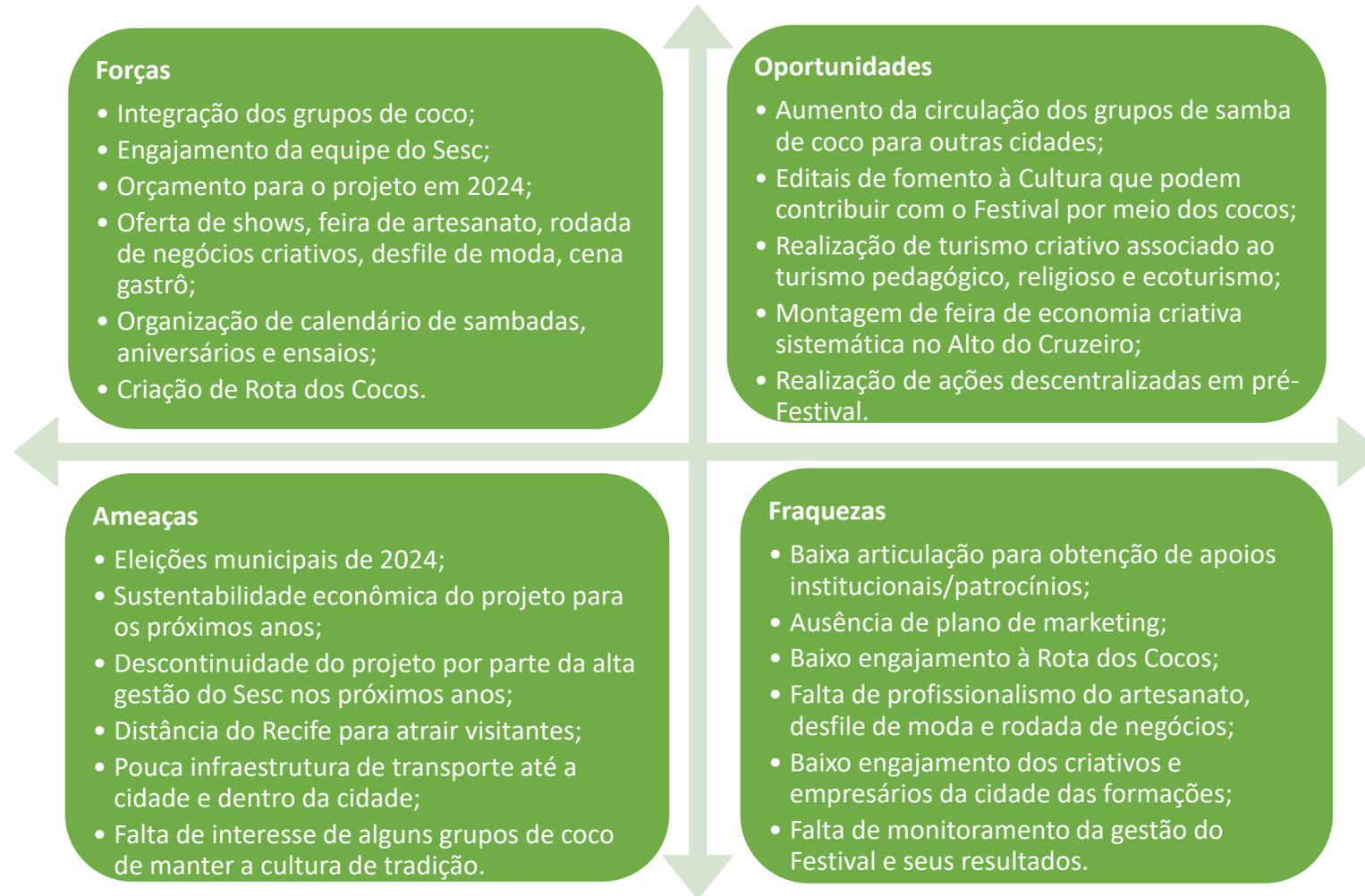
- FIM -

Planejamento Estratégico - Festival Sesc de Economia Criativa: Na Pisada dos Cocos do Nordeste

Premissas

Ano de início do planejamento	2024
Planejar quantos anos?	5 anos
Alinhamento com as Diretrizes do Sesc 2022-2026	Atuação em rede
	Sustentabilidade
	Ações de Afirmação Institucional
Missão do Festival	Desenvolver ações de economia criativa baseadas na cultura popular para contribuir com o desenvolvimento local.
Visão	Ser referência nacional em projeto de economia criativa pautado na cultura de tradição.
Valores	Preservação das culturas populares
	Acolhimento
	Integridade
	Excelência
	Diversidade
	Inclusão
	Respeito
Sustentabilidade	

Matriz SWOT – Festival Sesc de Economia Criativa: Na Pisada dos Cocos do Nordeste



Março/2024



FESTIVAL SESC DE ECONOMIA CRIATIVA

Na pisada dos
cocos do Nordeste

SESC Fecomércio
Senac

. Sobre o Sesc

O Serviço Social do Comércio (Sesc) está presente em todos os estados brasileiros com atividades essenciais nos campos de educação, saúde, cultura, lazer e assistência, para a melhoria da qualidade de vida dos trabalhadores do comércio de bens, serviços e turismo. São mais de 55 milhões de pessoas atendidas em 2.2 mil municípios. Fundado em 1946, em Pernambuco iniciou suas atividades em 1947. Atualmente, possui 20 unidades operacionais em 15 municípios no estado.

. Cultura no Sesc

O Sesc entende que a cultura é uma pertinente ferramenta de transformação do indivíduo e da sociedade. Incentivamos a produção e difusão artística, atuando como elemento de articulação entre produtores e interessados em bens culturais. Contamos com uma infraestrutura para dança, música, artes plásticas, artesanato, cinema, literatura, ópera, fotografia e circo. Além de espaços especializados como uma rede de teatros, cinema, bibliotecas, galerias de arte, museu de arte sacra, estúdio de gravação e salas existentes nas unidades do Sesc da Região Metropolitana e do Interior do Estado.



OBJETIVO



Proporcionar o fortalecimento dos grupos artísticos de samba de coco, através do estímulo à Economia Criativa, bem como fomentar e difundir a cultura de tradição.



Justificativa

São muitos e bem diversos os grupos que carregam em sua essência a denominação “coco”, manifestação popular desenvolvida em diferentes lugares da região Nordeste, nela se entrelaçam memória oral, música, canto e dança.

A cidade de Arcoverde tem forte vocação para o turismo cultural e de eventos e uma infraestrutura favorável ao turismo, fatores que contribuem para o crescimento da economia local. Contudo, a integração do setor ainda é algo que pode ser melhorado. Vários elementos compõem essa cadeia produtiva, por isso, faz-se necessária a criação e implementação de uma rota de turismo (Rota dos Cocos) que invista no turismo de experiência e no turismo criativo, favorecendo a promoção do bem estar social com a facilitação do acesso à bens culturais e o desenvolvimento econômico do campo da cultura e da economia local.



• RESULTADOS ESPERADOS

- Realização de um programa formativo que qualifique os grupos culturais vinculados ao samba de coco, fortalecendo-os e difundindo a cultura de tradição;
- Fomentar a democratização do acesso ao público em geral à arte enquanto processo de construção social, desenvolvimento de cidadania e experiência simbólica;
- Criar e implementar a Rota dos Cocos;
- Formação de uma rede colaborativa dos diversos atores (artistas, poder público, empresas e pessoas vinculadas ao trade turístico, sistema S) responsáveis pela efetivação dos objetivos do projeto;
- Impulsionar o desenvolvimento da economia local através da contratação de serviços (hospedagem, alimentação, transporte, contratações artísticas, etc); bem como a movimentação econômica da cadeia produtiva artística do estado;

EIXOS de Atuação



Rota
dos Cocos



Ações
Formativas

Festival

. Ações Formativas



As ações formativas têm como objetivo desenvolver práticas de sustentabilidade favoráveis para o desenvolvimento cultural e econômico dos grupos de cocos; articular os saberes e práticas da música e da dança dos cocos do Nordeste; qualificar a mão de obra local para influir e direcionar o crescimento do mercado da cultura das cidades onde for realizado este projeto.

Em 2021 foram realizadas 40 ações formativas. Foram elas: Rodas de conversas – Saberes e vivências; oficinas; intercâmbio em escolas da rede pública de ensino e Workshops.

Quem?



. Rota dos Cocos



Tem como objetivo geral potencializar a cadeia produtiva da cultura e turismo, contribuindo para a promoção, valorização e competitividade dos territórios a partir dos grupos de coco de Arcoverde.

- Promover a interação entre os grupos de coco para aprimoramento da comunicação e desenvolvimento da cadeia produtiva de turismo em Arcoverde;
- Fomentar o desenvolvimento integrado a partir da Economia Criativa;
- Promover e valorizar os profissionais e atores locais dos Cocos de Arcoverde;
- Buscar o crescimento sustentável, a partir do acesso a mercado;
- Qualificar os arranjos produtivos culturais para o desenvolvimento da cadeia produtiva de turismo;
- Inovar com foco na vocação territorial dos grupos de Coco, trabalhando a governança;
- Apoiar na preservação da identidade e cultura dos cocos.



. Festival em 2021



+ 8050

Pessoas Atendidas

22

+ 13

Apresentações artísticas
musicais de grupos de tradição
oral de PE, PB, AL.

+ 40

Apresentações Formativas

+ 5

Dias de Programação

+ 6

Ações educativas com alunos
da Rede Pública de Ensino

+ Exposição Artística;

+ Feira Giro Criativo com
12 EXPOSITORES;

+ Turismo de experiência com
excursionistas de Recife - PE.

51 milhões



Festival em 2022

- Execução do calendário de eventos; ✓
- Desenvolvimento do Plano Estratégico da Rota dos Cocos (criação de comitê gestor, qualificação, comunicação e marketing, roteirização e Famtur);
- Estudo Iconográfico; ✓
- Ações formativas no campo das artes; ✓
- Ações formativas na área de Designer de Moda (desafio/ desfile/ Fenearte); ✓
- Visitas de campo em rotas turísticas que desenvolvam turismo de experiência e economia criativa. ✓



Festival em 2022

- Curso de Produção de Eventos;
- Curso de Gestão Cultural;
- Curso Produção Musical
- Curso de Expressão Corporal e Consciência cênica e Imagem;
- Curso de sonorização, roadie, iluminação, cênica, roteiro;
- Consultoria em Museologia e Patrimonialização (mediação e curadoria)
- Consultoria jurídica (direitos autorais);
- Palestra sobre Associativismo;
- Curso de Manipulação e boas práticas;
- Consultoria em artesanato de identidade;
- Curso no campo do artesanato(serigrafia, estamparia, entre outros);
- Consultoria/Curso de design em moda Cocos de Arcoverde;
- Curso de Técnico de Guia de Turismo;
- Curso de produção e edição de audiovisual para mídias sociais;
- Curso gestão de mídias digitais;
- Curso Captação de recursos e elaboração de projetos;
- Curso de Storytelling;
- Curso de Atendimento ao Turista.



**Fecomércio
Senac**

Siga-nos! sescpe.org.br



PER
NAM
BURO

PLANO ESTRATÉGICO



Realização:



Apoio:



APRESENTAÇÃO

O presente documento sintetiza os resultados das proposições e das discussões mantidas com os grupos de coco de Arcoverde que fazem parte da Ação do I Festival SESC de Economia Criativa na implantação da Rotas dos Cocos.

Este relatório sucede o trabalho que vem sendo desenvolvido com Setor de Cultura do SESC Arcoverde, que detalha os cenários internos e externos dos Cocos sob o ponto de vista da governança, da estrutura e dos serviços específicos do segmento, capacitação e qualificação dos artistas, comunicação e marketing, sua produção associada e potenciais do turismo. Ressalta-se que nesse documento foi elaborado com base nas avaliações feitas durante as visitas técnicas aos cocos e rodas de conversa.

O documento está estruturado em 03 partes: metodologia utilizada para realização do plano estratégico, plano de ações propriamente dito e considerações finais. No capítulo relativo ao Plano estão detalhados: ações distribuídas por eixos estratégicos - contemplando prazos, metas, custos e responsáveis - e ainda, cronograma.

1. METODOLOGIA

O Plano Estratégico da Rota dos Cocos, pelo viés do Festival de Economia Criativa foi realizado no mês de outubro de 2021 na unidade do Sesc Arcoverde através de uma roda de conversa. Para este desenvolvimento, foram convidados todos os grupos de coco, analistas do SESC, representantes da gestão municipal da cidade diretamente ligados ao turismo e cultura, parceiros dessa ação.

Assim, a oficina iniciou pela apresentação dos resultados das avaliações das visitas técnicas aos cocos apresentados pelos consultores, seguido dos aspectos destacados na análise e foi sucedida pelas discussões das seguintes temáticas, nessa ordem:

- a) – Pontos positivos, pontos de melhoria
- b) – Oportunidades
- c) – Conclusão

✓ **FORÇAS**

- Personalidade Jurídica
- Músicas autorais / Cds / Dvds
- Sede própria / Museu
- Patrimônio Vivo (Mestre Assis)
- Confecção de produtos e figurinos
- Gastronomia
- Festivais e Aniversários dos grupos
- Títulos de Mestres aos componentes dos grupos
- Grupo com integrantes jovens

✓ **FRAQUEZAS**

- Espaço físico limitado
- Dificuldades de reunir o grupo para ensaios
- Poucos recursos tecnológicos
- Falta de Sede e acervos
- Recursos financeiros
- Falta de equipamentos de som e visual
- Comunicação entre os grupos e integrantes internos
- Visibilidade dos grupos e produtos
- Formação de públicos em espaços como escolas
- Burocracia e documentação na contratação dos grupos

✓ OPORTUNIDADES

- Comercialização dos produtos produzidos
- Loja virtual
- Produção de Cd coletivo com produção dos grupos
- Experiências de shows fora do país
- Fortalecimento dos grupos
- Festas Juninas
- Rota dos Cocos / Turismo
- Oficinas em espaços públicos e escolas

✓ AMEAÇAS

- Falta de sinalização nas Sedes
- Visibilidade dos grupos e produtos
- Pandemia
- Trabalhos paralelos aos do grupo
- Falta de recursos financeiros e incentivos pelos órgãos governamentais
- Vulnerabilidade Social nas comunidades
- Manutenção dos grupos (espaços)

A segunda parte da oficina foi o início da construção do Calendário de Eventos da Rota dos Cocos. As discussões foram realizadas com a audiência completa, isto é, não foi feita a divisão em grupos de trabalho,

A figura a seguir resume as etapas envolvidas para a elaboração do Plano Estratégico e inclui a etapa seguinte, relativa à implementação e monitoramento das ações.



2. PLANO ESTRATÉGICO

Assim, neste planejamento procurou-se não só identificar as ações mas organizá-las de acordo 6 pontos principais:

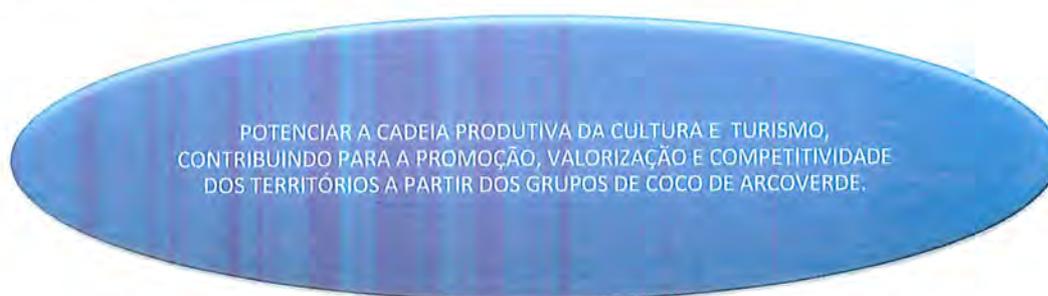
- a) O que fazer - ações propriamente ditas
- b) Como fazer – detalhamento das ações
- c) Quando fazer - prazos para execução (cronograma de ações)
- d) Quanto pagar para fazer – custos aproximados
- e) Quem vai fazer– responsáveis diretos por sua execução e seus apoiadores
- f) Para que fazer – meta que se pretende com a ação



Detalhamento dos conteúdos do Plano Estratégico

2.1. Objetivo principal e objetivos secundários

O Plano Estratégico da Rota dos Cocos tem como objetivo principal



Como objetivos secundários foram identificados os seguintes aspectos:

- Promover a interação entre os grupos de coco para aprimoramento da comunicação e desenvolvimento da cadeia produtiva de turismo em Arcoverde;
- Fomentar o desenvolvimento integrado a partir da Economia Criativa;
- Promover e valorizar os profissionais e atores locais dos Cocos de Arcoverde;
- Buscar o crescimento sustentável, a partir do acesso a mercado;
- Qualificar os arranjos produtivos culturais para o desenvolvimento da cadeia produtiva de turismo;
- Inovar com foco na vocação territorial dos grupos de Coco, trabalhando a governança;
- Apoiar na preservação da identidade e cultura dos cocos

Ressalta-se que estes objetivos foram definidos por ocasião da apresentação da ação e, portanto, previamente ao fechamento do Plano

2.2. Público Beneficiário

Como beneficiários deste plano têm-se todos os atores dos Cocos de Arcoverde ligados direta ou indiretamente a cadeia produtiva do turismo e cultura e que fazem parte da Estruturação da Rota dos Cocos de Arcoverde, sendo pessoas físicas ou jurídicas e potenciais empreendedores (organizações não governamentais, empresas, parceiros).

2.3. Eixos estratégicos

Tendo em vista os escopos de competência dos principais coordenadores do plano SESC PE, Prefeitura de Arcoverde e de seus parceiros (SEBRAE, Gov. do Estado, FECOMERCIO), foram definidos 04 eixos estratégicos principais:

- a) Gestão e relacionamento – aspectos relativos à governança, articulação e parcerias da Rota.
- b) Capacitação e qualificação – ações relacionadas a cursos, treinamentos, seminários, consultorias, missões de benchmarking, qualificação, formatação de produtos.
- c) Comunicação e marketing da Rota – materiais promocionais e mídias diversas, formatos e conteúdo.
- d) Eventos e Acesso a mercado – Calendário, lançamento, comercialização.



Eixos estratégicos do Planejamento

2.4. Ações ordenadas por eixos

Nesta secção, ordenaram-se as ações (o que) por eixos estratégicos, complementando-as com a meta correspondente (para que), e inclui-se ainda o parâmetro de valor (quanto), e os responsáveis pela mesma (quem) .

Destaca-se que o prazo de execução (quando) constitui-se um capítulo à parte (cronograma) e por este motivo não se encontra listado como campo principal das tabelas a seguir, junto aos demais quesitos.

2.4.1. Gestão e relações institucionais

AÇÃO (O QUE)	COMO	QUANTO	PARA QUE (META)	RESPONS 1	RESPONS 2
<ul style="list-style-type: none"> • Buscar parceiros para fortalecimento da Rota (Empetur, SENAI, Programa de Artesanato, Mtur) 	Através de reuniões e apresentação do Projeto.	0	Aumento de visibilidade e apoio	SESC	Consultores
<ul style="list-style-type: none"> • Criar um comitê Gestor 	Através de indicação dos grupos		Fortalecer a governança	Sesc	Sec. Cultura
<ul style="list-style-type: none"> • Criar Associação dos Cocos de Arcoverde 	Através do comitê gestor	0	Estruturação da governança	Comitê gestor	Grupos de Coco
<ul style="list-style-type: none"> • Promover sistematicamente rodas de conversa entre os Cocos 					

2.4.2. Capacitação e qualificação

AÇÃO (O QUE)	COMO	PRIORIDADE	PARA QUE (MET)
<ul style="list-style-type: none"> • Formação de Associativismo e Formalização /Cultural • Curso Captação de recursos e elaboração de projetos 	<p>Mini Curso</p> <p>Mini Curso</p>	<p>1</p> <p>1</p>	<p>Formalização dos grupos , conhecimento na área de produção coletiva</p> <p>Captação de recursos, autonomia</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Curso de Storytelling 	Contratação de Instrutor	2	Formação de grupos para acolher
<ul style="list-style-type: none"> • Curso de Atendimento ao Turista 	Buscar curso junto ao SEBRAE	2	Formação de atendentes e condutores de grupos de coc
<ul style="list-style-type: none"> • Curso de produção edição (fotografia , vídeos) de audiovisual para mídias sociais • Curso gestão de Mídias digitais 	Buscar oficina junto ao SEBRAE	<p>1</p> <p>3</p>	Formação de gestores de míc
<ul style="list-style-type: none"> • Curso de Técnico de Guia de Turismo 	Buscar curso junto ao SEBRAE	1	Formação de G

<ul style="list-style-type: none"> • Consultoria/Curso de design em moda Cocos de Arcoverde 	Buscar consultoria através do SENAC	1	Formação de m de obra
<ul style="list-style-type: none"> • Consultoria em artesanato de identidade • Curso de técnicas (serigrafia, estamparia, etc) 	Buscar parceria com o programa do Gov. do Estado	1	Melhoria na produção de artesanato
<ul style="list-style-type: none"> • Curso de Manipulação e boas práticas 	Buscar parceria	3	Capacitação de mão de obra
<ul style="list-style-type: none"> • Palestra Associativismo 	Palestra de sensibilização	1	Sensibilizar para importância de associação
<ul style="list-style-type: none"> • Curso de precificação 	Buscar junto a parceiro		Capacitar para mercado
<ul style="list-style-type: none"> • Curso de Produção de eventos 	Buscar junto a parceiros		Capacitar para mercado
<ul style="list-style-type: none"> • Curso de gestão cultural 	Buscar junto a parceiros		Capacitar para mercado

<ul style="list-style-type: none"> • Curso de produção musical 	Através de capacitação		Capacitar para mercado
<ul style="list-style-type: none"> • Curso de Expressão Corporal e Consciência cênica e Imagem; 	Através de capacitação		Capacitação para mercado
<ul style="list-style-type: none"> • Curso de sonorização, roadie , iluminação, cênica, roteiro 	Através de capacitação		Capacitação para mercado
<ul style="list-style-type: none"> • Consultoria jurídica (direitos autorais) 	Através de contratação de consultoria		capacitação
<ul style="list-style-type: none"> • Consultoria em Museologia e Patrimonialização (mediação e curadoria) 	Através de consultoria		capacitação

2.4.3. Comunicação e marketing

AÇÃO (O QUE)	COMO	QUANTO	PARA QUE (META)
<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar Identidade visual da Rota 	Através da marca		Consolidação da marca
<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar um guia eletrônico/Video Institucional da 	Buscar um provedor de solução/coletar material contratar empresa		Marketing e promoção da rota

Rota			
<ul style="list-style-type: none"> Fortalecer a presença digital 	Mídias alimentados		Divulgação posicionamento digital
<ul style="list-style-type: none"> Elaborar material digital 	Através de coleta de informações e fotos		Material para comercialização e marketing
<ul style="list-style-type: none"> Sinalização 	Criar a sinalização das sedes com o uso da marca		Identificação padronização da Rota

2.4.4. Eventos e Acesso a mercado

AÇÃO (O QUE)	COMO	QUANTO	PARA QUE (META)
<ul style="list-style-type: none"> Lançar o calendário da Rota dos Cocos 	Através da imprensa e mídia		Ter samba de coco o ano todo
<ul style="list-style-type: none"> Promover Visita Técnica a Ilha de Deus 	Através de uma caravana com os cocos		Benchmarking
<ul style="list-style-type: none"> Promover visita técnica a Nova Olinda 			

<ul style="list-style-type: none"> • Visita técnica Armazém da Criatividade 	<p>Através de uma caravana</p>		<p>Benchmarking</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Participar de feiras de turismo 	<p>Através de Caravana</p>		<p>Promoção e comercialização da Rota</p>

2.5. Resultados esperados

Fortalecimento da Rota dos Cocos

Estruturação da Governança

Aumento do fluxo turístico

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a efetivação do Sesc Festival de Economia Criativa, e o lançamento do calendário de eventos da Rota dos Cocos, espera-se que as ações comecem a ser efetivadas, que a cidade se vista de Coco o ano todo, as sedes aumentem seus fluxos de visitação e consigam escoar sua produção associada, que a Rota seja propagada nacionalmente e se consolide no trade turístico dando maior visibilidade a tradição dos Cocos.

Ayron Kerlly Santos / Pedro Brandão
Consultores de Turismo

ANEXOS

Rotas dos Cocos 2022 – Arcoverde/PE

JANEIRO

ENSAIO ABERTO – Coco Raízes

DATA: 15 (sábado)

FEVEREIRO

ENSAIO ABERTO – Quebra Coco Aliança

DATA: 12 (sábado)

MARÇO

ENSAIO ABERTO – Coco Fulô do Barro

DATA: 12 (sábado)

FESTIVAIS E ANIVERSÁRIOS

DATA: 27 – Aniversário Coco Pisada Segura

ABRIL

ENSAIO ABERTO – Coco Eremim

DATA: 30 (sábado)

MAIO

FESTIVAIS E ANIVERSÁRIOS

DATA: 02 – Aniversário Coco Trupé

ENSAIO ABERTO – Coco Pisada Segura

DATA: 28 (sábado)

JUNHO

FESTIVAIS E ANIVERSÁRIOS

DATA: 11 – Aniversário Irmãs Lopes

DATA: 14 – Aniversário Quebra Coco Aliança

SÃO JOÃO

DATA:

JULHO

ENSAIO ABERTO – Coco Trupé

DATA: 16 (sábado)

FESTIVAIS E ANIVERSÁRIOS

DATA: 28 – Coco Fulô de Barro

AGOSTO

FESTIVAIS E ANIVERSÁRIOS

DATA: 12 a 14 – Festival Lula Calixto

ENSAIO ABERTO – Coco Eremim

DATA: 27 (sábado)

SETEMBRO

ENSAIO ABERTO – Coco Irmãs Lopes

DATA: 24 (sábado)

OUTUBRO

FESTIVAIS E ANIVERSÁRIOS

DATA: 01 – Aniversário Coco Eremim

ENSAIO ABERTO – Quebra Coco Aliança

DATA: 29 (sábado)

NOVEMBRO

FESTIVAIS E ANIVERSÁRIOS

SESC – Festival de Economia Criativa

DATA: 03 a 13 de novembro.

DEZEMBRO

FESTIVAIS E ANIVERSÁRIOS

DATA: 11 de dezembro – Última sambada do Coco Trupé

ENSAIO ABERTO – Confraternização Rota dos Cocos

DATA: A definir (Arcoverde, Natal do Coração)

PROPOSTA DE PORTFÓLIO

Rota dos Cocos de Arcoverde

Apresentação: A cidade de Arcoverde, no sertão Pernambucano, ganhou notoriedade pelas suas manifestações culturais e, sobretudo, pelos grupos de samba de coco que com toda sua expressão e valor histórico ganhou espaço em grandes festivais populares no Brasil e exterior.

Neste contexto, a rota tem o intuito de reafirmar o título dado a Arcoverde de "Capital do samba de coco", fomentando a produção cultural e transformando o coco em um produto que pode ser desfrutado o ano inteiro pela comunidade e turistas, através de ensaios abertos, festivais e comemorações.

Somado a isso, a criação de roteiros de visitação objetiva a abertura ao público das sedes dos grupos, já que são verdadeiros museus orgânicos e contam a história das famílias e mant m viva a memória dos mestres e artistas populares da cidade.

Dentro da economia criativa, os grupos - compostos em sua maioria por famílias - além da música, também são produtores gastron micos e de artesanatos, contribuindo para a gera o de renda e perpetua o da cultura local.

A Rota dos Cocos é formada pelos grupos Coco Raízes, Irmãs Lopes, Pisada Segura, Fulô de Barro, Trup , Eremim e Quebra Coco Aliança.

Coco Raízes

De dentro dos quilombos é que vem as bases para coco. O grupo Coco Raízes de Arcoverde é um dos símbolos que perpetua essa manifesta o cultural. Com influência de elementos das culturas indígena e negra.

Formado em 1992 por Lula Calixto e pelas famílias Gomes e as "irmãs Lopes", o grupo passou a ser conhecido em 1996, quando rompeu as barreiras da cidade e passou a se apresentar em várias cidades do Brasil e turnês no exterior.

E até hoje vem florindo os palcos do mundo com suas saias god .

Seu canto retrata a poesia do sertão nordestino embalada pela dança Coco de Trup .

Nome do responsável do grupo: Ilma Maria Bezerra Montenegro (Pecon)

Contato telef nico: (87)9 8133-7591

Redes

https://instagram.com/cocoraizesdearcoverde?utm_medium=copy_link

<https://youtube.com/c/CocoRaizesdeArcoverde>

Endereço:

Rua: Rua 22 de Setembro - n 200

Bairro: Sucupira

socialis:

Coco Pisada Segura

Arcoverde Pernambuco transmitimos a tradição de samba de coco de roda esse e nossa missão viva a cultura popular.

Responsável : Neydson Lira

Contato: 087991204922

Endereço: Rua Emídio de Miranda 103
Bairro São Cristóvão

Coco Fulô do Barro

O grupo de Samba de Coco Fulô do Barro, foi fundado em 28/07/ 2016 por Marcelo Cavalcanti da Silva, artista e brincante desde 2003, que em busca de trilhar novos caminhos, ampliar e fortalecer a história do samba de coco.

O mesmo trás o nome "Fulô" em homenagem as energias da natureza, força, essências e os cânticos dos povos que habitam e habitavam a região. O "Barro é para simbolizar a busca pelo domínio da matéria prima, da qual o homem cria fatos de sobrevivência em grupo e fortalecimento da raça nas festividades comemorativas de domínio do barro.

Responsável: Marcelo Cavalcanti da Silva

Contato: 87 9 91820056

E-mail: olecramcavalcanti@hotmail.com

Cidade: Arcoverde PE

Rua: Travessa Nilo Claudino Felipe número 58

Bairro: São Cristóvão

Link do canal no YouTube: <https://youtu.be/R6qRXVpBCII>

Coco Trupé de Arcoverde

O samba de Coco Trupé de Arcoverde foi criado em 02 de maio de 2009 pelo mestre Cícero Gomes. O desejo de ter um grupo que carregasse a sua identidade e atuasse no seu território, fez nascer o samba de coco no bairro do São Miguel.

O grupo já se apresentou nos mais diversos eventos pernambucanos como o São João de Arcoverde, a Festa de Reis e p Festival Cultural da Juventude na Pedra, o Festival do Café em Taquaritinga do Norte, O festival de Inverno de Garanhuns, Além de eventos nas cidades de Petrolina, Belo Jardim, Recife, Caruaru e outros estados do Brasil.

Responsável Fagner Gomes (valete)

Rua Argemiro Santana 195

Bairro São Miguel

E-mail: cocotrupé@gmail.com

Contato 87 99112 4669.

Coco Irmãs Lopes

O museu Ivo Lopes é um memorial, fundado em Arcoverde no ano de 2002 pela mestra coquista Severina lopes. A artista montou o espaço dentro da sua própria casa, para que a comunidade local e os turistas pudessem contemplar o acervo histórico da tradição do samba de coco de Arcoverde, a partir da exposição de artigos visuais e materiais, guardados pela família lopes (precursores do coco na cidade).

Responsável: Amanda Kamilla Lopes da Silva Lima.

Telefone: 87.99174-9330

Instagram: https://instagram.com/cocoirmaslopes?utm_medium=copy_link

Endereço: rua três n 45 Cohab 1, Boa Vista, Arcoverde-PE.

Coco Eremin

Samba de coco Erêmin inicio suas atividades em 27 de Setembro de 2016, no mês onde se comemora o dia dos santos são Cosme e Damião, com direção de Valderlan Alves mestre do maracatu raízes do sertão, no intuito de resgatar crianças, das comunidades da cidade de Arcoverde. O grupo é formado por crianças que tem como base o coco raízes de Arcoverde, os integrantes do coco erêmin são todos filhos, netos e sobrinhos da família Calixto, As crianças faz um trabalho espelhado nos pais ,tios tias e avos, As crianças e um encanto nos palcos por onde passa levando o ritmo do coco do sertão pernambucano.

Quebra Coco Aliança

O Grupo de Samba de Coco "Quebra Coco Aliança "Surgiu a partir de uma brincadeira. Na data de 14 de Junho do ano de 2004 a grande maioria dos integrantes faziam parte de um Grupo de Jovem da Igreja Católico chamado "Grupo Nova Aliança" Na ocasião esse Grupo estava organizando uma Quermesse, onde haveriam várias apresentações então o coordenador do Nova Aliança(Jailton) pediu a Marcelo, José Iris e Aldemir que ensaiassem algumas músicas para apresentar no dia do evento, então convidamos algumas pessoas que participariam da fundação do grupo e que dominavam alguns instrumentos do Samba de Coco e preparamos algumas músicas para tocar no dia do evento. As pessoas gostaram muito e começaram a convidar o grupo para outras apresentações, daí por diante o Grupo cresceu e se desenvolveu até que um ano depois de ser fundado recebemos o convite para tocar no São João da cidade de Arcoverde-PE no ano de 2005,daí por diante o grupo vem crescendo e se desenvolvendo.

Nome do responsável do grupo: Aldemir Bruno Fortunato da Silva e João Paulo de Lima Ferreira

Contato telefônico: 87 991006850 / 87 991959436

Redes sociais: <https://www.facebook.com/QuebraCocoAlianca/>
Endereço: Rua: Luiz Gonzaga de Andrade
Número: 81
Bairro: São Cristóvão.

PROPOSTAS DE POTENCIAIS ROTEIROS TURÍSTICOS ROTAS DOS COCOS DE ARCOVERDE

1 – CAFÉ COM OS MESTRES

COCO RAÍZES (MESTRE ASSIS) E COCO EREMIN
CRUZEIRO NOVO
CGA

2 – HISTÓRIA, SABORES E TRADIÇÃO

MUSEU IVO LOPES (COCO IRMÃS LOPES)
ESTACÃO DA CULTURA
CECORA

3 – DA BATIDA AO VAGÃO

COCO TRUPÉ
CECORA
BODEGA DA POESIA

4 – TOUR CULTURAL DA ROTA DOS COCOS

COCO TRUPÉ
COCO RAÍZES DE ARCOVERDE
COCO IRMÃS LOPES
COCO PISADA SEGURA
COCO FULÔ DO BARRO
COCO EREMIN
QUEBRA COCO ALIANÇA

5 – NA PISADA DOS COCOS - OFICINAS E EXPERIÊNCIAS

COCO FULÔ DO BARRO
COCO PISADA SEGURA
QUEBRA COCO ALIANÇA
BODEGA DA POESIA



RELATÓRIO DE CONSULTORIA

2ª ETAPA



ARCOVERDE/PE
MARÇO 2023



LABO3



HUB



SESC

Fórum do Sertão

SUMÁRIO

1	APRESENTAÇÃO	02
2	ETAPAS DA CONSULTORIA	03
2.1	CONSTRUÇÃO DA ROTA TURÍSTICA: ROTA TURÍSTICA	15
2.2	CONSTRUÇÃO PLANO DE MARKETING E COMUNICAÇÃO DO ROTEIRO	10
2.3	CONSTRUÇÃO DE MAPA TEMÁTICO DA ROTA DOS COCOS	13
2.4	CAPACITAÇÃO DOS AGENTES CRIATIVOS	14
2.4.1	OFICINA DE ROTEIRIZAÇÃO	16
2.4.2	OFICINA DE QUALIDADE NO ATENDIMENTO AOS SERVIÇOS TURÍSTICOS	17
2.4.3	OFICINA DE PRECIFICAÇÃO	18
2.5	ESTUDO DE SINALIZAÇÃO TURÍSTICA	19
3.0	CONSIDERAÇÕES FINAIS	20

1 – APRESENTAÇÃO

A cidade de Arcoverde, no sertão Pernambucano, ganhou notoriedade pelas suas manifestações artísticas e culturais e, sobretudo, pelos grupos de samba de coco que com toda sua expressão e valor histórico ganhou espaço em grandes festivais populares no Brasil e exterior. Neste contexto, a Rota dos Cocos tem o intuito de reafirmar o título dado a Arcoverde de “Capital do samba de coco”, fomentando a produção cultural e transformando o coco em um produto que pode ser desfrutado o ano inteiro pela comunidade e turistas, através de ensaios abertos, festivais e comemorações. Somado a isso, a criação de roteiros de visitação objetiva a abertura ao público das sedes dos grupos, já que são verdadeiros museus orgânicos e contam a história das famílias e mant m viva a memória dos mestres e artistas populares da cidade. Dentro da economia criativa, os grupos - compostos em sua maioria por famílias - além da música, também são produtores gastron micos e de artesanatos, contribuindo para a gera o de renda e perpetua o da cultura local. A Rota dos Cocos é formada pelos grupos Coco Raízes de Arcoverde, Irmãs Lopes, Pisada Segura, Fulô do Barro, Trup  de Arcoverde, Erêmin e Quebra- Coco Aliança.

2. ETAPAS DA CONSULTORIA

2.1 – CONSTRUÇÃO DA ROTA TURÍSTICA: ROTA TURÍSTICA



ROTEIRO 01



café com o mestre

Breve descritivo do Roteiro.

Uma experiência fantástica e uma ótima oportunidade de experimentar uma vivência com nossos mestres do samba de coco de Arcoverde, aqui, sugerimos um café com prosa com nosso Patrimônio Vivo de Pernambuco, Mestre Assis Calixto. O passeio começa pela sede do Coco Raízes de Arcoverde, que fica de frente para o Cruzeiro Antigo, um dos cartões postais mais visitados da cidade. De lá, descendo um pouco, podemos visitar o ateliê do Mestre Assis, conhecer seus famosos bonecos e outros artesanatos por ele produzidos, como o famoso tamanco de madeira. É um passeio pelo território que mais nos remete ao Samba de Coco de Arcoverde, o famoso Alto do Cruzeiro. Vale a pena!

Opcional: Visita à Estação da Cultura

Duração do roteiro - 02h

Capacidade para até 40 pessoas

P.S - O roteiro Café com Mestre também é feito com o Mestre Cicero, na sede do Coco Trupé, e com a Mestra Severina, na sede das Irmãs Lopes.

ROTEIRO 02



HISTÓRIAS SABORES E TRADIÇÕES:

Se você quer conhecer mais da cultura do Samba de Coco de Arcoverde, o museu orgânico das Irmãs Lopes é o lugar certo. Lá, onde também funciona a sede do grupo, conta através dos seus recortes de jornais de fotos a história dessa linda tradição da cidade. A proposta desse roteiro é chegar no bairro da Cohab 1 e mergulhar na história acompanhado da Mestra Severina Lopes, sempre com música e quem sabe você tenha a sorte de provar do munguzá que é oferecido no local. Depois dessa visita, vale passar pela Estação da Cultura de Arcoverde, que fica na antiga estação da rede ferroviária, importante recorte da História do município. A estação foi o primeiro Ponto de Cultura do Brasil e até hoje abriga grupos do segmento e artistas locais. Nesse mesmo percurso você pode ainda conhecer o Cinema Rio Branco, a Igreja Matriz do Livramento e por fim, terá duas opções para visita e alimentação: o Centro de Gastronomia e Artesanato de Arcoverde (CGA) ou o Centro de Comercialização de Arcoverde (Cecora). Os dois lugares fazem parte da trajetória histórica e da tradição da nossa Capital do Samba de Coco.

Arcoverde? tempo?

ROTEIRO 03



Da batida ao Vagão:

Esse roteiro é pra quem quer sentir a batida do Samba de Coco. A sugestão é a visita à sede do Coco Trupé, no bairro do São Miguel, e ter uma boa e divertida conversa com o Mestre Cicero, que mostra com muita vitalidade sua história com o samba de coco. Lá, você tem sempre um chazinho oferecido por Dona Maria, que tem uma importante função no grupo, é a figurinista, de repente você pode até adquirir uma das peças. Nessa visita, é oferecida uma vivência com o dançarino Valeta, que fala com muita propriedade das batidas, ritmos e danças do samba de coco. Com isso, você já pode arriscar na dança ou até tocar, combinando com o grupo, e fazer uma sambada. A dica desse roteiro é que você possa visitar também a Bodega da Poesia, localizada no bairro do São Cristóvão, que possui comidas regionais e se der sorte, vai encontrar com algum poeta por lá.

Opcional: Visita ao Ponto de Cultura Orquestra do Sertão

Duração - 04h

Capacidade para até 40 pessoas

ROTEIRO 04



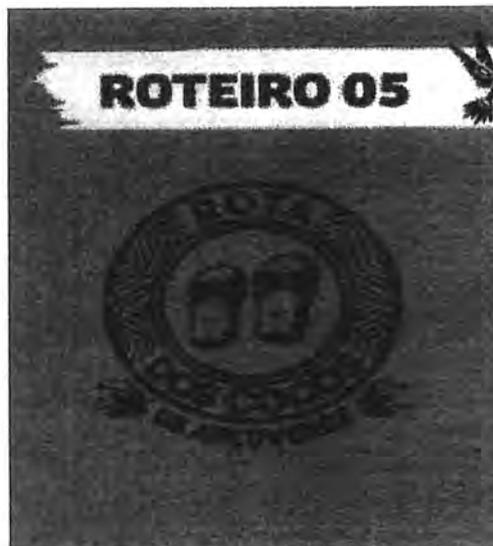
Tour Cultural da Rota dos Cocos:

Hoje a cidade de Arcoverde conta com 07 grupos de Samba de Coco, e é possível agendar um tour por todas as sedes. Elas estão espalhadas pelos bairros do Sucupira, Cruzeiro, São Miguel, São Cristóvão e Cohab 1. Cada uma com sua particularidade e todas com muita alegria e boa receptividade. Todos os grupos oferecem oficinas e experiências de dança, percussão e outras atividades com agendamento prévio. Se você tem tempo e gosta de samba de coco, vale muito conhecer!

Duração – 02 dias

Capacidade – até 40 pessoas

ROTEIRO 05



Ensaios abertos, sambadas, festivais e aniversários:

A Rota dos Cocos oferece um calendário anual com todos os ensaios abertos, festivais, aniversários e sambados, que ocorrem durante o ano, nas sedes de cada grupo. Você pode se programar e participar desses eventos. Outra dica também é o Festival de Economia Criativa do Sesc, que sempre acontece em novembro e faz uma homenagem aos cocos.

Capacidade: ?

Tamy

Calendário Rota dos Cocos 2023



Apoio:



LABO3GE



Realização:

HUB
PERCUTIVO

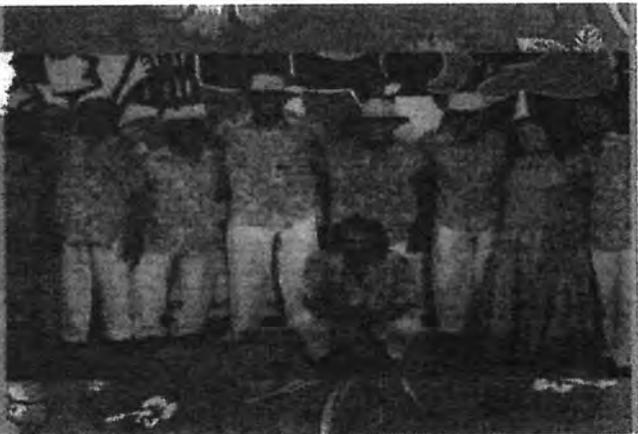
SEBRAE

SESC

Fecomércio
Sertão

JANEIRO

ENSAIO ABERTO
Coco Raízes
DATA: 14 (Sábado)



FEVEREIRO

ENSAIO ABERTO
Quebra Coco Aliança
DATA: 11 (sábado)



*foram
todas
realizadas?
6
30 de
2024?*



MARÇO

ENSAIO ABERTO
Coco Fulô do Barro
DATA: 11 (sábado)

FESTIVAIS E ANIVERSÁRIOS
Aniversário Coco
Pisada Segura - DATA: 25



ABRIL

ENSAIO ABERTO
Coco Erêmin
DATA: 29 (sábado)



MAIO

FESTIVAIS E ANIVERSÁRIOS
Aniversário Coco Tripé
(Ferdin de Tripé na Arcoverde)
DATA: 08 a 13

ENSAIO ABERTO
Coco Pisada Segura
DATA: 27 (sábado)





JUNHO

FESTIVAIS E ANIVERSÁRIOS
Aniversário Irmãs Lopes
(Sambada Junina) - DATA: 10

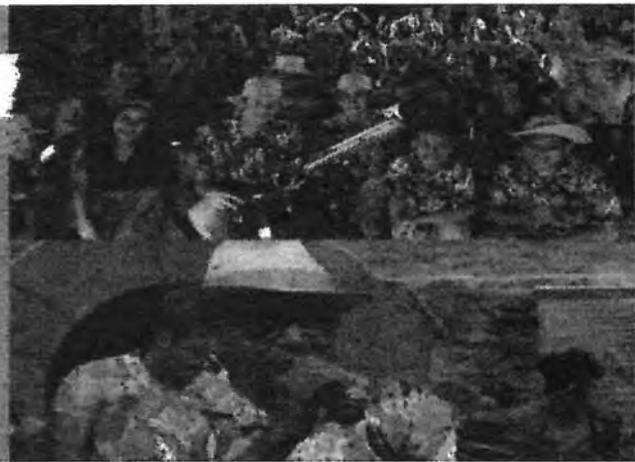
Aniversário
Quebra Coco Aliança
DATA: 17



JULHO

FESTIVAIS E ANIVERSÁRIOS
Coco Folió da Barro -
DATA: 29

ENSAIO ABERTO
Coco Trupé -
DATA: 15 (sábado)



AGOSTO

FESTIVAIS E ANIVERSÁRIOS
Festival Luja Caetano -
DATA: 11 e 12

ENSAIO ABERTO
Coco Erémia -
DATA: 5 (sábado)





SETEMBRO

ENSAIO ABERTO
Coco Irmãos Lopes -
DATA: 09 (sábado)



OUTUBRO

FESTIVAIS E ANIVERSÁRIOS
Aniversário Coco Erémim -
DATA: 07
ENSAIO ABERTO
Quebra Coco Aliança -
DATA: 28 (sábado)



NOVEMBRO

FESTIVAIS E ANIVERSÁRIOS
SESC - Festival de
Economia Criativa -
DATA: A definir



DEZEMBRO

FESTIVAIS E ANIVERSÁRIOS
Última cambada do Ano
Coco Trupé
DATA: 23 de dezembro



2.2 – CONSTRUÇÃO PLANO DE MARKETING E COMUNICAÇÃO DO ROTEIRO

Plano de Marketing

O principal objetivo do Plano de Marketing da Rota dos Cocos de Arcoverde é comunicar a marca e os roteiros, dando visibilidades aos seus produtos e serviços e com isso propriamente o marketing do destino e dos fornecedores – materiais promocionais e mídias diversas, formatos e conteúdo, pesquisas de mercado, e principalmente que através do Plano, a Rota possa propiciar o acesso a diversos outros produtos, serviços e equipamentos turísticos da cidade de Arcoverde, para isso, se faz necessário o planejamento de ações para serem executadas de forma ordenada, planejada e efetivadas.

Assim, neste planejamento procurou-se não só identificar as ações mas organizá-las de acordo 6 pontos principais:

- a) O que fazer - ações propriamente ditas
- b) Como fazer – detalhamento das ações
- c) Quando fazer - prazos para execução (cronograma de ações)
- d) Quanto pagar para fazer – custos aproximados
- e) Quem vai fazer– responsáveis diretos por sua execução e seus apoiadores
- f) Para que fazer – meta que se pretende com a ação



Detalhamento dos conteúdos do Plano Estratégico

Os prazos foram divididos nos anos de 2022 a 2023 e estão detalhados no subcapítulo relativo ao cronograma.

Público

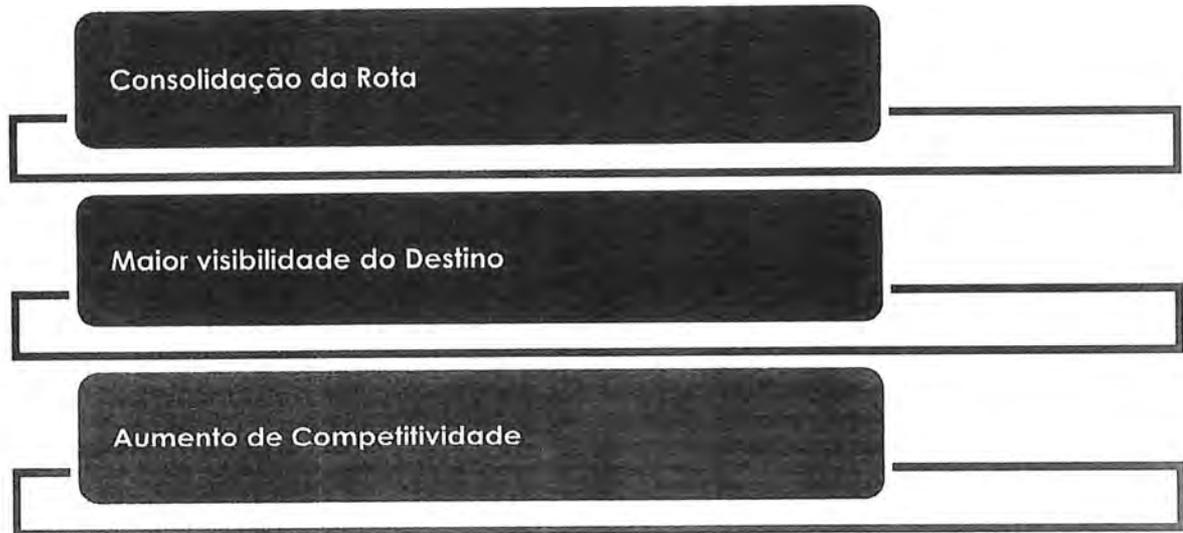
Como beneficiários deste plano têm-se todos os atores locais ligados direta ou indiretamente aos grupos de Samba de Coco de Arcoverde e toda cadeia produtiva do turismo ligados ao município que fazem parte do Trade Turístico, sendo pessoas físicas ou jurídicas e potenciais empreendedores (organizações não governamentais, empresas, órgãos públicos).

Comunicação e marketing

AÇÃO (O QUE)	COMO	QUANTO	PARA QUE (META)	RESPONS 1	RESPONS 2
• Elaborar Identidade visual da Rota	Através da marca		Aplicação da Marca em diversos produtos e nas sedes	Sesc	Parceiros
• Elaborar um guia eletrônico/Video Institucional da Rota	Buscar um provedor de solução/coletar material contratar empresa		Marketing e promoção da rota	Sesc	Parceiros
• Fortalecer a presença digital	Criar as redes sociais da Rota		Divulgação e posicionamento digital	Sesc	Comitê
• Elaborar material digital	Através de coleta de informações e fotos		Material para comercialização e marketing	Sesc	Parceiros
• Sinalização	Criar a sinalização das sedes com o uso da marca		Identificação e padronização da Rota	Sesc	Prefeitura
• Lançar a Rota dos Cocos e Calendário 2023 no mercado	Através de evento específico para o trade em Arcoverde e Recife		Apoio a comercialização	Sesc	Parceiros
• Criar campanha de Embaixadores da Rota	Através de amigos dos Cocos de Arcoverde para propagar a Rota, via vídeos e redes sociais		Divulgação da Rota	Sesc/PMA	Comitê
• Participar de Feiras	Através de Caravanas		Divulgação e comercialização da Rota	Hub Criativo	Prefeitura
• Preparar kits promocionais	Material promocional e produtos dos cocos		Divulgar com pessoas e instituições de interesse	Comitê	Parceiros

houve?

Resultados esperados



Conclusão

Com a entrega do Plano de Marketing, espera-se que as ações sejam efetivadas e cause um efeito de consolidação da Marca **Rota dos Cocos de Arcoverde** e assim naturalmente uma maior demanda de visitantes e turistas nas sedes dos cocos e nos eventos. Que os grupos usem com propriedade a marca e propaguem em todas as suas ações. Que a Rota dos Cocos possa chegar ao mercado e se torne um produto de comercialização e experiências sociocultural para a cidade e todos os turistas.

2.3 – CONSTRUÇÃO DE MAPA TEMÁTICO DA ROTA DOS COCOS

COCO IRMÃS LOPES
A família Lopes é descendente de índios, com ascendência portuguesa. A cultura de dança desenvolvida por eles é única, com movimentos que imitam a natureza e a vida dos animais. O grupo foi formado em 1970, em Arcoverde, e atua em apresentações em escolas, eventos e festivais.

COCO TRUPE DE ARCOVERDE
O Trupe de Arcoverde é um grupo de dança formado em 1970, em Arcoverde. O grupo é formado por jovens da comunidade e atua em apresentações em escolas, eventos e festivais.

COCO FULDO DO BARRO
O Fuldo do Barro é um gênero de dança originário de Arcoverde. É caracterizado por movimentos vigorosos e passos complexos. O grupo foi formado em 1970, em Arcoverde, e atua em apresentações em escolas, eventos e festivais.

COCO PISADA SEQUERA
A Pisada Sequera é um gênero de dança originário de Arcoverde. É caracterizado por movimentos vigorosos e passos complexos. O grupo foi formado em 1970, em Arcoverde, e atua em apresentações em escolas, eventos e festivais.

COCO RAÍZES DE ARCOVERDE
O Raízes de Arcoverde é um grupo de dança formado em 1970, em Arcoverde. O grupo é formado por jovens da comunidade e atua em apresentações em escolas, eventos e festivais.

COCO ERÊMIM
O Erémim é um gênero de dança originário de Arcoverde. É caracterizado por movimentos vigorosos e passos complexos. O grupo foi formado em 1970, em Arcoverde, e atua em apresentações em escolas, eventos e festivais.

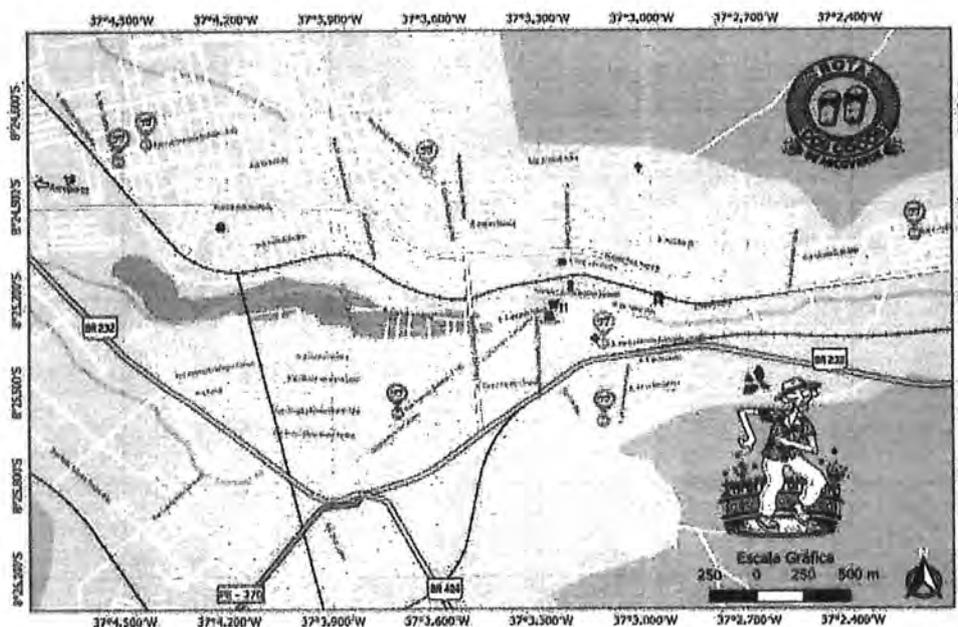
QUEBRA-COCO ALIANÇA
O Quebra-Coco Aliança é um gênero de dança originário de Arcoverde. É caracterizado por movimentos vigorosos e passos complexos. O grupo foi formado em 1970, em Arcoverde, e atua em apresentações em escolas, eventos e festivais.

SAMBA DE COCO DE ARCOVERDE
O Samba de Coco de Arcoverde é um gênero de dança originário de Arcoverde. É caracterizado por movimentos vigorosos e passos complexos. O grupo foi formado em 1970, em Arcoverde, e atua em apresentações em escolas, eventos e festivais.

O QUE É SAMBA DE COCO?
O Samba de Coco é um gênero de dança originário de Arcoverde. É caracterizado por movimentos vigorosos e passos complexos. O grupo foi formado em 1970, em Arcoverde, e atua em apresentações em escolas, eventos e festivais.

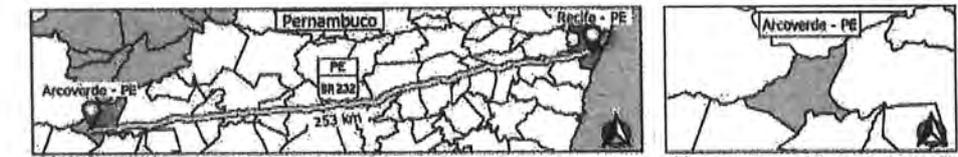
ARCOVERDE
Arcoverde é um município do estado de Pernambuco, Brasil. É conhecido por sua rica herança cultural e por ser o berço do Samba de Coco. O município possui uma população de aproximadamente 15 mil habitantes e é conhecido por sua paisagem desértica e por suas tradições culturais.

MAPA ROTA DOS COCOS DE ARCOVERDE
Este mapa apresenta a rota dos cocos em Arcoverde, Pernambuco. O mapa mostra a localização dos pontos turísticos e culturais, bem como as rotas de acesso. O mapa é elaborado pelo HUB Pernambuco e o SESC Pernambuco.



- MAPA TURÍSTICO ROTA DOS COCOS DE ARCOVERDE - PE**
- Legenda:**
Cocos de Arcoverde - PE
- Casa Raízes de Arcoverde - Rua Manoel Azevedo, 112 - Centro - Arcoverde - PE - CEP: 55.000-000
 - Coco Pisada Sequera - Rua Lúcia de Almeida, 112 - Centro - Arcoverde - PE - CEP: 55.000-000
 - Coco Fuldo do Barro - Rua Manoel Azevedo, 112 - Centro - Arcoverde - PE - CEP: 55.000-000
 - Coco Trupe de Arcoverde - Rua Manoel Azevedo, 112 - Centro - Arcoverde - PE - CEP: 55.000-000
 - Coco Irmas Lopes - Rua Manoel Azevedo, 112 - Centro - Arcoverde - PE - CEP: 55.000-000
 - Coco Erémim - Rua Manoel Azevedo, 112 - Centro - Arcoverde - PE - CEP: 55.000-000
 - Quebra-Coco Aliança - Rua Manoel Azevedo, 112 - Centro - Arcoverde - PE - CEP: 55.000-000

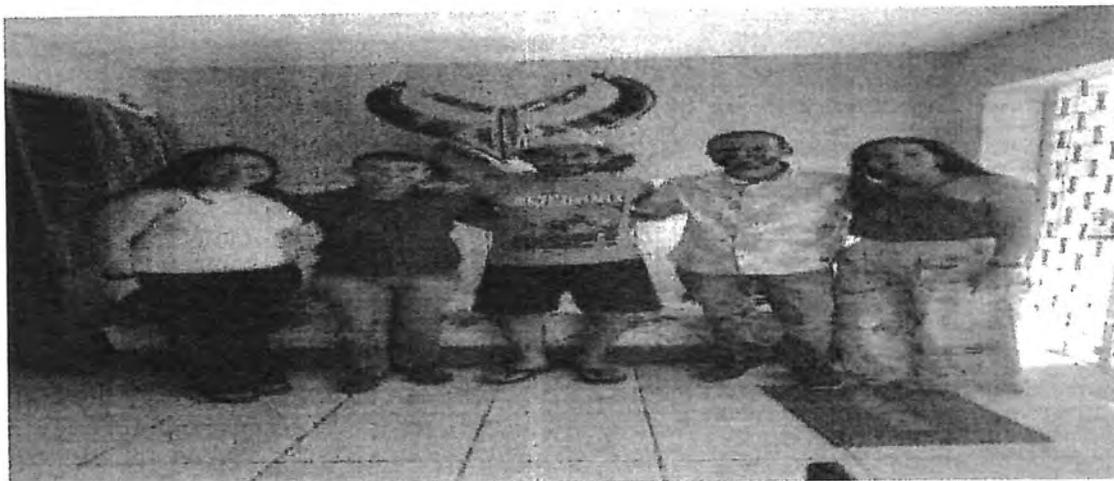
- ATRATIVOS CULTURAIS**
- DECOBA - Centro Comercial de Arcoverde
 - Centro do Governador de Arcoverde - CGA
 - Estação Ferroviária
 - Igreja Nossa Senhora do Livramento
 - Mercado Público Municipal José Viana da Silva
 - Monte do Alto da Cruzinha
 - Nélio Lobo Cordeiro Maciel - Fato
 - Cruzeiro Velho

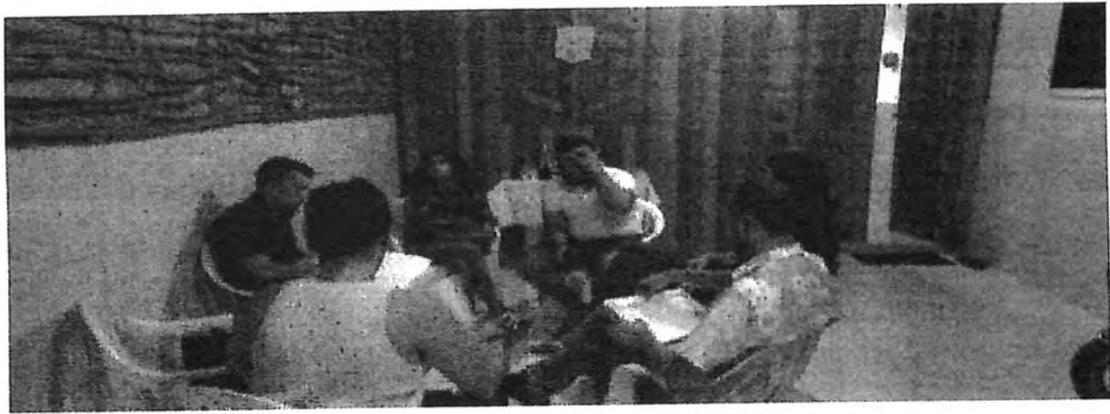


Desenho e Organização do Mapa: Prof. Esp. Hugo L. Marques da Silva. Referências: IBGE, 2020; Google Maps Satélite 2022, SRC; Datum Sirgas 2000.



2.4 – CAPACITAÇÃO DOS AGENTES CRIATIVOS

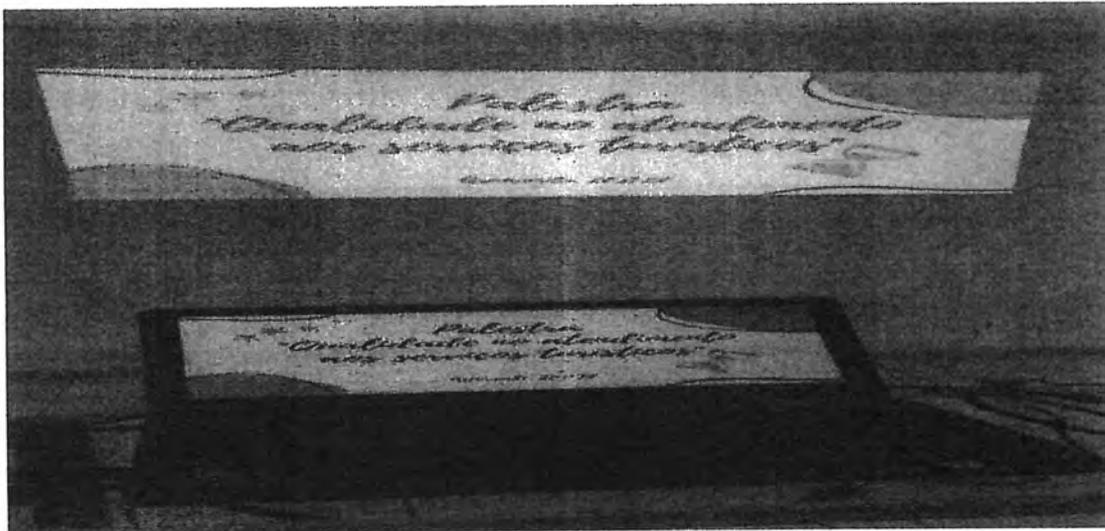
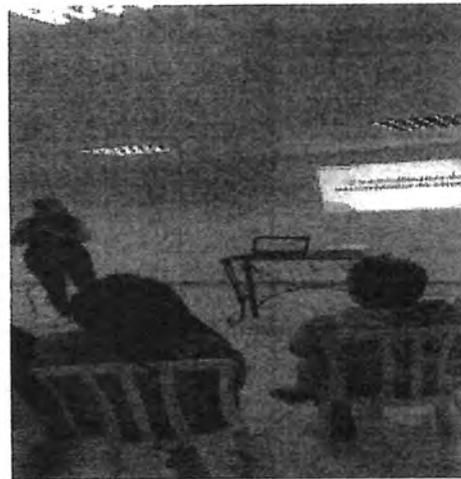




2.4.1 - OFICINA DE ROTEIRIZAÇÃO



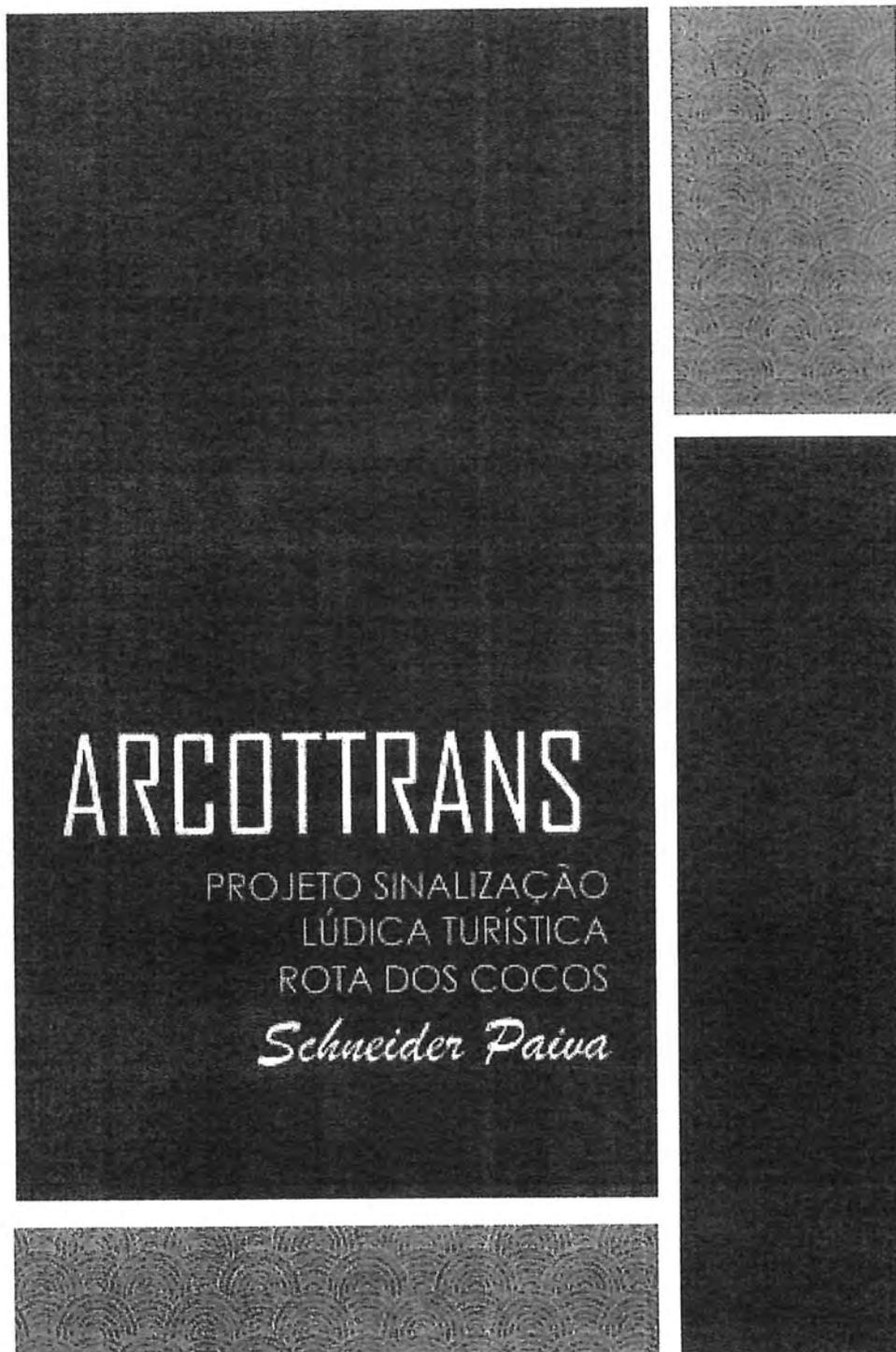
2.4.2 – OFICINA DE QUALIDADE NO ATENDIMENTO AOS SERVIÇOS TURÍSTICOS



2.4.3 – OFICINA DE PRECIFICAÇÃO



2.5 – ESTUDO DE SINALIZAÇÃO TURÍSTICA (EM ANEXO)



3 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

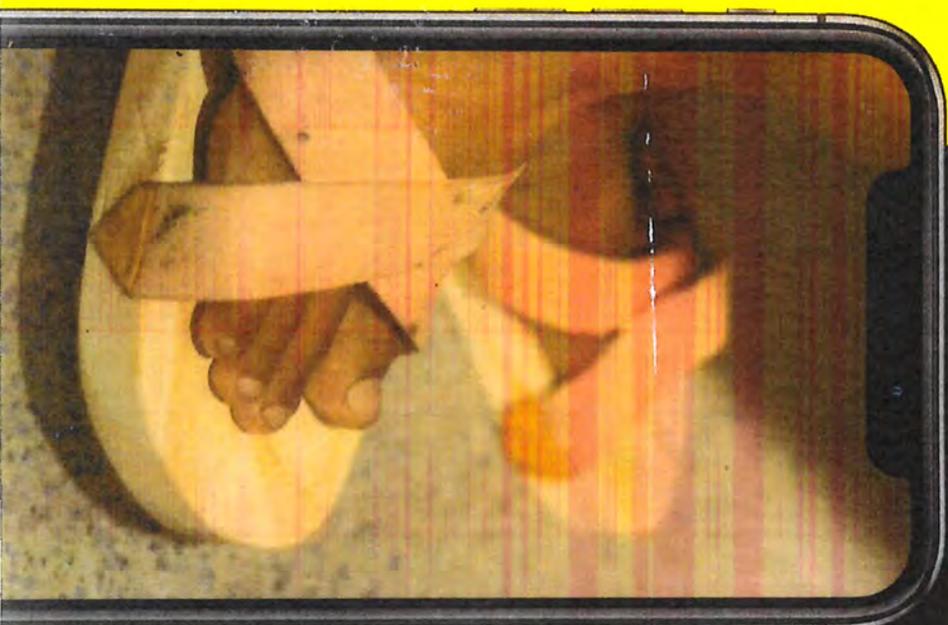
Final da segunda parte da consultoria da implementação da Rota dos Cocos de Arcoverde concluída, nessa etapa foram trabalhados a formatação de roteiros, capacitação (atendimento e precificação), plano de marketing, estudo da sinalização turística, Mapa Turístico e todo o material promocional formatado, todas as etapas entregues, ainda tivemos a validação de 02 roteiros validados durante o período do Festival Sesc de Economia Criativa. Sugerimos para a próxima etapa trabalhar em cima do Plano de Marketing, Sinalização e Governança, ações como: Criação das redes sociais da rota, lançamento da rota para o trade local, famtur/fampress com o apoio da Prefeitura e Empetur, Capacitação para o comitê gestor e o início da sinalização e pontos instagramáveis da rota.



Hub PE Criativo



Rede de projetos de economia criativa para o incentivo do desenvolvimento socioeconômico dos territórios a partir das culturas locais.





DESAFIOS

- Identificar a cultura como dimensão do desenvolvimento econômico;
- Sustentabilidade econômica dos criativos a partir da cultura local e do ecossistema de serviços de apoio que o compõe;
- Falta de formação dos envolvidos neste ecossistema de serviços;
- Difusão e escalonamento da venda destes produtos e serviços.

POTÊNCIAS

- **Diversidade cultural dos produtos e serviços;**
- **Singularidade das ofertas;**
- **Recursos ilimitados (criatividade, conhecimentos, inovação).**

O SESC PE acredita na cultura como dimensão do desenvolvimento

A cultura é uma ferramenta de transformação do indivíduo e da sociedade.

Incentivamos a produção e a difusão artística e cultural, atuando como elemento de articulação entre produtores e interessados em bens e serviços culturais.

Política Cultural Nacional

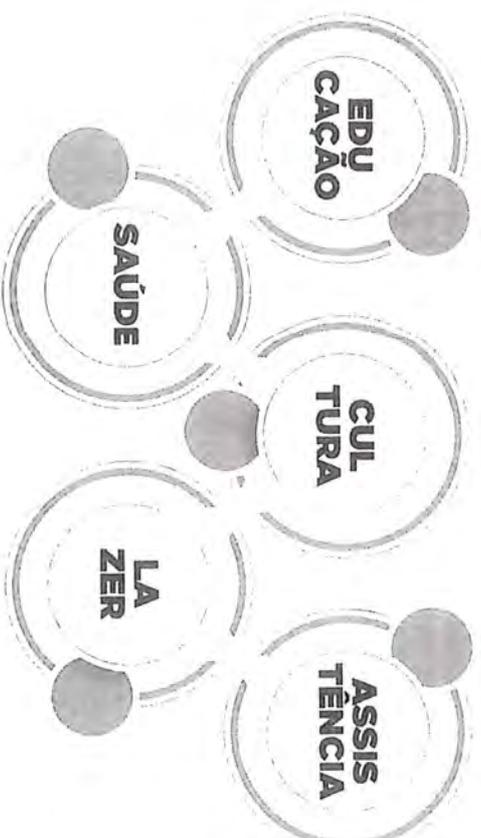
Reconhecimento Institucional

Capilaridade de atuação

Corpo técnico qualificado

Estrutura física adequada

INTERSETORIALIDADE



Eixos

EMPREENDEDEDORISMO

Formação empreendedora e incentivando o uso de Tecnologias e ampliando a venda dos negócios



GESTÃO

Qualidade na execução dos projetos, fitando uma política para a Economia Criativa no DRPE



FRUIÇÃO

Oferta de produtos e serviços dos setores criativos a diversos públicos



PESQUISA

Estudo iconográfico, Impactos gerados, Indicadores, Desaguardo no Observatório



FOMENTO

Incentivo, Contratação de serviços e compra de produtos oriundos dos setores criativos e relacionados



FORMAÇÃO

Para Criativos e Ecosistema de serviços de apoio para o campo da criatividade, economia criativa, inovação e as novas tecnologias



MEDIAÇÃO CULTURAL

Papel das instituições como mediadoras do conhecimento





Observatório



HUB PE Criativo



**Criatividade +
Empreendedorismo +
Inovação + Tecnologias +
Desenvolvimento de
territórios**



Programa das
Incubadoras



**Criatividade +
Empreendedorismo +
Inovação + Tecnologias +
Desenvolvimento de
territórios**



HUB PE Criativo



**QUALIFICAÇÃO
TÉCNICA DOS
CRIATIVOS**



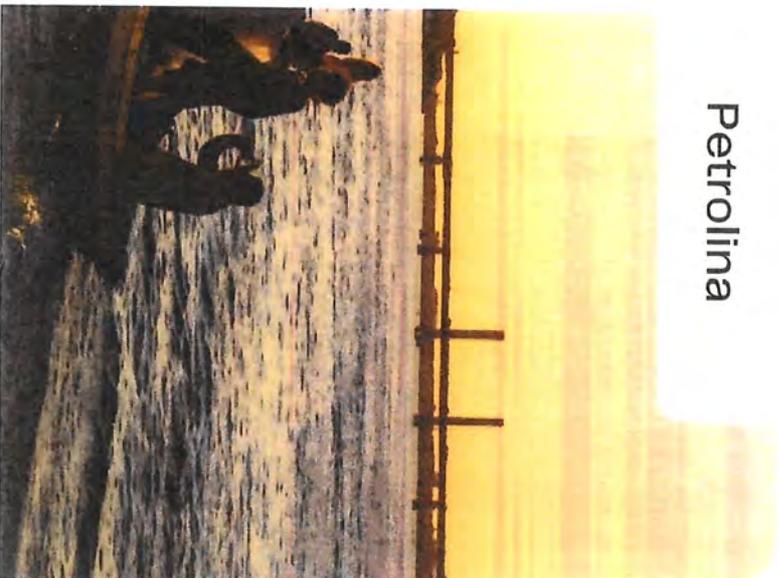
**CURSOS PARA
QUALIFICAÇÃO
EMPREENDEDORA,
CRIAÇÃO DE NEGÓCIOS
E ACESSO AO MERCADO**



**WEBINÁRIO DE
ECONOMIA CRIATIVA,
TECNOLOGIAS E
INOVAÇÃO**

CIDADES - TERRITÓRIOS

Petrolina



Jaboatão dos
Guararapes



Triunfo



Arcoverde



Recife
(Santo Amaro/
Casa Amarela)



Goiana

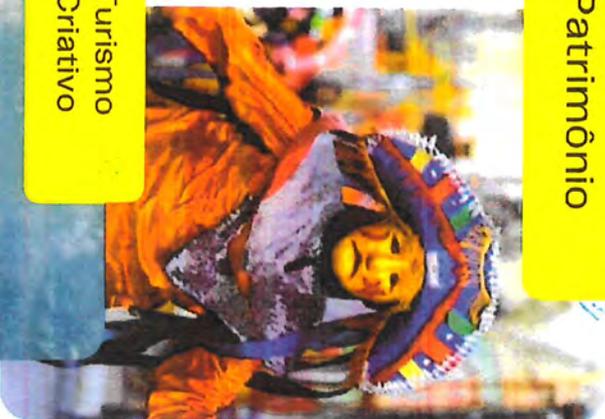


Garanhuns



ATIVOS ECONÔMICOS

Patrimônio



Turismo
Criativo



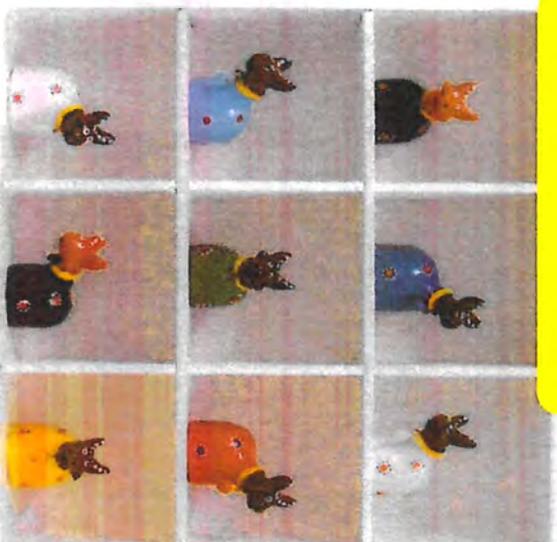
Gastronomia



Mídias/
Tecnologias



Artesanato



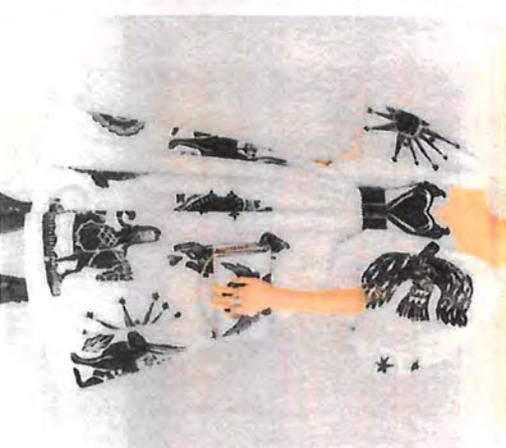
Apresentações
culturais e artísticas



Rede de
serviços -
Suporte



Design/ Moda



Públicos

CRIATIVOS + EMPRESAS/ COMÉRCIO LOCAL



Setor criativo da cultura local

- Criativos e criativas da cultura e das artes
- Mestres e mestras da cultura
- Patrimônio Natural e Cultural
- Espetáculos e celebrações
- Artes visuais e artesanato
- Livros e Periódicos
- Audiovisual e Mídias interativas



Profissionais dos Diversos setores criativos

- Design e serviços criativos funcionais
- Tecnologias
- Turismo
- Esportes e Lazer



Empresas e comércio de setores relacionados/ atividades de apoio

- Comércio local
- Rede hoteleira
- Transporte
- Comunicação
- Serviços técnicos especializados

Como?

QUALIFICANDO ECOSSISTEMA DE SERVIÇOS E PRODUTOS CRIATIVOS + REDE DE SERVIÇOS DE APOIO

“Precisamos pensar numa dinâmica econômica envolvendo bens e serviços culturais a partir da compreensão da nossa própria diversidade, que poderia ser um ativo para a produção de riqueza para o país.” (Leitão,2013)



MEDIAÇÃO CULTURAL: CRIATIVOS E SOCIEDADE

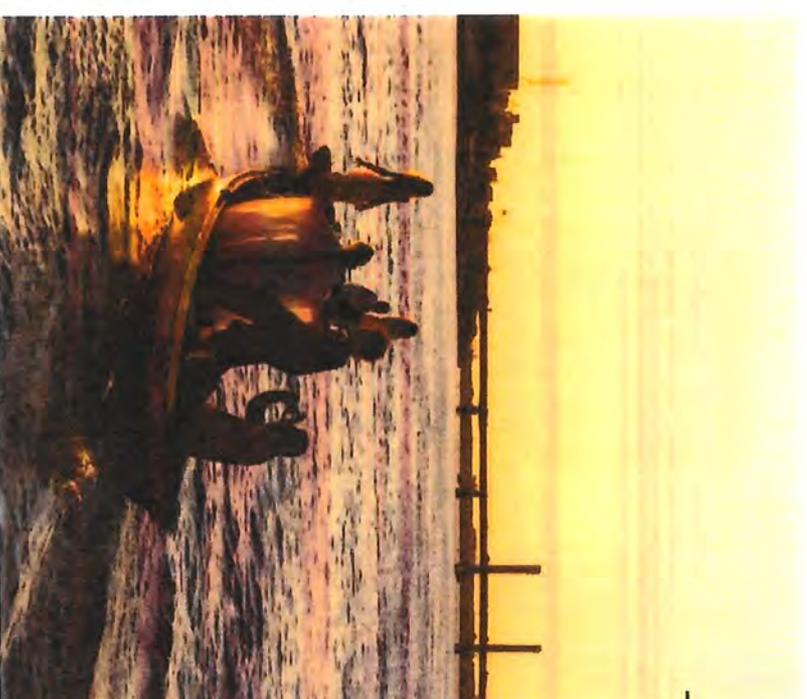


HUB PE Criativo

"Conhecer, Reconhecer, Valorizar e Potencializar"

(Jorge Melguizo)

- 01 **Aldeia do Velho Chico**
Petrolina
- 02 **Aldeia Yapoatã**
Jaboatão dos Guararapes
- 03 **Festival de Economia Criativa na Pisada dos Cocos do NE**
Arcoverde
- 04 **Festival de Economia Criativa Brincantes da Mata Norte**
Goiana
- 05 **Festival Dona Marias**
Triunfo
- 06 **Transborda as linguagens da cena**
Recife: Santo Amaro/ Casa Amarela
- 07 **Mostra Marcos Freitas**
CPC - Garanhuns





HUB PE Criativo

Criatividade como vetor para a sustentabilidade local e o desenvolvimento dos territórios

1

QUALIFICAÇÃO TÉCNICA DOS CRIATIVOS

- Cursos de aperfeiçoamento técnico
- Palestras para o aperfeiçoamento das linguagens

2

QUALIFICAÇÃO EMPREENDEDORA, CRIAÇÃO DE NEGÓCIOS E ACESSO AO MERCADO

- Encontros de negócios culturais e criativos
- Feira de economia criativa e empreendedorismo: Giro Criativo
- Desfile criação autoral: veste-cena
- Exposições Artísticas
- Cursos para qualificação empreendedora, criação de negócios e acesso ao mercado
- Consultoria para criação de Roteiros Culturais para o Turismo Criativo
- Consultoria para criação de Museus Orgânicos
- Caravanas para fantour de rotas turísticas – formação do trade turístico das cidades

3

WEBINÁRIO DE ECONOMIA CRIATIVA, TECNOLOGIAS E INOVAÇÃO

- Cursos de formação no campo da Economia Criativa, Tecnologias e Inovação
- Palestras envolvendo as novas terminologias da Economia Criativa, Tecnologia nas artes e Mercado para a cultura

Ações

junho/22 a maio/23

- | | | | |
|-----------|--|--------------|---|
| 80 | Cursos, sendo 40 presenciais e 40 virtuais, totalizando 1.740 horas; | 5 | Exposições artístico-culturais com a participação de 30 artistas empreendedores; |
| 45 | Palestras, sendo 15 presenciais e 30 virtuais, totalizando 90 horas; | 5 | Roteiros culturais para ampliação do Turismo Criativo nas cidades de Arcoverde, Recife, Petrolina, Garanhuns e Jaboatão dos Guararapes; |
| 7 | Encontros de negócios culturais e criativos, envolvendo 580 pequenos negócios; | 5 | Caravanas para realização de famtour de experimentação de Roteiros Culturais das cidades de Arcoverde, Garanhuns, Petrolina, Recife e Jaboatão - PE e Nova Olinda - CE, qualificando o trade turístico das cidades. |
| 6 | Feiras de Economia Criativa e Empreendedorismo: Feira Giro Criativo, envolvendo 195 pequenos negócios; | 26 | Modelos/ Dinâmicas de negócios criativos para pequenas empresas e microempreendedores de grupos culturais locais. |
| 4 | Desfiles de criações para a cena: Veste-Cena | 3.935 | Atendimentos a pequenos negócios e empreendedores |
| 7 | Museus orgânicos implementados: três em Arcoverde, dois em Petrolina, um em Garanhuns e um em Triunfo; | | |

Investimentos

R\$ 3.811.324,49

(Financeiro + Econômico)

Total - 100%

1

R\$ 572.455,30

Econômico - 15,02%

2

R\$ 3.238.869,19

Financeiro - 84,98%

100%

Distribuição dos investimentos

1

R\$ 572.455,30

(15,02% - Econômico)

Sesc PE

2

R\$ 1.047.132,02

(27,47% - Financeiro)

Sesc PE

3

R\$ 2.191.737,17

(54,70% - Financeiro)

Sebrae PE

42,49%

57,51%

cop. 606
343
343
343
343



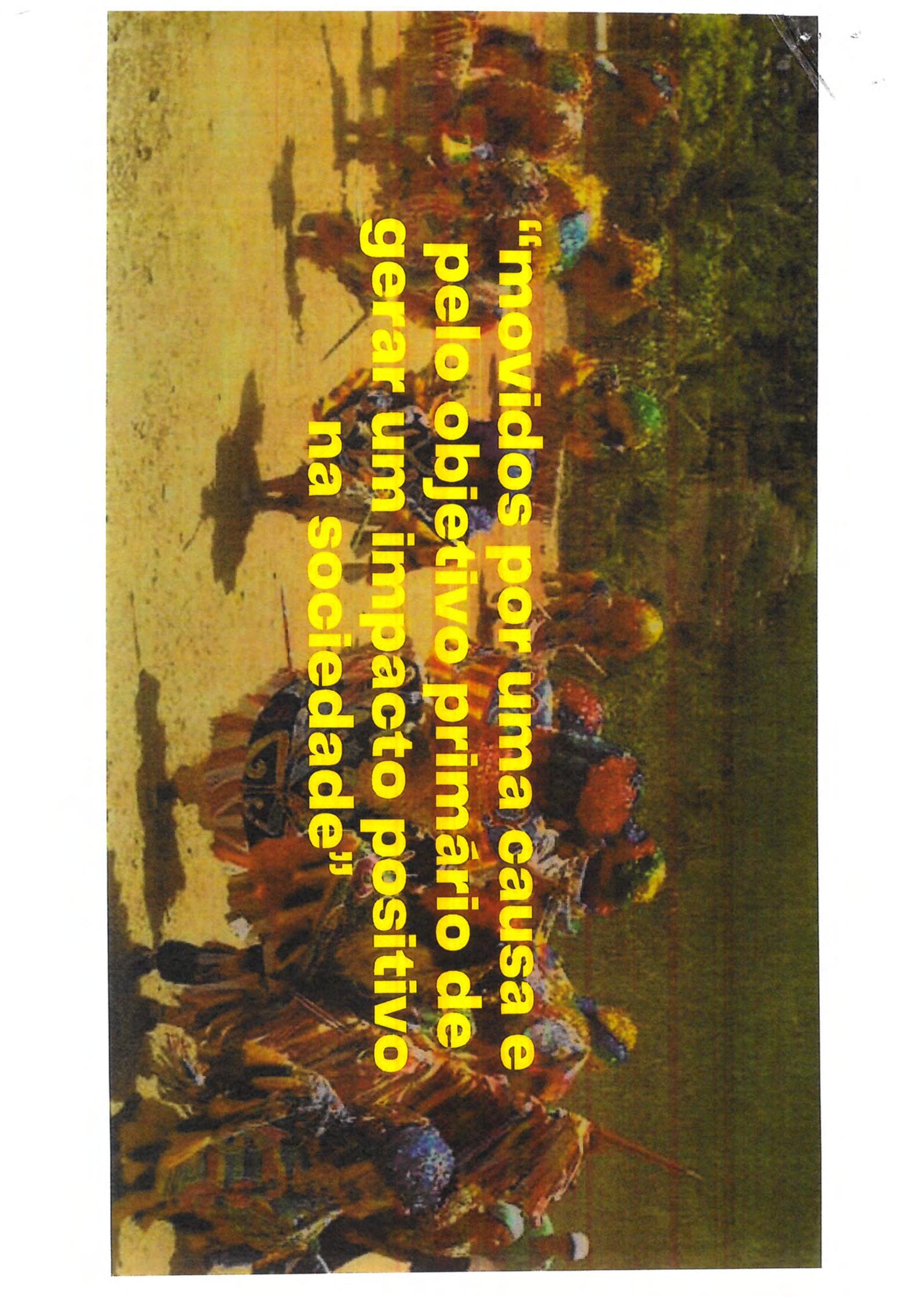
Impactos Socioeconômicos

- Geração de empregos
- Fortalecimento da economia local
- Autonomia dos negócios
- Fortalecimento e formação de redes
- Formação continuada
- Diversidade e Inclusão de pessoas, gêneros e classes sociais
- Fortalecimento de pertença dos munícipes (criatives, sociedade, poder públicos, instituições)



PARCEIROS



A group of people in traditional, colorful costumes performing a dance or ceremony on a sandy beach at night. The costumes are vibrant with reds, blues, yellows, and greens, and some feature intricate patterns and headpieces. The scene is illuminated by warm, low-angle lights, creating long shadows on the sand. The background shows a dark, wooded area.

**“movidos por uma causa e
pelo objetivo primário de
gerar um impacto positivo
na sociedade”**

Obrigada!

Sesc
Fecomércio
Senac

Siga-nos! sescpe.org.br





FESTIVAL SESC DE ECONOMIA

**Na Disqda dos
Cocos do Nordeste**

2023

sesc
Fecomércio
Senac



BEM-VINDO(A) AO FESTIVAL SESC DE ECONOMIA CRIATIVA



O Festival realizado em Arcoverde é um projeto que tem por objetivo o desenvolvimento socioeconômico dos territórios, a partir das culturas locais. O Sesc Pernambuco atua de forma pioneira no país na promoção de ações focadas na economia da cultura.

Reconhecido por sua importância na geração de negócios esse projeto é composto por uma série de ativos:

- ★ cultura, patrimônio, turismo criativo, moda,
- ★ gastronomia, tecnologias, artesanato e serviços/suporte.



ONDE ESTAMOS

A cidade está localizada a 252 km do Recife, com fácil acesso pela BR-232. Reconhecida por ser um importante polo comercial, tendo como grande diferencial a sua capacidade de receber o fluxo de mais de 30 municípios das diferentes regiões do estado.



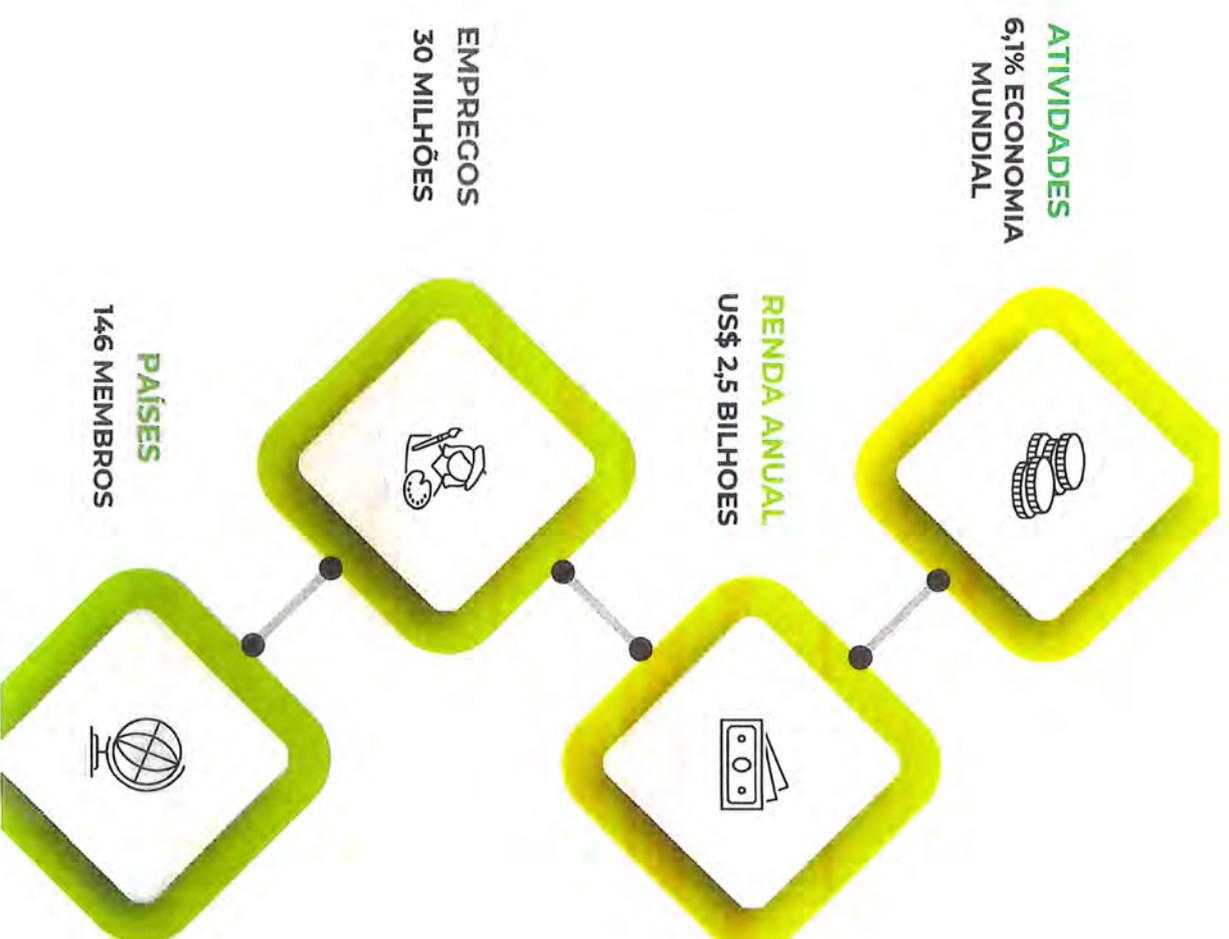
ECONOMIA CRIATIVA

NO MUNDO

A Economia Criativa engloba setores como cultura, artesanato, design, arquitetura, cinema e gastronomia. É um dos setores de crescimento mais rápido de todo o mundo, contribuindo com 7% do PIB mundial. (OIT - 2022)

NO BRASIL

Observatório Itaú Cultural analisou o período que vai do terceiro trimestre de 2020 ao terceiro trimestre de 2021. Dentro desse período, foram criados **868,3 mil postos de trabalho** na Economia Criativa em todo o Brasil. Com isso, o segmento passou de 6,3 milhões para 7,1 milhões de pessoas empregadas, um aumento de **14%**.



Abrangência

Em sua Terceira edição o projeto atendeu mais de 50 mil pessoas entre os meses de março a Novembro e contou com a participação de grupos culturais e produtores culturais dos Estados de São Paulo, Pernambuco, Alagoas, Rio Janeiro, Bahia, Paraíba, Ceará, além da presença de representantes do Departamento Nacional, Sesc Minas Gerais.





Desfile Veste Cera



Feira - Giro Criativo



Apresentações



Projeto de Escrita Ações



Mestre nas Escolas

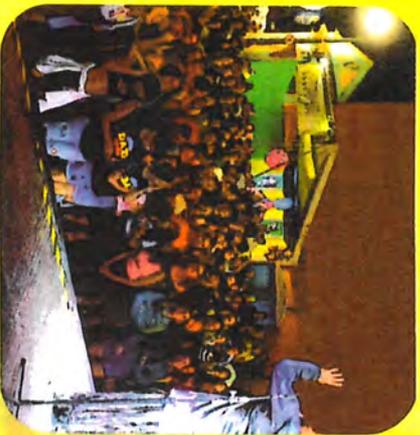


Exposição



Vivências

Resultados do Festival em 2023



59 Mil

Atendimentos



35
Apresentações

Culturais



Exposições
Artísticas

Louças de Brincar
e Minha arte é
Sonorosa



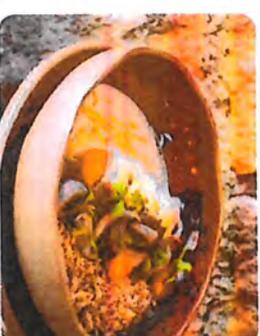
Desfile de
Moda

Desfile Veste Cena



200
Negócios

Formais



Cena
Gastrô

Restaurantes e
Bares da Cidade



20 Ações
Formativas

Cursos / Rodas de
Conversa /
Palestras

Turismo



Atelier do Mestre
Assis Calixto



Feira Giro
Criativo

64 expositores



Literatura

Lançamento de
livro
DeRepente na
feira



Inovação

Realidade
Virtual



Turismo

FAMTUR
Turismo
Pedagógico
Caravanas

1. QUALIFICAÇÃO TÉCNICA DOS CRIATIVOS

CURSOS DE APERFEIÇOAMENTO DOS EMPREENDEDORES DA CULTURA

Realizado: 6 Cursos

- Curso de Criação de portfólio
- Curso de Patchwork
- Curso de formação em Roadie
- Curso de Criação de produtos através do Design
- Curso de elaboração de projetos
- Curso de Gestão e Produção de Eventos Culturais

Cursos/oficinas – Extras Realizado: 6 Cursos/oficinas

- Curso de Estamparia
- Curso de Produção e edição de vídeos
- Curso de Formação de guias locais *Ar do Rio de Janeiro*
- Curso de Boas práticas e manipulação de alimentos *Ar do Rio de Janeiro*
- Oficina de criação de roteiros Culturais *Ar do Rio de Janeiro*
- Oficina de precificação *Ar do Rio de Janeiro*





PALESTRAS PARA O APERFEIÇOAMENTO TÉCNICOS DOS EMPREENDEDORES DA CULTURA

Previsto: 4 Palestras

Sertão na mesa – Gastronomia
Turismo, Empreendedorismo e Desenvolvimento de Territórios

Editais de fomento a cultura e captação de recursos.
Importância do Turismo criativo para o desenvolvimento do território

Palestra Extra Realizado: 1 Palestra
Qualidade no Atendimento

Saberes e Vivências

“Saberes femininos na cultura Popular”

“Uma Vida, Uma História e um Legado”

“Herdeiros da tradição”

Papo Criativo

“Como vender sua música na Internet”

“Centros Culturais e o fomento a economia criativa”

QUALIFICAÇÃO EMPREENDEDORA, CRIAÇÃO DE NEGÓCIOS E
ACESSO AO MERCADO

...Encontro de Negócios Culturais e Criativos

Apresentações



Desfile



Exposição



APRESENTAÇÕES, PERFORMANCES E INTERVENÇÕES

Apresentações: 35

30 Grupos/Bandas/Artistas

23 Grupos/Artistas – Cultura Popular

14 Grupos/artistas - Arcoverde

07 Bandas/Artistas Convidados

Ensaios Abertos: 7

Aniversários: 7



Exposição

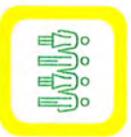
Minha Arte é Sonorosa

“Marcello Stuart”

Recebemos artistas, alunos da rede pública do município, turistas e o público geral.



14 Obras – em Litogravura



+ 3000 atendimentos



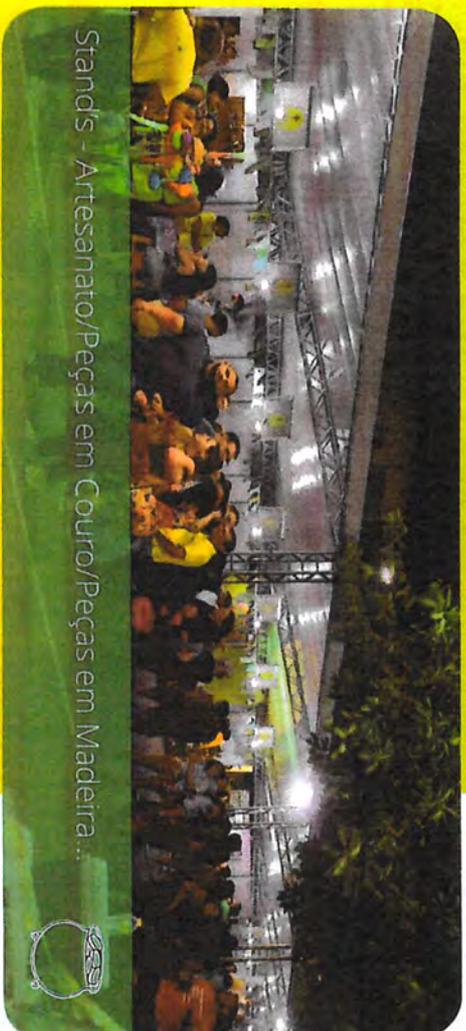


Desfile Veste Cena

voltado à criação de figurinos para cena, onde as peças criadas podem ser comercializadas, bem como serem usadas no cotidiano.

Feira Giro Criativo

Feira de economia criativa e empreendedorismo com a presença de pequenos negócios, expositores de diversos setores criativos.



24 Stand's – 64 expositores



8 Stand's - Gastronomia



R\$ + 90.000,00



Festival Sesc de Economia Criativa – 3ª Edição



Pessoas Atendidas
59.530 pessoas atendidas
ou, de acordo com o texto original: 59,530 pessoas atendidas



Impacto Financeiro
R\$ 750.000,00 *ou melhor?*
(Sesc/Sebrae/Parceiros/Hotéis/restaurantes/
Vendas durante Festival – Feira/comércio local)



Custo do Projeto
R\$ 428.486,00 (SESC/SEBRAE)
Outubro melhor sim. melhor dia, transporte?



Rede de parceiros
R\$ 110.000,00 (Economia Gerada)



Custo por pessoa
R\$ 7,20 – SESC/SEBRAE
R\$ 1,84 - Parceiros

REDE HOTELEIRA

Taxa de Ocupação de 90% - no Período de 09 à 12 de novembro

Faturamento de + R\$ 35,000,00



Hotel Cruzeiro



MAX Hotel



LW Hotel



Impactos nos Setores Criativos da Cultura Local

Criativos: 131 componentes dos Grupos
de Arcoverde

Artesãos: 64 (Arcoverde, Buíque,
Pesqueira, Porção, Belo Jardim)



Patrimônio Natural e Cultural

Espectáculos, celebrações e festas.

- 7 Sedes dos cocos
- Estação da Cultura
- Alto do Cruzeiro
- Ateliê do Mestre Assis
- 3 Casas Museu
- Museu do Boi
- CECORA
- CGA



Hand made

Artes Visuais e Artesanato

- 04 Exposições
- Ilustrações
- Caixas decorativas
- Accessórios
- Tamancos
- Bonecos
- Instrumentos musicais



Audiovisual



Teaser da Rota dos
Cocos
Teaser do Festival
7 Mini Docs com as
histórias de cada Coco



Rota dos Cocos



Roteiros culturais, gastronômico, trilhas, turismo de experiência e turismo criativo, onde será possível viver experiências junto aos mestres e as mestras cultura de tradição.

Nessas ocasiões, os participantes poderão ouvir histórias, preparar comidas, participar de oficinas curtas de dança, tocar instrumentos, apreciar o artesanato e conhecer as paisagens que marcam o portal do sertão.

Abrange também o acesso às apresentações artísticas durante todo o calendário que o festival oferece.



Próximos

Passos

Implementação dos Museus Orgânicos – HUB

Curso de fotografia artística e edição de imagem em dispositivos móveis

Curso de Sonorização (mixagem)

Curso de Serigrafia (Camisas, cartazes, lambes)

Curso de como distribuir e monetizar sua música na internet

Curso sobre gestão financeira de grupos

Curso de Moda Autoral - baseado na cultura popular

Quanto (?)



A photograph of a person wearing a white long-sleeved shirt, holding a white cup. The image is overlaid with a semi-transparent yellow filter. The text is centered on the image.

**“A caravana não morreu, não morreu,
nem morrerá!”**

Siga-nos! sescpe.org.br

