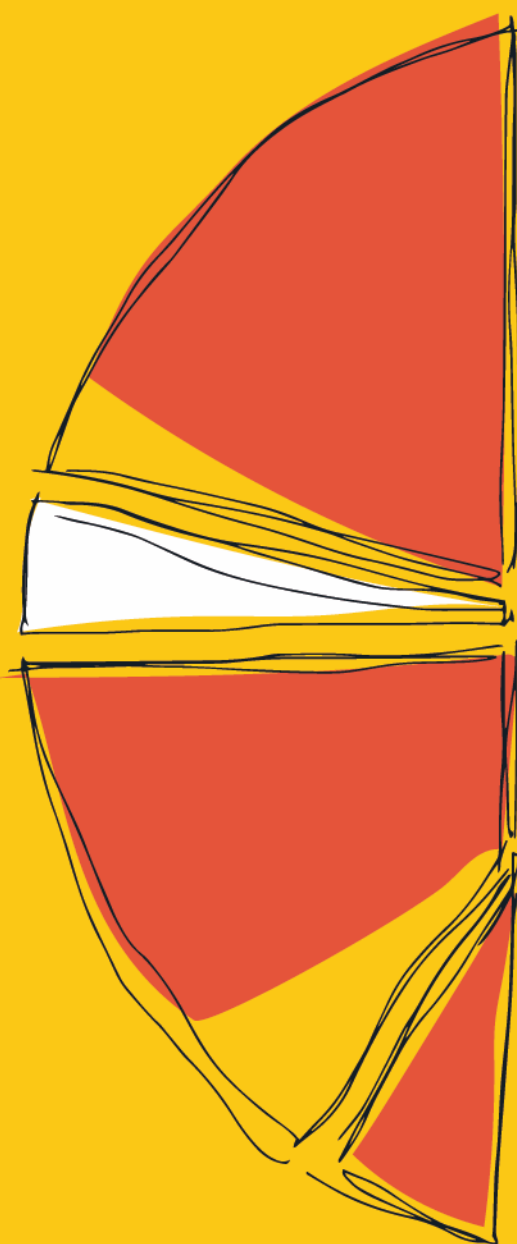


# BEYOND EXCHANGE

Um projeto de  
People's Palace Projects -  
Queen Mary University of London



**ARTE  
CULTURA  
VALOR  
PERIFERIA**

Um projeto People's Palace Projects em parceria com Redes da Maré, Agência de Redes para Juventude e NECCULT.

**Pesquisador principal**

Paul Heritage, Queen Mary University of London

**Co-Pesquisador**

Leandro Valiati, Universidade Federal do Rio Grande do Sul

**Pesquisadores parceiros**

Eliana Sousa e Silva, Redes da Maré

Marcus Faustini, Agência de Redes para Juventude

**Financiamento**

Arts and Humanities Research Council UK

Global Challenges Research Fund – GCRF

Arts Council England

**Sobre este relatório**

Textos: Mariana W. Steffen, Bruna Cataldo de Andrade e Luisa Iachan

Com a colaboração dos 40 agentes culturais que participaram do Beyond Exchange

Revisão: Brenno Erick e Thiago Jesus

Ilustrações: Ellen Rose

Projeto gráfico: Refinaria Design

**RESUMO**

Entre julho e novembro de 2019, a People's Palace Projects se juntou à Agência de Redes para Juventude e a Redes da Maré para cocriar um programa de aprendizado compartilhado em tecnologias sociais inovadoras e metodologias de mensuração de impacto socioeconômico das artes: o *Beyond Exchange*. Quarenta jovens atuantes em projetos culturais e artísticos de periferias e favelas da Região Metropolitana do Rio de Janeiro participaram do programa, onde discutiram território, aprenderam técnicas de pesquisa e realizaram, com apoio dos pesquisadores do Neccult, a sua própria pesquisa. Essa publicação conta a jornada desses jovens e traz os resultados da pesquisa sobre os efeitos das suas ações nas comunidades onde moram.

Um projeto de



Em parceria com



Financiado por





## SUMÁRIO

<b>PAUL HERITAGE: IMAGINANDO O VALOR DA CULTURA</b>	7
<b>LEANDRO VALIATI: ARTE E CULTURA PARA O DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO</b>	9
<b>INTRODUÇÃO</b>	10
<b>RELATIVE VALUES: ONDE TUDO COMEÇOU</b>	12
<b>ENTREVISTA COM ELIANA SOUSA SILVA</b>	14
<b>ENTREVISTA COM MARCUS FAUSTINI</b>	16
<b>UMA BREVE HISTÓRIA DO PROJETO BEYOND EXCHANGE</b>	18
<b>QUE HISTÓRIA QUEREMOS CONTAR: CULTURA, ENCONTRO E PERIFERIA</b>	22
<b>HUB F12</b>	26
<b>HUB CAMA DE GATO</b>	32
<b>HUB #NARRAR</b>	38
<b>HUB BLACK 6</b>	44
<b>O QUE SE APRENDEU COM O PROJETO?</b>	48



## IMAGINANDO O VALOR DA CULTURA

PAUL HERITAGE, Pesquisador Principal do Projeto (PPP/QMUL)

“Eu nunca soube que eu era boa pra caramba!” exclamou Maria<sup>1</sup> quando questionada sobre o que havia descoberto no programa *Beyond Exchange*. Ao entrevistar os participantes do projeto artístico que ela coordena na favela onde mora, Maria entendeu pela primeira vez o impacto de seu trabalho em outros jovens. As métricas que ela e outros 39 participantes do programa *Beyond Exchange* criaram permitiram a Maria calibrar os benefícios de seu projeto para os indivíduos participantes e para a comunidade onde ele ocorre. Ela aprendeu a medir o valor do que fazia, vendo nos números e gráficos da avaliação que a sua arte valia muito mais do que ela jamais imaginara. Mas é claro que, por mais que desejemos acreditar no poder de Maria como artista para fazer o bem, nós também devemos prestar atenção aos comentários brincalhões de João, que revelou que os métodos de avaliação que aprendeu no programa eram uma maneira importante de avaliar sua crença secreta de que o artista é um super-herói.

No primeiro treinamento do programa, quatro meses antes dos comentários de Maria e João, não havia tanto entusiasmo assim por parte das participantes. Foi um desafio para Leandro Valiati, Mariana e eu convencermos quarenta jovens que fazem arte e cultura em mais de 30 territórios periféricos diferentes - favelas - que avaliar o impacto de seus trabalhos seria benéfico para suas práticas. Levando em conta os desafios diários que todos enfrentam para manter e desenvolver seus próprios projetos artísticos, era difícil para eles verem como as atividades da pesquisa que estávamos propondo tinham alguma relevância. O fato de eles terem concordado em embarcar nessa jornada conosco deveu-se ao poderoso aval que Eliana Sousa Silva (Diretora, Redes da Maré)

e Marcus Vinicius Faustini (Diretor, Agência de Redes para a Juventude) deram ao programa. Cada um dos participantes foi indicado por duas das mais respeitadas organizações da sociedade civil que trabalham com artes em territórios vulneráveis do Rio de Janeiro. Esses jovens artistas/ativistas não apenas assistiram às palestras sobre teorias econômicas do valor, mas fizeram as perguntas mais perspicazes. Engajando-se ativamente nos workshops sobre indicadores e estatísticas, eles refinaram com robustez os instrumentos da pesquisa que nossa equipe apresentou e mudaram radicalmente o foco do que propusemos contar. Se, como um deles comentou mais tarde, a avaliação é como apontar um espelho para a nossa imaginação, ficou claro que o que esses jovens fazedores culturais imaginam é muito diferente do que o resto da sociedade espera da arte. Eles estão olhando para ver a transformação. Nós esperamos que, de alguma pequena maneira, a pesquisa que eles realizaram neste projeto os tenha ajudado a enxergar o que antes só podiam imaginar.

Fazer pesquisa é duvidar, mas é também escolher. A pesquisa é um ato de escuta, mas também de expressão. Essas foram as descobertas dos quarenta jovens pioneiros pesquisadores das favelas do Rio de Janeiro, quando procuravam enxergar através das estatísticas padrões, mas reducionistas, pelas quais a Economia Criativa é governada. Como uma outra jovem comentou no workshop final, pesquisar é ir além do que você sabe que o mundo é. Para todos nós da equipe que criou este programa, esses jovens nos levaram a um entendimento econômico moldado na esperança, não no medo<sup>2</sup>, mostrando que as artes são uma forma produtiva de trabalho que agrega valor à nossa sociedade<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> Todos os nomes foram alterados para preservar o anonimato

<sup>2</sup> MAZZUCATO, Mariana. *The value of everything: Making and taking in the global economy*. Hachette UK, 2018.

<sup>3</sup> SMITH, Adam. *The wealth of nations*. New York: The Modern Library, 1776.





## ARTE E CULTURA PARA O DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO

LEANDRO VALIATI, Co-Pesquisador (NECCULT/UFRGS)

Plano-sequência 1: Manchester, 1857, John Ruskin, com seu nariz adunco, olhos verdes profundos e usando um glamoroso *frock coat*<sup>4</sup> não condizente mesmo com o verão da cinza cidade industrial. Ele cruza a *Peter Square*<sup>5</sup> a passos largos, nas mesmas pedras banhadas de sangue 38 anos atrás pela batalha de Peterloo, armado com uma frase do poeta Keats contra a ultraliberal escola econômica de Manchester: “uma coisa bela é uma alegria para sempre”<sup>6</sup>. Começando por Manchester, seu plano foi percorrer as cidades industriais inglesas dando palestras com um único objetivo: mostrar ao mundo quantitativista, viciado em enxergar progresso apenas em aumento da produção (PIB, na linguagem atual), que a Economia Política da Arte era um provedor de valor essencial para o Desenvolvimento Econômico. O economista perfeito, para Ruskin, tem em sua mão direita, comida e linho, e na sua mão esquerda, bordado e púrpura. Ambos, alimentação e vestuário, de um lado, e, esplendor e beleza, de outro, são necessidades básicas para o bem-estar humano, pleno e em constante evolução.

Plano-sequência 2: Petrópolis, Rio de Janeiro, 1857, o imperador Dom Pedro II, vestindo anacrônicas casacas, inaugura seu suntuoso palácio de verão na cidade que ganha seu nome, fugindo do calor carioca e da brutal crise econômica de crédito da economia cafeeira; Petrópolis, Rio de Janeiro, 2019, 162 anos depois, quarenta jovens de periferias diversas do Rio de Janeiro passam 4 dias tentando exercitar distintas formas de mostrar para a sociedade de que forma produzem valor econômico multidimensional, para ganhar a vida e produzir valor ao mesmo tempo, ou seja, esplendor e linho, portanto, sua “alegria para sempre”.

Uma vez mais, Paul Heritage e eu estamos embaralhando arte e economia, *a la* Ruskin, tentando produzir algumas explicações práticas sobre o sentido daquilo que já sabemos, mas precisa ser provado para as sociedades contemporâneas: arte e cultura são vetores do desenvolvimento econômico. Eliana Sousa Silva e Marcus Faustini, que já fazem na prática o que esses dois acadêmicos tentam registrar, tiveram a generosidade de

emprestar parte do tempo que empregam mudando o mundo para essa aventura.

Durante a residência artística-economista na simbólica Petrópolis, exercitamos um valor essencial, tentando que a sociedade seja tocada de forma eficiente e pontes sejam construídas: a cocriação. Aproveitando os megatons de energia desses jovens, produzimos novas lentes, caminhos, que muitas vezes não apenas justapomos, mas trocamos entre nós, fazendo com que indicadores multidimensionais sobre o impacto da arte e cultura na vida cotidiana, territórios e bem-estar individual e social fossem tratados como vetores práticos de mensuração do impacto da arte e cultura produzida por esses jovens no desenvolvimento econômico.

A Arte e a Cultura são, inegavelmente, realizações humanas essenciais para o avanço das sociedades em termos de bem-estar. E o desenvolvimento, medido pelo bem-estar individual e coletivo, deveria ser finalidade última das decisões econômicas. O que é difícil em tempos míopes, seja na Manchester vitoriana, seja no Brasil atual vivendo uma aventura política populista desesperada, é criar canais de compreensão para a sociedade sobre isso.

A potência desse trabalho encontra-se nessa riqueza das lentes que produzimos, no olhar atento de cada um dos quarenta jovens sobre como compreender e explicar seu impacto na sociedade, a partir de diferentes variáveis, tais como empatia, poder de agência, bem-estar, inovação social, alteridade, inclusão, entre outras. Isso é parte fundamental do contexto socioeconômico e define a área de operação da ciência econômica: o impacto das decisões humanas e os fundamentos que as constituem em escala individual e coletiva. Tais lentes são naturalmente restritas, mas, se acionadas de forma multifocal, podem provar a diversos contextos sociais que é necessário refundar nossa visão sobre progresso, desenvolvimento e bem-estar, cuidado da produção, difusão e preservação dos nossos valores. E, finalmente, que a arte e a cultura são vetores estratégicos e essenciais para isso.

<sup>4</sup> *Frock coat*: casaco formal masculino, de comprimento até o joelho, popular no Reino Unido no século XIX.

<sup>5</sup> Praça localizada no centro de Manchester, cidade no norte da Inglaterra que teve um papel central na revolução industrial ao final do século XVIII.

<sup>6</sup> Do poema original de John Keats (1818): *A thing of beauty is a joy forever. Its loveliness increases; it will never pass into nothingness* (Uma coisa bela é uma alegria para sempre. Sua beleza aumenta, nunca se tornará nada).

## INTRODUÇÃO

Entender os impactos que organizações culturais são capazes de produzir em seu entorno é uma ferramenta importante para o estudo e a defesa do valor gerado pela cultura. Em territórios periféricos, onde a presença de políticas públicas estatais é escassa, o trabalho realizado por organizações e agentes engajados em promover transformação por meio de práticas culturais é particularmente importante para o desenvolvimento. Reconhecer a importância desta atuação passa, necessariamente, pela produção de informações que demonstrem a relação entre essas práticas culturais em pequena escala e a promoção de bem-estar nas comunidades.

A partir dessas inquietações, em 2017, os professores Paul Heritage (QMUL) e Leandro Valiati (UFRGS) convidaram 4 organizações britânicas e brasileiras para cocriar uma metodologia de mensuração do valor cultural gerado em territórios sujeitos a vulnerabilidade, chamada **Relative Values**. Essa parceria trabalhou ao longo de 1,5 anos, chegando a um conjunto de indicadores que, a partir da compreensão das características dos territórios de atuação e do funcionamento das próprias organizações, elencava os impactos por elas gerados.

A metodologia desenvolvida encontrou adesão nas organizações, que puderam refletir sobre suas ações e obter informações úteis para a aplicação de editais/financiamento, e junto à sociedade em geral. Buscando disseminar o conhecimento produzido junto a outros agentes culturais, nasce o projeto **Beyond Exchange**, um **programa de aprendizado compartilhado em tecnologias sociais inovadoras e metodologias de mensuração de impacto socioeconômico das artes**.

**Beyond Exchange** é um projeto cocriado pela People's Palace Projects em parceria com as organizações **Redes da Maré** e **Agência Redes**

**para Juventude**, e com o Núcleo de Estudos em Economia Criativa e da Cultura (NECCULT-UFRGS) com a intenção de difundir o conhecimento em técnicas de pesquisa entre projetos culturais das periferias do Rio de Janeiro.

O objetivo do projeto consiste em fortalecer o trabalho de agentes culturais de diversas organizações artísticas locais e desenvolver uma nova rede de engajamento no Grande Rio, capaz de construir alianças com os órgãos responsáveis pelas decisões em nível de políticas públicas, e sustentar o desenvolvimento de iniciativas de economia criativa com geração de impacto social.

Para isso, as organizações parceiras Redes da Maré e Agência selecionaram 40 agentes culturais de 19 comunidades da Região Metropolitana do Rio de Janeiro (20 participantes cada). Todos eles atuam com projetos em territórios sujeitos a altos índices de violência e que apresentam baixos índices de desenvolvimento socioeconômico na Região Metropolitana do Rio de Janeiro.

No decorrer do ciclo, os jovens aprenderam a respeito de metodologias de pesquisa e tiveram a oportunidade de aplicá-las na prática, colaborando com o desenvolvimento de questionários, indo a campo coletar dados e atuando junto aos pesquisadores na análise das informações obtidas. Para isso, os jovens foram organizados em *hubs*, possibilitando a construção de uma rede entre os agentes culturais e criativos envolvidos, que se mantém ativa mesmo após o fim do projeto.

Nesta publicação, compartilhamos os percursos e resultados desde o perfil dos participantes e seus projetos, passando pelas etapas de imersão de treinamento e coleta de dados, chegando aos resultados finais obtidos pelos esforços dos hubs. Conversamos também com Eliana Sousa Silva e Marcus Faustini, diretores das organizações participantes e parceiros nesta pesquisa.

### REDES DA MARÉ

é uma instituição da sociedade civil que produz conhecimento, elabora projetos e ações para garantir políticas públicas efetivas que melhorem a vida dos 140 mil moradores das 16 favelas da Maré, no Rio de Janeiro. A Redes da Maré atua através de quatro eixos considerados estruturantes para melhoria da qualidade de vida e garantia de direitos básicos da população da Maré: arte, cultura, memórias e identidades; desenvolvimento territorial; direito à segurança pública e acesso à justiça; e educação.

### AGÊNCIA DE REDES

para Juventude, em ação desde 2011, desenvolveu uma metodologia que potencializa jovens com idade entre 15 e 29 anos, moradores de favelas e periferias, a transformarem ideias em projetos de intervenção em seus territórios. Idealizada por Marcus Vinicius Faustini, a Agência não é um projeto social nem é um curso de capacitação profissional. É a possibilidade de criação de um novo espaço-tempo para os jovens que vivem em comunidades populares do Rio de Janeiro. É o estímulo para a invenção de um novo lugar na cidade, onde estes jovens sejam potentes, e não só representados como carentes. Onde eles sejam reconhecidos como sujeitos criadores, não só como objetos de ação social.

### PEOPLE'S PALACE PROJECTS

é uma organização social sem fins lucrativos que promove a prática e o entendimento da arte pela justiça social. Está vinculada à Queen Mary University of London, no Reino Unido, e faz parte do Portfólio Nacional (NPO) do Conselho de Artes da Inglaterra. A PPP busca, por meio de projetos artísticos participativos, performances, iniciativas educacionais e debates, transformar a vida e as realidades das pessoas. Reune artistas, ativistas, acadêmicos e públicos em projetos que abordam uma ampla gama de questões de justiça social e direitos humanos.



## RELATIVE VALUES: ONDE TUDO COMEÇOU

Em 2016, Paul Heritage e Leandro Valiati se juntaram para pensar uma série de indicadores que possibilitariam a organizações artísticas demonstrar os efeitos que suas atividades e projetos poderiam gerar nas comunidades em que estavam inseridas. Para isso, convidaram quatro organizações para serem parceiras no processo de cocriação da pesquisa: no Reino Unido, se juntaram o teatro *Contact Theatre* e o *Battersea Arts Centre*, enquanto no Brasil – mais precisamente, no Rio de Janeiro –, os parceiros foram a Agência Redes para a Juventude e a Redes da Maré.

Embora a literatura tenha tentado abordar e medir o valor que as práticas culturais podem gerar, no geral as métricas sugeridas estão muito conectadas à dimensão simbólica ou muito focadas nos índices econômicos e monetários. O impacto nas características do desenvolvimento socioeconômico, como o bem-estar humano (capacidade dos indivíduos de perseguir seus objetivos, prosperar e sentir-se satisfeitos), inclusão social (igualdade de

oportunidades para diferentes grupos) e diversidade (reconhecimento, valorização e respeito pela diferença em várias áreas da sociedade, como gênero, raça, etnia, religião etc.) eram pouco ou nada abordadas nesses estudos.

Desde o início, *Relative Values* buscou entender a relação entre cultura e desenvolvimento, investigando o potencial que organizações artísticas/culturais têm em termos de geração de valor em territórios sujeitos a diversas vulnerabilidades, seja em países considerados desenvolvidos, como o Reino Unido, ou em desenvolvimento, como o Brasil. Assim, um grupo de indicadores multidimensionais foi desenvolvido para mensurar os efeitos que essas organizações geram, olhando para os indivíduos, o território e as redes criativas construídas. Tais dimensões abordavam diversidade cultural, capital social, disseminação de recursos econômicos, poder de agência, engajamento cultural e habilidades criativas.

As principais perguntas que orientaram o desenvolvimento dos indicadores foram:

Como as organizações artísticas geram valor?

Quais dimensões as organizações artísticas afetam em relação a seus participantes, territórios e empreendedores locais?

Quais são os impactos no desenvolvimento social produzidos pelas organizações artísticas que operam em territórios sujeitos a múltiplos fatores de estresse?

Como podemos medir os impactos socioeconômicos produzidos pelas organizações artísticas?

A partir desses questionamentos, as conversas com as organizações artísticas levaram à criação dos seguintes indicadores:

### REDES CRIATIVAS

- Reconhecimento das redes criativas
- Acesso às redes criativas

### RELAÇÃO COM ARTES E CRIATIVIDADE

- Democracia cultural
- Proximidade com artes
- Trabalho artístico: percepção
- Trabalho artístico: viabilidade
- Estoque cultural e criativo individual
- Engajamento cultural
- Habilidades criativas

### CAPACIDADE DE AGÊNCIA

- Reflexividade do indivíduo
- Expansão do capital social
- Engajamento/mobilização social
- Expansão de perspectivas

### TRANSFORMAÇÃO NOS TERRITÓRIOS

- Infraestrutura
- Novos negócios
- Novos significados para espaços sem uso
- Melhora no uso de espaços públicos
- Acesso aos espaços dos projetos
- Engajamento comunitário
- Criação de novos espaços sociais
- Segurança em espaços públicos
- Melhor percepção do território, para os residentes
- Descrição mais positiva do território

### RELAÇÃO INDIVÍDUO-TERRITÓRIO

- Acesso e espaço vivido
- Compreensão da realidade social
- Identificação e pertencimento

Como parte do processo de cocriação, as organizações artísticas participaram ativamente da formulação dos questionários e da coleta de dados junto a seus participantes, com mais de 350 questionários respondidos. Após analisados, os dados coletados puderam ser utilizados para avaliação e identificação de forças e gargalos das próprias organizações, além de para comunicar junto à sociedade e a possíveis financiadores os valores que as mesmas geravam em suas comunidades.

A primeira edição do projeto foi financiada pelo *Arts and Humanities Research Council* (Conselho de Pesquisa em Artes e Humanidades) do Reino

Unido, como desdobramento do projeto *A Arte do Intercâmbio Cultural* (*The Art of Cultural Exchange*). Uma nova edição do projeto foi, posteriormente, comissionada pelo Itaú Cultural e 100% realizada em território brasileiro.

A experiência do processo de pesquisa não apenas reiterou o potencial das organizações para gerar valor e transformar vidas dentro das suas comunidades, mas também deixou evidente a importância da obtenção de dados sobre suas atividades, seja para disparar movimentos de reflexão interna, seja para utilizar essas informações em futuros projetos para captação de recursos. Daí nasceu o projeto *Beyond Exchange*.

## ENTREVISTA COM ELIANA SOUSA SILVA

Eliana é diretora da ONG Redes da Maré e pesquisadora em segurança pública. Ela dividiu com a gente sua visão sobre a relação entre cultura e território e a importância da produção de dados para projetos e políticas culturais.

### Como se pode usar o território para pensar cultura na periferia?

O conceito de território é muito usado para demarcar quais são os contornos estéticos, políticos e éticos da cultura sobre a qual estamos falando. Assim, se relaciona a uma ideia de demarcar um lugar a partir de onde esses três contornos acontecem em relação à questão da cultura. Quando falamos de cultura, usar esse conceito tem a ver não só com a questão espacial, mas também com as pessoas que produzem naquele lugar: como elas vivem, lutam e resistem a muitas questões. Quando fala disso, a cultura está tentando chamar atenção pra uma questão que é de um lugar específico, ajudando a pensar esse território em relação a outros territórios. Pensar a cultura a partir desse conceito é pensar como essa cultura, de alguma maneira, dialoga com as questões que são próprias daquele território, quais as políticas sociais e processos de criação que envolvem os artistas que estão ali.

Assim, podemos nos perguntar: como a cultura é pensada e produzida ali? Como as pessoas se desenvolvem a partir desse processo, de estar produzindo cultura ali? Usar o território é um gesto para demarcar e colocar em questão contornos e fronteiras para se relacionar

com outras coisas, nesse mesmo território e também fora dele. Pensar e demarcar o território ocorre sempre em relação aos outros territórios periféricos e à cidade de uma maneira geral. Talvez essa palavra **demarcar** tenha uma importância muito grande quando chamamos a atenção pra cultura de um território periférico: é um jeito de afirmar que ali há uma cultura e que essa cultura existe ali em relação a outras.

**A importância dos dados para a elaboração de políticas públicas é bastante reconhecida, embora nem sempre valorizada. Como este movimento de elaboração de informações pode auxiliar grupos, organizações e coletivos culturais a promover melhorias socioeconômicas nos territórios em que atuam?**

A produção de informação, de conhecimento e de dados é algo extremamente importante, para políticas públicas e para êxito em projetos no geral. Geralmente, investimentos são mais escassos para essas etapas que buscam conhecer melhor um território para a implementação de um projeto. Produzir dados é mensurar impacto, seja econômico, seja de trajetórias individuais. É importante falar que os projetos sociais têm uma dimensão que deve ser valorizada e pensada do ponto de vista do impacto, de como

a cultura atinge os indivíduos. Então, quando formulamos um pensamento para produzir dados, precisamos considerar essas trajetórias, como elas aparecem e como elas são impactadas por esses projetos.

Uma questão importante pra quando estamos pensando em favela, em periferia, é o investimento que é feito nesses territórios, do ponto de vista da cultura e da arte, para políticas públicas. É necessário considerar como os dados podem ser produzidos para ajudar a olhar e fazer as melhores escolhas, inclusive porque não somos um país onde a cultura e a arte são prioridades, e realmente entender que aquilo que viemos produzindo nesse campo até hoje está relacionado com a maneira como as políticas públicas se estabeleceram. Não é à toa que você tem numa parte da cidade, na Zona Sul do Rio de Janeiro, por exemplo, uma quantidade significativa de equipamentos de cultura mantidos pelo Estado e na periferia muitas vezes você não tem um centro cultural, uma biblioteca, equipamentos que possam ser utilizados para a criação e o fomento da cultura. Uma pesquisa pode oferecer uma possibilidade de revermos e repensarmos como esse processo pode acontecer.

**Uma das principais inquietações dos participantes era justamente**

**entender quem era o público dos seus projetos. Você acha que ter mais informações sobre esse público influencia no processo de criação deles?**

Produzir dados e análises, de perfil de público, por exemplo, nos ajuda a adaptar as ações e a estar em diálogo com o território, que muitas vezes não é envolvido num processo de realização de atividades artísticas e culturais. Fazer pesquisa no campo da cultura também é algo que é bem complexo de acontecer, porque não se tem essa cultura de estar olhando a cultura como um fenômeno social que também precisa ser pensado e medido e trabalhado a partir dos contextos onde acontece. Assim, ter informações importa para pensar os projetos e o que geram de relevante para o processo de criação do artista e/ou do coletivo naquele território. Saber o público e o direcionamento do projeto que você quer construir é importante. A produção de dados pode estar ligada a informações gerais, mas também a esse próprio direcionamento que você quer dar a sua produção artística/cultural. Quanto mais você tem isso claro enquanto coletivo e/ou artista, mais isso faz você escolher um caminho de criação ou outro.

Os jovens que participaram do *Beyond Exchange* puderam

refletir sobre a importância disso, o que também é um elemento importante do próprio processo deles de formação enquanto artista, ativista, como coletivo. E isso pode fazer diferença sim na escolha que eles farão em termos de criação artística e da maneira como eles vão lidar com esses projetos que eles criaram, pensando na sustentabilidade desses projetos.

**Quais as alternativas para garantir a sustentabilidade dos projetos de arte / cultura?**

Pensar a sustentabilidade econômica de projetos culturais em áreas que não têm políticas públicas estabelecidas no geral é complexo. No Brasil, vivemos uma situação em que arte e cultura não são reconhecidos enquanto direitos que devem ser garantidos e acessados por meio de políticas públicas. Há uma distribuição desigual em relação aos recursos e também em relação à cidade, com áreas ricas e de classe média com um acesso diferente ao das pessoas de periferia. Uma questão importante nesse campo da sustentabilidade econômica é a necessidade de desenvolver pesquisas e informações sobre como esses projetos culturais se formam e como as pessoas se organizam para elaborá-los e realizá-los sem apoio público. Temos, no Brasil, algumas organizações que são

importantes para o fomento da cultura, e o maior desafio é pensar como esses processos se sustentam no tempo, como podem ganhar complexidade e se desenvolver, ganhar vida própria.

Para debater possibilidades para os projetos culturais se sustentarem em territórios de periferia e favela é preciso abordar a construção de uma interface com outras áreas, como o desenvolvimento de uma economia circular de pesquisas, a comunicação, o trabalho no campo da memória e da identidade, e a questão ambiental. Essa questão econômica, portanto, tem a ver com olhar pra esse conjunto de questões e tentar pensar como a cultura pode ser uma prioridade para criar esses projetos, sejam eles estruturantes para mudanças que precisam acontecer ali, sejam pra manter uma perspectiva de permanência e perenidade dessas atividades. No caso dos territórios, importa pensar na perspectiva de colaboração, que me parece algo que pode criar uma sustentabilidade, e, ao mesmo tempo, forçar um processo de política pública, e de organização de grupos locais para criar uma incidência coletiva de cobrança em torno dos governos, dessa ideia de direito à cultura, à sua cultura, do direito de existir e de poder fomentar a sua própria cultura.



## ENTREVISTA COM MARCUS FAUSTINI

Marcus é diretor de teatro e fundador da Agência de Redes para Juventude. Ele compartilhou suas impressões sobre como podemos pensar projetos culturais nas periferias.

### Como você usa o território para pensar cultura na periferia?

Território é um conceito móvel. Já foi considerado um conceito militar, já foi um conceito geográfico. Simbolicamente ele tem uso na história, nas artes plásticas, ou seja é um conceito que vai sendo operado, que varia de acordo com o tempo, por ser tratar de um conceito geopolítico, então eu não acho que eu esteja usando um conceito fora da cultura, ou seja, não estamos operando um conceito que naturalmente já não esteja atrelado a cultura, mas que também não possui um rigor formal, podendo assim ser observado de diversas maneiras.

Tratando-se especificamente na relação com a cultura do território, ele deve ser pensado como instrumento político, que dá voz a uma geração que utiliza a cultura em suas periferias para dar visibilidade e gerar políticas públicas, seja através de espaços de opinião pública ou de pesquisa acadêmica, para as regiões em que atuam.

Esse é um conceito novo que vem atrelado à emergência de atores que começaram a fazer política e

arte com consciência da situação na periferia. Então esse conceito de território surge como uma voz política para reivindicar o lugar dessa geração dentro do debate público, e também significa uma atuação estética, procedimentos de criação que vão desde escutar histórias de moradores locais, a pensar espaços estéticos a serem construídos no seu território, e também o uso individual de artistas, coletivos, ativistas, na construção de identidade e grupos representativos na sociedade, ou seja, o território tem múltiplos usos, seja voz política na reivindicação de espaço, seja associativo, seja estético.

De todos esses usos, eu acho que o mais importante é pensar na contribuição que a cultura de periferia traz para esse conceito de território. O mais interessante é pensar no quanto o uso do conceito de território na cultura ajudou a democratizar a arte, e não somente a cultura.

O conceito de território também ajudou a superar a ideia de que existia apenas um tipo de cultura popular, que ou era operária marxista ou folclórica, trazendo a trajetória individual de artistas que

podemos considerar desde o que vende bala no trem a grupos que estão tentando entrar no circuito reivindicando o lugar da periferia. Me parece que é mais interessante observar a potência do uso desse conceito e não a sua essência, já que o conceito de território nunca foi uma essência. Se você pensa do ponto de vista de poder, território é controle, já do ponto de vista da cultura, território é libertação.

### Uma das principais inquietações dos participantes era justamente entender quem era o público dos seus projetos. Você acha que ter mais informações sobre esse público influencia o processo de criação deles?

Eu não me preocuparia em conhecer apenas o meu público, muito pelo contrário, me preocuparia em conhecer o território e as pessoas que não estão chegando, na verdade. Porque para quem já está perto de mim, eu posso promover outros tipos de práticas de conhecimento e não de pesquisa. Posso conhecê-los a través de vivências, dinâmicas, produzir um outro tipo de construção criativa com eles. Eu ficaria mais preocupado em saber quem não está indo, por que não

está indo em criar formas de me conectar a essas pessoas. Você tentar se colocar no olhar de quem não está indo, diz muito mais sobre como você está sendo percebido, enquanto focar em quem já é seu público, te conhece, pode ser um grande limitador da evolução do seu projeto. Quem não tem interesse em saber quem não está frequentando as suas atividades artísticas não vai sobreviver no território. Uma coisa é a comunidade que você cria e que você mantém com vivência, práticas, identificação, cocriação, mas o conceito de território vai muito mais além de qualquer conceito de comunidade que você tenha criado. Não adianta construir comunidades em cima de identidade, pois identidade é pessoal muda o tempo todo, não é fixa.

### Quais as alternativas para garantir a sustentabilidade dos projetos de arte / cultura?

Existe um desafio mercadológico ao buscar parceiros que estejam alinhados ao seu discurso, e principalmente da população / território com o qual você está trabalhando. Acho que circulação pode ser uma ótima forma de

ganhar dinheiro atualmente. Eu vejo no mundo um interesse muito grande das pessoas consumirem produtos de uma determinada região, então se você consegue produzir um material “regional” de fácil circulação fora do seu território através de SESC’s, festivais, etc, é muito positivo. Uma segunda alternativa é criar produtos de consumo digital. Existem hoje inúmeras plataformas que são remuneradas a partir da quantidade de views, por exemplo, e não apenas da venda de produtos. Os grupos de periferias que estão tratando de território precisam se preparar melhor para produzir mais no campo digital, como forma de se monetizar. O campo digital hoje virou um espaço fértil de discussão e criação de arte.

### Alguns dos participantes tem projetos que dependem de gastos do seu público para sobreviver. Como você vê a organização desses projetos na periferia? E como esse formato pode atingir sustentabilidade econômica?

Não se pode focar em um único evento apenas. É importante diversificar, pensar em ações alternativas de venda e circulação. Pensar em edições

menores e também maiores, criar clubes e não deixar de focar em um esforço contínuo e diário. Pensar de forma mais comercial do que artística, ninguém ganha dinheiro fazendo apenas um evento ao mês. É preciso “abrir a lojinha” todo dia às 7 da manhã.

Eu não sei se o discurso para sobreviver a uma experiência de território hoje é fazer as pessoas que vivem no território pagarem para participar do seu evento / feira / projeto. Acho que o caminho é tornar as pessoas do entorno um ativo do seu projeto, usá-los como parte da sua narrativa. É pensar em como tirar proveito da construção indenitária do território, por exemplo, como que um grupo de teatro formado na Cidade de Deus pode tirar proveito do rastro de fama construído internacionalmente pelo filme homônimo. Pensar em território é ter de sair da bolha, olhar menos pra si, e eu acho que poucas pessoas estão preocupadas em exercitar isso, no momento.



## UMA BREVE HISTÓRIA DO PROJETO *BEYOND EXCHANGE*

Quarenta jovens e um desafio: introduzi-los ao mundo da pesquisa aplicada. A produção de informações é relevante para todas as esferas da vida em sociedade – aquelas abordadas tanto pelas ciências humanas quanto pelas exatas –, e cumpre um papel fundamental no planejamento de projetos tanto na esfera pública quanto na civil.

No contexto dos territórios periféricos da cidade do Rio de Janeiro, esse processo tem um papel ainda mais central dados os processos de marginalização aos quais estes locais são submetidos na disputa por recursos públicos, no acesso a políticas públicas e na garantia de direitos. Por isso, conhecer técnicas de pesquisa e saber aplicá-las para melhor entender seus contextos e projetos é um recurso importante para que estes jovens possam produzir dados e informações relevantes individual e coletivamente, informando as discussões sobre o território como um todo, e sobretudo no campo da arte e cultura.

Mais do que um treinamento para aplicação de uma metodologia específica, o *Beyond Exchange* foi uma provocação: o que se pode conhecer sobre os projetos culturais da periferia do Rio de Janeiro? O que eles dizem sobre vocês e seus territórios? Qual o potencial que se encontra armazenado em cada ação, atividade realizada?

Para isso, os participantes do *Beyond Exchange* foram convidados a refletir sobre os projetos que eles mesmo realizam, pensando em quais impactos eles geram e descobrindo como coletar dados que demonstrariam estes impactos.

Para despertar esse olhar analítico para a realidade, o projeto aplicou uma dinâmica com ênfase no coletivo, que é abordada nos itens a seguir.

### IMERSÃO

A jornada teve início levando estes jovens para outro lugar – físico e simbólico. Uma imersão de 3 dias na cidade de Petrópolis, Rio de Janeiro, entre os dias 18 e 21 de julho de 2019, próxima à natureza e distante dos *corres* do dia a dia incentivou o foco no projeto. A jornada de trabalho foi ampla e diversificada, formada por painéis de discussão, sessões de capacitação, dinâmicas em grupos e uma festa julina.

#### A imersão foi organizada em três eixos:

##### DISCUSSÕES CONCEITUAIS

Para pensar arte, cultura e valor, Paul Heritage e Leandro Valiati lideraram as discussões provocando por quê, para quem e como podemos medir o valor da cultura? Orientando as reflexões sobre periferia o e a potência dos projetos culturais, participaram Marcus Faustini e Eliana Sousa Silva, com falas enfocando o papel do território ao pensar e realizar atividades culturais.

##### INTRODUÇÃO À PESQUISA APLICADA

Os conteúdos abordados apresentaram aos participantes as diferenças entre pesquisa quali e quantitativa, discutindo seus usos, vantagens e desafios. A elaboração e uso de indicadores para pesquisas também foi discutido. As pesquisadoras Luisa Iachan e Mariana Steffen apoiaram esta parte do treinamento.

##### EXERCÍCIOS E PRÁTICAS PARA ASSIMILAÇÃO DO CONTEÚDO

Discussões em grupos e momentos para testar na prática os conteúdos vistos foram uma parte importante do treinamento. As facilitadoras Daniela Name, Sinara Rubia e Veruska Delfino garantiram o sucesso dessas atividades. Sessões tira dúvidas, onde os participantes eram incentivados a responder as dúvidas uns dos outros, agregaram no compartilhamento de conhecimento.

## HUBS

Ainda na imersão, os participantes foram reunidos em hubs, em que escolheram os indicadores para a pesquisa e organizaram a coleta e análise de dados. Essa iniciativa possibilitou o encontro de sujeitos diversos e com algumas semelhanças que possibilitam troca de experiências e criações inteligentes, tornando essa uma experiência coletiva permeada de significados e resultados importantes.

Para a formação dos hubs, **quatro temas** foram apresentados para os participantes, que poderiam escolher sua preferência de acordo com seu projeto e atuação na periferia.

A partir dessa proposta, os jovens definiram e apresentaram nome, valores, dimensões, desafios e potenciais. Chegamos, então, aos 4 hubs que compõe o projeto: **F12** (Cidade), **#Narrar** (Narrativa), **Cama de Gato** (Imagem) e **Black6** (corpo). A distribuição dos jovens entre os hubs **está aqui ao lado**.

Esses hubs fizeram encontros paralelos, virtuais e presenciais, de acordo com a disposição e disponibilidade dos participantes, discutindo questões da pesquisa e, em alguns casos, indo além delas. Os laços criados nos hubs extrapolam as fronteiras do projeto, e reforçam a rede de alcance cultural na periferia do Rio de Janeiro, que fica como um dos principais legados do *Beyond Exchange* para os participantes e para a produção cultural da periferia carioca.

## ENCONTROS MENSAIS

Depois da imersão, o projeto organizou três encontros para planejar a coleta de dados, abordar o tratamento que as informações coletadas receberiam e, finalmente, apresentar os resultados preliminares obtidos. Esses encontros ocorreram na sede da Redes da Maré, na Pavuna, na Casa Rio e no Centro de Artes da Maré.

O encontro que encerrou o ciclo contou também com uma fala do Dácio Marinho, coordenador do Núcleo de Pesquisas e Monitoramento de Projetos da Redes da Maré, abordando as formas como a pesquisa pode ser utilizada no cotidiano dos jovens.

## HUB CIDADE

Produtores periféricos que potencializam ações na cidade

## HUB MARCA/IMAGEM

Construir/Produzir Memória, Representação e Evidências

## HUB NARRATIVA

Escrita e Conceito – Construir e manifestar-se

## HUB CORPO/ EXPRESSÃO

Visibilidade, Novas possibilidades de ser e estar no mundo para o “corpo periférico”

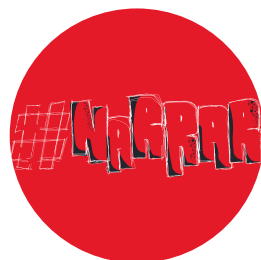
11  
participantes



10  
participantes



11  
participantes



6  
participantes



## COLETA DE DADOS

Cada hub definiu um **questionário** (no formato *survey*, com perguntas fechadas) em comum para seus membros, a partir da escolha dos temas e indicadores de interesse na imersão, contando com apoio dos pesquisadores. Os próprios participantes do BE entraram em contato com o público dos seus projetos para que respondessem os questionários.

A **amostra** para aplicação do questionário consistiu no público de cada um dos projetos dos membros do hub, que puderam responder de forma presencial ou online.

A **estratégia de aplicação** dos questionários incluiu pensar quando e como seria melhor contatar os respondentes, adaptar as perguntas para públicos específicos (crianças e projetos exclusivamente virtuais, por exemplo) e organização de apoio dentro dos próprios hubs.

O **tratamento dos dados** foi realizado pela equipe de pesquisadores, com envio e organização dos dados diretamente pelos participantes, que também contribuíram para a **análise dos dados** a partir das narrativas que lhes pareciam mais importantes.

## ATIVIDADES PARALELAS

O *Beyond Exchange* promoveu também duas atividades paralelas para os participantes, além do previsto inicialmente no programa de aprendizado compartilhado:

**Ocupação Casa Rio:** durante dois fins de semana do verão de 2020, duas peças produzidas por participantes do programa tiveram apresentação na Casa Rio, na zona Sul do Rio de Janeiro.

**Workshop dados quantitativos:** Dácio Marinho, da Redes da Maré, ministrou para os participantes interessados um workshop de quatro horas sobre análise e tratamento de dados quantitativos utilizando o programa Excel.

## RESUMINDO A METODOLOGIA:

Proposta: jovens realizadores culturais de periferias e favelas cariocas elaborando instrumentos e coletando dados sobre seus próprios projetos.

Quando: entre Julho e Dezembro 2019

IMERSÃO

Capacitar

Formar hubs

Elaboração de questionários com apoio dos pesquisadores



Ocupação Casa Rio

## Encontros mensais

COLETA DE DADOS

Aplicação de questionários, pelos jovens, junto aos públicos dos projetos

ANÁLISE

Identificação e narrativa dos impactos gerados pelos projetos



Workshop dados quantitativos





## QUE HISTÓRIA QUEREMOS CONTAR: CULTURA, ENCONTRO E PERIFERIA

Munidos de seus questionários e muita vontade, os participantes do *Beyond Exchange* contataram as pessoas que participam dos seus projetos para entender como a experiência que as atividades culturais que realizam têm impacto sobre elas.

A potência destes projetos é enorme. Mais do que tentar resumi-la nessas páginas, propomos aqui uma fotografia – povoada por números, gráficos e conceitos – que sistematiza um pouco das ricas narrativas que cada um desses jovens vem construindo em suas comunidades.

Para contar essa história, organizamos os possíveis impactos em áreas:

- Acesso à cultura
- Bem-estar pessoal
- Geração de redes
- Relação com o território
- Engajamento sócio-político
- Diversidade e inclusão

Cada hub estruturou seu questionário escolhendo perguntas dos temas propostos para aplicar junto com o público dos seus projetos, que aqui também serão chamados de

respondentes. Após os resultados preliminares, os hubs escolheram um recorte para a análise dos dados. Nesta seção, trazemos a análise segundo o recorte indicado.

### ANÁLISE HORIZONTAL DOS PROJETOS

Dos 40 participantes que iniciaram a jornada, 38 concluíram com sucesso todas as etapas propostas pelo programa. Eles vêm de diferentes lugares da cidade, sendo a maioria (71%) da Zona Norte do Rio de Janeiro (Figura 1).

Esses jovens dão vida a um leque extremamente variado de projetos, envolvendo diferentes linguagens artísticas:



FIG. 1\_ ONDE MORAM OS PARTICIPANTES



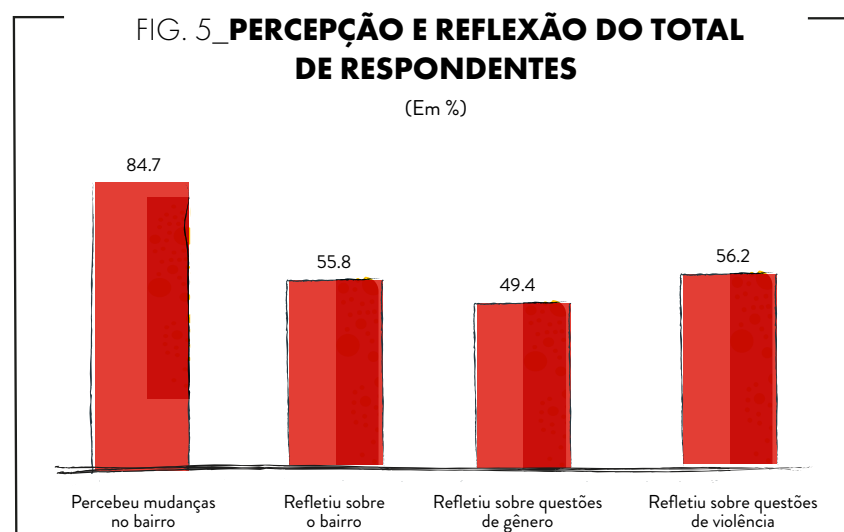
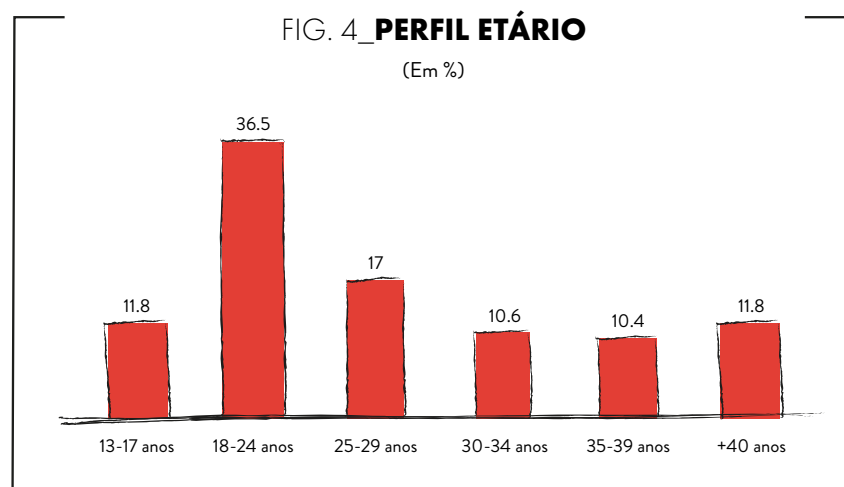
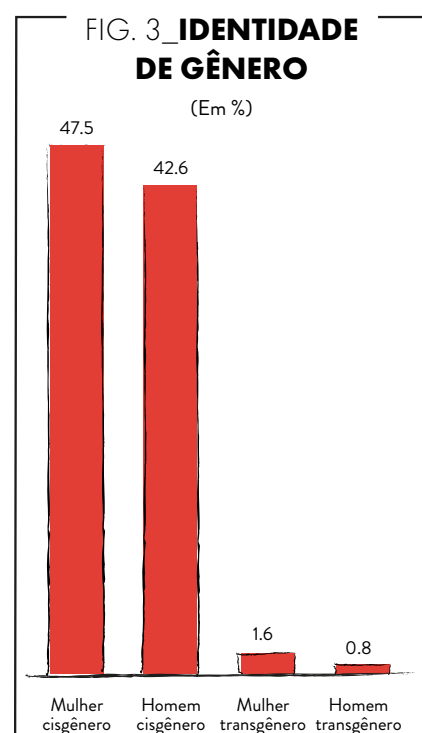
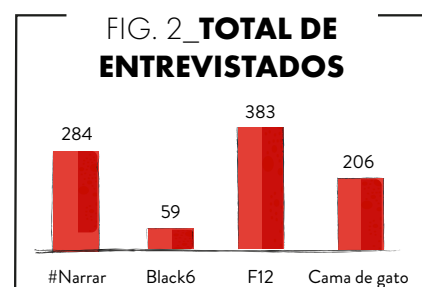
Esses projetos provocam também diferentes tipos de engajamento, desde atividades contínuas e com participação recorrente (como aulas de dança e pintura), passando por atividades que se repetem com pessoas diferentes, como os slams, e, finalmente, chegando em projetos de participação pontual, como projetos virtuais, peças de teatro e exposições de arte, por exemplo. Ao todo, foram entrevistadas 932 pessoas. (Figura 2).

Olhando para o público de todos os projetos analisados, vemos que é um público amplamente jovem e com maioria de mulheres cisgêneras. A presença de pessoas transgêneras participando nos projetos, apesar de pequena se comparada às demais, é muito relevante: o Brasil é um dos países mais perigosos para transgêneros, população

frequentemente invisibilizada na produção de estatísticas (Figura 3).

Além do perfil etário apresentado na Figura 4, importa destacar que um grupo de meninos e meninas entre 7 e 12 anos também participaram da pesquisa, mediante consentimento dos pais e responsáveis. Eles corresponderam a 2% do total de participantes.

A forte relação com o território fica evidente quando 84,7% dos respondentes indicam que, após participar dos projetos, perceberam mudanças no bairro em que é realizado o projeto. De maneira geral, os projetos participantes provocam reflexões junto a seu público, sobretudo quanto ao bairro, a questões de gênero e de violência (Figura 5).



## O OLHAR DOS HUBS

Na próxima seção, os hubs se apresentam e trazemos uma breve análise sobre os dados que coletamos. Foram produzidos mais dados dos que os que são apresentados aqui – a linha de análise foi definida pelos participantes após ter acesso aos dados totais, escolhendo enfatizar aquilo lhes pareceu mais importante e relevante de acordo com seus projetos e experiências. Esse processo ocorreu durante o encontro final, em dezembro de 2019, no Centro de Artes da Maré.



F12 foi o nome escolhido para o hub por representar o encontro das 12 favelas e territórios populares em que habitam e atuam diferentes perfis do grupo.

Por se tratar de um Hub com pessoas de muitos territórios distintos, envolvidas em diversas atividades em paralelo e com um grande número de integrantes, a interação online acabou sendo a mais comum, possível, viável e prática, mas isso não prejudicou a integração do coletivo que conseguiu construir algumas parcerias e quando possível apoiou os projetos uns dos outros. Assim, nossos encontros foram em sua maioria online, com muitas trocas pelo grupo de WhatsApp. Os nossos horários disponíveis influenciaram muito! Tivemos 2 ou 3 encontros presenciais, na Maré e na Pavuna.

Para a coleta de dados, traçamos o planejamento em conjunto e alguns que moravam no mesmo território conseguiram ajudar-se uns aos outros. Cada um aplicou no seu projeto, de acordo com a realidade de engajamento de cada público alvo.

Acreditamos na potência do coletivo como base para qualquer trabalho. Ver o empenho, o desenvolvimento da aplicação de pesquisa de cada um, ajudava a motivar cada um e também a querer motivar o outro, para que todo mundo conseguisse ter bons resultados. As trocas e possibilidades que podem nascer a partir desse ponto são inúmeras e isso é essencial para o que acreditamos como forma de geração de valor e impacto. Houve também um grande aprendizado junto às experiências e habilidades dos participantes.



# HUB F12

FIG. 6\_DISTRIBUIÇÃO DOS RESPONDENTES PELA CIDADE DO RIO DE JANEIRO



FIG. 7\_IDENTIDADE DE GÊNERO (Em %)

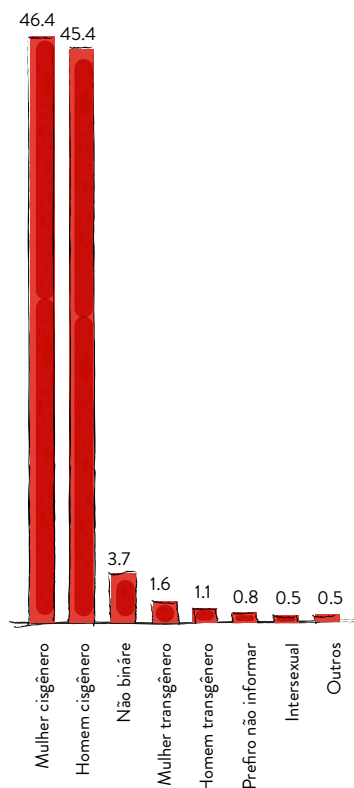


FIG. 8\_PERFIL ETÁRIO (Em %)

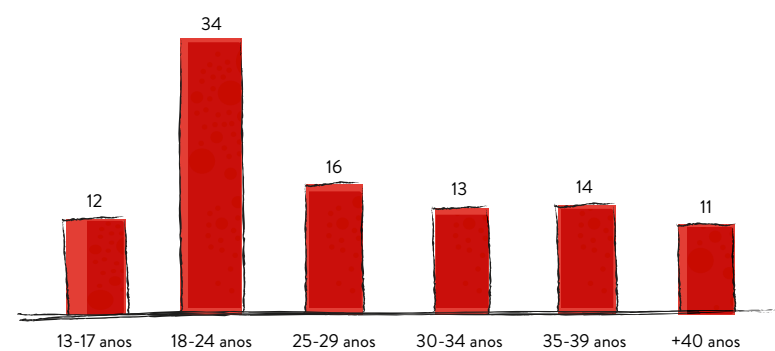


FIG. 9\_IDENTIDADE DE GÊNERO DAS PESSOAS ENTRE 18 E 24 ANOS (Em %)

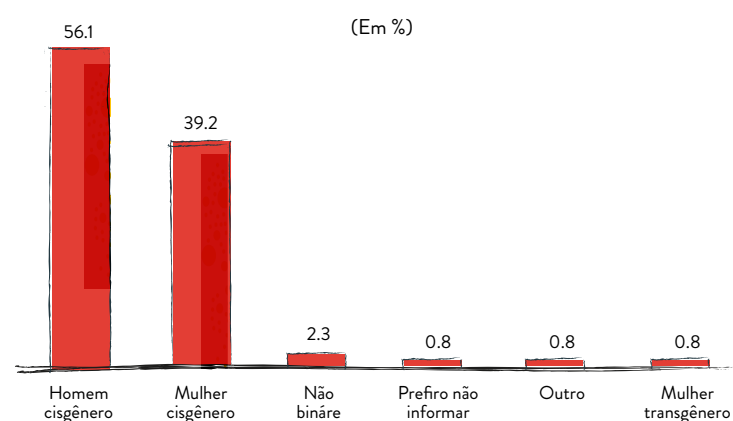


FIG. 10\_VOCÊ FREQUENTA OU FREQUENTOU ALGUM ESTABELECIMENTO COMERCIAL DURANTE O PERÍODO QUE PARTICIPOU OU PARTICIPA DO PROJETO? (Em %)

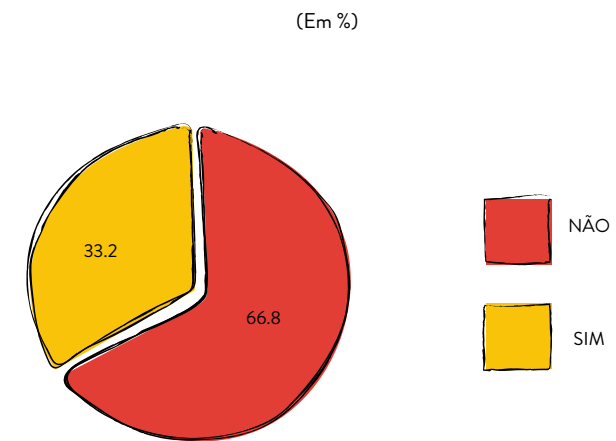


FIG. 11\_TIPO DE ESTABELECIMENTO FREQUENTADO (Em %)

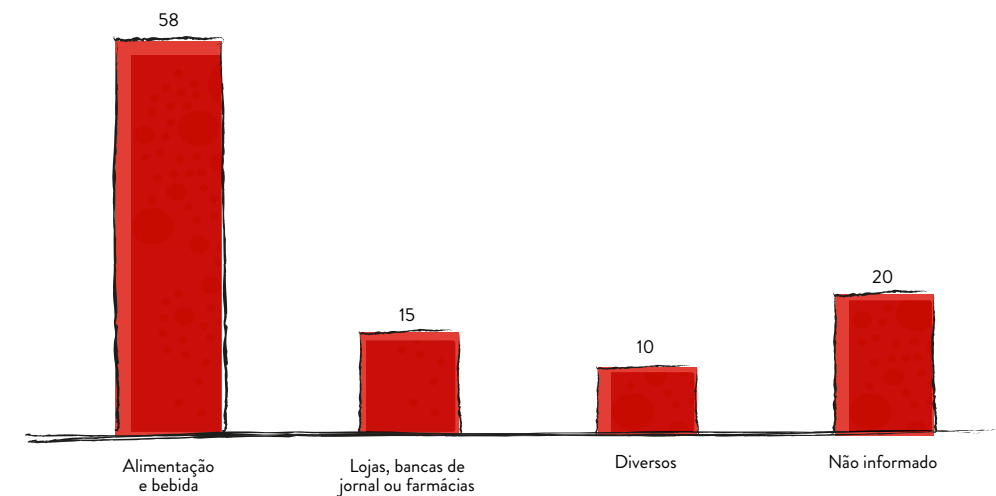


FIG. 12\_MÉDIA DE CONCORDÂNCIA COM AS FRASES...

Nível de concordância com a frase "Me aproximei de uma realidade que não conhecia antes"	Número de respondentes	Média de concordância com a frase "A experiência reforçou a minha autoestima"
1-2	79	3.5
3	52	3.8
4-5	252	4.3

Os 11 participantes do hub realizam projetos<sup>7</sup> que envolvem diferentes temas e linguagens, como filosofia, sustentabilidade, mobilização territorial, esportes, moda, música e dança. Nestes, predomina um formato de engajamento pontual do público, como em rodas e feiras culturais, bailes funks e mostras culturais. Em menor número, alguns dos projetos do hub estabeleciam um engajamento continuado, como ciclo de debates sobre filosofia e participação em coletivo de Skate.

No decorrer do *Beyond Exchange*, este hub aplicou um total de 383 questionários (online e em papel) junto aos participantes dos projetos. Os respondentes estão distribuídos por 46 bairros do Rio de Janeiro, além de localidades em outros estados.

O público que respondeu a esses questionários é majoritariamente jovem: 89% das pessoas têm entre 13 e 40 anos. De acordo com dados do IBGE de 2010, no Rio de Janeiro apenas 46% da população está nessa faixa etária. Na amostra do hub F12, são predominantes idades entre 18 e 24 anos, que correspondem a 34% dos respondentes. No Rio de Janeiro, 12,5% das pessoas se encontram nessa faixa.

Todas as outras faixas etárias são quase igualmente representadas na amostra coletada pelo hub F12: 12% das pessoas são menores de idade, entre os 13 e os 17 anos (valor levemente superior aos 9% que essa faixa etária representa no Rio de Janeiro);

## RECORTES COM PERFIS ETÁRIOS E FOCO NOS JOVENS DE 18-24 ANOS

Embora a maior parte da amostra entrevistada seja do gênero feminino (48%), entre os 130 respondentes de 18 a 24 anos, há uma maioria de homens (cerca de 55,5% dos entrevistados dessa faixa etária), sendo todos cisgênero. Enquanto isso, as mulheres representam quase 38,5% das pessoas nessa categoria de idade (sendo apenas 0,5% transgênero). Já os não binários conformam somente 2% dos entrevistados nessa faixa etária. ○

16% das pessoas estão entre os 25 e os 29 anos (também superior aos cerca de 9% no Rio de Janeiro); 13% das pessoas estão entre os 30 e os 34 anos (também superior aos 8% na região no Rio de Janeiro); 14% das pessoas estão entre os 35 e os 39 anos (bastante superior aos 7% no Rio de Janeiro); e 11% das pessoas possuem 40 anos ou mais (bastante inferior aos 33% que essa faixa etária representa no Rio de Janeiro). A figura 8 ilustra esses resultados.

No que diz respeito à identidade de gênero, a proporção entre homens e mulheres é próxima, sendo o sexo feminino levemente predominante: 48% dos respondentes são mulheres (46,4% cisgênero e 1,6% transgênero) e 46,5% dos respondentes são homens (45,4% cisgênero e 1,1% transgênero). No Rio de Janeiro, a proporção de população residente masculina em 2010 é também equivalente a 46,5%, enquanto a feminina chega a 53%. Conclui-se, portanto, que na amostra do hub F12 há uma proporção de mulheres menor do que a da população do Rio de Janeiro como um todo. Além disso, na amostra de respondentes do hub F12, 3,7% das pessoas são não binárias, 1% se encaixam em outras categorias e 0,8% preferem não informar a identidade de gênero. Não é possível comparar o percentual de respondentes não binários com o da população do Rio de Janeiro, pois o censo mais recente não incluiu essa informação. O perfil de gênero dos respondentes está demonstrado na Figura 9.

restante preferiu não informar ou não se enquadra em nenhuma das alternativas propostas.

Na média, as pessoas que têm entre 18 e 24 anos declararam que a experiência de participação nos projetos culturais ajudou a reforçar a autoestima (média de concordância 4,2); estimulou a aprender coisas novas (média de concordância 4,2); e provocou reflexões sobre a vida em geral (média de concordância 4). Em grau menor, também

houve percepção de que os projetos culturais dos quais participaram as fizeram se imaginar no lugar de outra pessoa (média de concordância 3,8); e as aproximaram de uma realidade nova (média de concordância 3,7).

Além disso, 75% das pessoas nessa faixa etária declararam que a participação no projeto

## MOVIMENTAÇÃO DA ECONOMIA LOCAL

Como mencionado, os projetos deste hub contavam principalmente com a participação pontual do público – que ia uma vez para a atividade cultural, sem previsão de engajamento contínuo. Dentre estes respondentes, 33% frequentou algum estabelecimento comercial durante sua participação no projeto. Os projetos deste hub, em sua maioria, eram de participação pontual. Dessas pessoas, 76% frequentaram estabelecimentos de comidas e bebidas; 10% frequentaram lojas, bancas de jornal ou farmácias; quase 9% frequentaram outros espaços culturais; e 5% frequentaram serviços e estabelecimentos diversos.

## RELAÇÃO ENTRE OS EFEITOS DO PROJETO SOBRE A AUTOESTIMA E SOBRE A APROXIMAÇÃO DOS PARTICIPANTES COM NOVAS REALIDADES

No que diz respeito ao grau de concordância com a frase “Me aproximei de uma realidade que não conhecia antes”, a média da amostra foi de 3,7, pouco inferior ao que equivaleria às pessoas concordarem. No que diz respeito ao grau de concordância com a frase “a experiência reforçou minha autoestima”, a média da amostra foi 4, o que equivale às pessoas concordarem com a frase.

Além disso, é possível observar correlação positiva entre a aproximação com novas realidades e a autoestima dos indivíduos entrevistados. Dos 383 respondentes, cerca de um quinto dos entrevistados (79 pessoas) discorda da ideia de que o projeto possa tê-los aproximado de uma realidade antes desconhecida. A média de concordância dessas pessoas com a ideia de que a experiência de participação no projeto ajudou

influenciou a forma como elas enxergam o território onde ele é realizado. No que diz respeito à inspiração para frequentar outros espaços culturais, 70% foram inspiradas a frequentar no mesmo território, e a mesma proporção de pessoas teve inspiração para frequentar espaços culturais em outras áreas da cidade.

Considerando apenas os projetos que têm especificamente o objetivo de construir uma narrativa sobre a movimentação da economia local (Baile do Marjan, Corpos Visíveis, Feira Crespa, Dark LGBTI e Roda Cultural do Parque União), o percentual dos respondentes que reportou ter frequentado estabelecimentos comerciais durante a participação no projeto aumenta levemente, para 34%. Desses, 58% frequentaram estabelecimentos de comidas e bebidas, cerca de 15% frequentaram lojas, bancas de jornal ou farmácias, 13% frequentaram serviços e estabelecimentos e houve elevado percentual de não informados (20%).

a reforçar a autoestima foi 3,5. Essa média está abaixo da média total da amostra, que foi igual a 4, e bastante abaixo da média dos respondentes que concordaram com a ideia de que o projeto os aproximou de uma realidade nova (252 pessoas, ou quase dois terços da amostra), que foi igual a 4,3. A Figura 12 representa esses resultados.

Ou seja, os respondentes que mais concordam com a ideia de que o projeto os aproximou de uma realidade nova também são, na média, os que mais concordam com a ideia de que a experiência reforçou sua autoestima. Enquanto isso, os respondentes que discordam da ideia de que o projeto os aproximou de uma nova realidade são, na média, os que menos concordam com a frase que diz que a experiência reforçou sua autoestima.

<sup>7</sup> Para mais informações sobre os participantes do hub e seus projetos, ver seção final desta publicação.



O Cama de Gato surgiu a partir de diversas brincadeiras que nasceram das mentes e bocas dos integrantes que se reuniram em volta do conceito de imagem. Após conversas fiadas sobre o que vemos quando pensamos, jogos que fizeram parte de nossas vidas foram surgindo junto da vontade de representar em imagem algo que pudesse dar liga aos diferentes seres que se propuseram a estar nesse hub. A cama de gato é isso, uma brincadeira que só tem graça se for no coletivo, ela depende do outro para que o desenho surja e as combinações saltem aos olhos. É preciso ter confiança para que o barbante não fique frouxo e que sigamos até o fim, em combinações que parecem infinitas dentro de suas possibilidades de criação.

Nos demos conta de que éramos de lugares muito diferentes e que éramos muito mais distanciados pela dinâmica da cidade. O transporte público não nos ajudava e lá estávamos nós, pensando nos desenhos da cidade, como nos barbantes do nosso jogo. Da Maré até a Baixada, conseguimos nos encontrar em um domingo por mês, aos poucos e tranquilos, fomos compartilhando nossas histórias e sonhos. Combinamos de usar a internet para mais uma reunião que se tornara mensal, assim a gente compartilhava com quem não conseguia estar presente anteriormente.

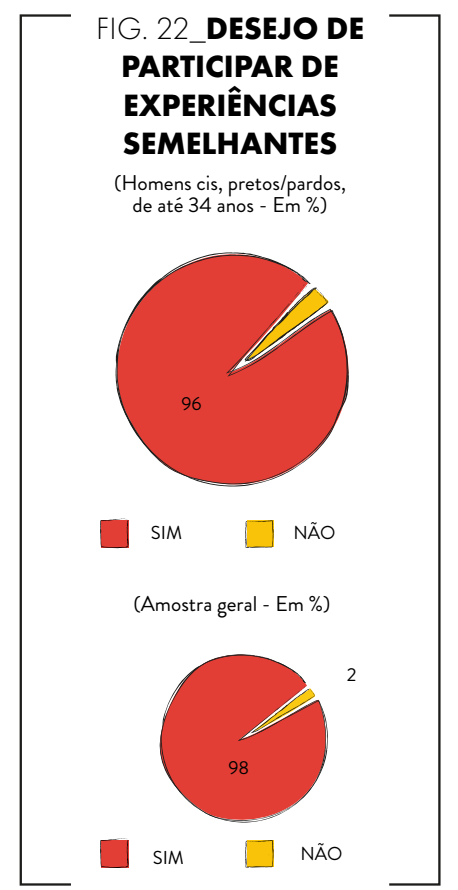
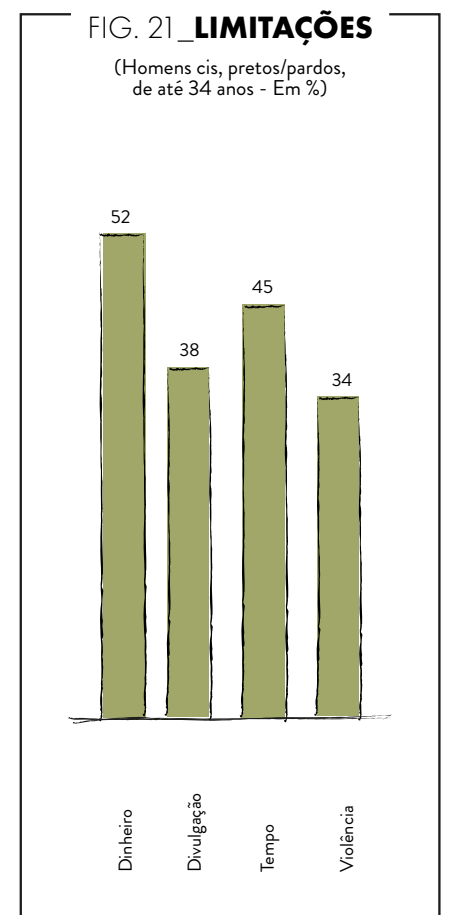
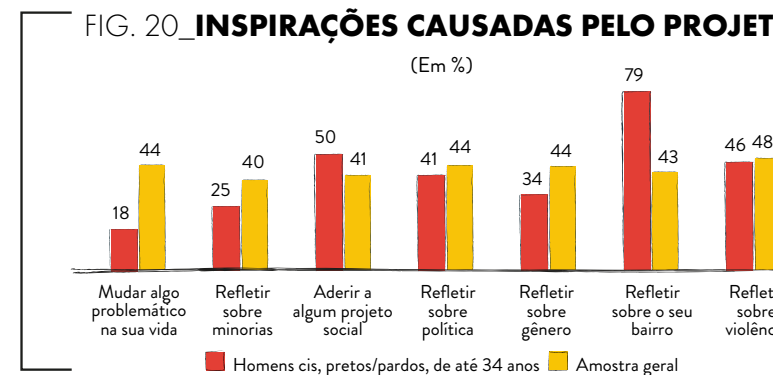
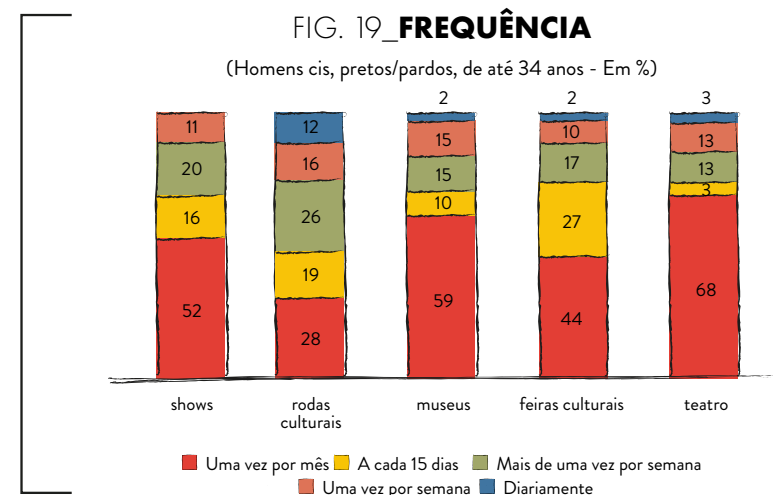
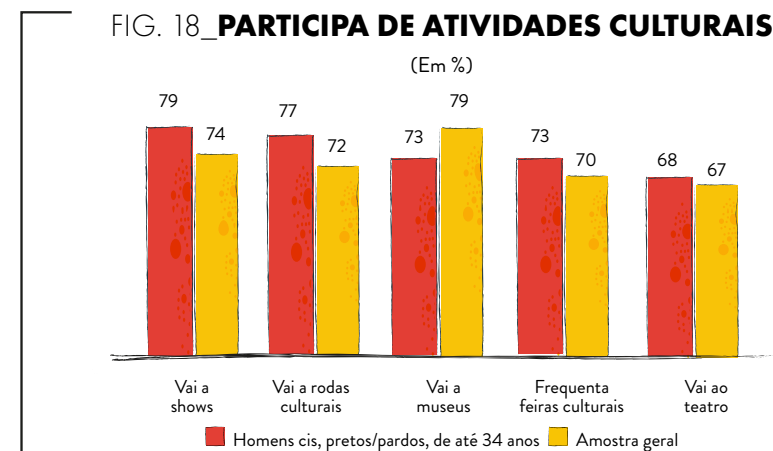
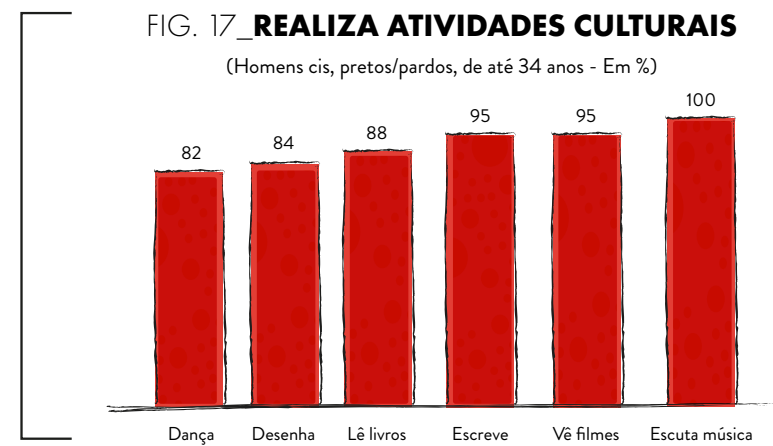
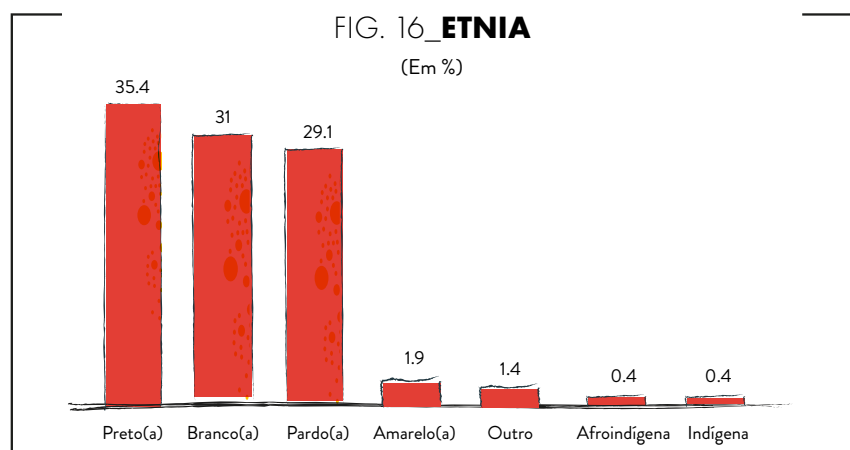
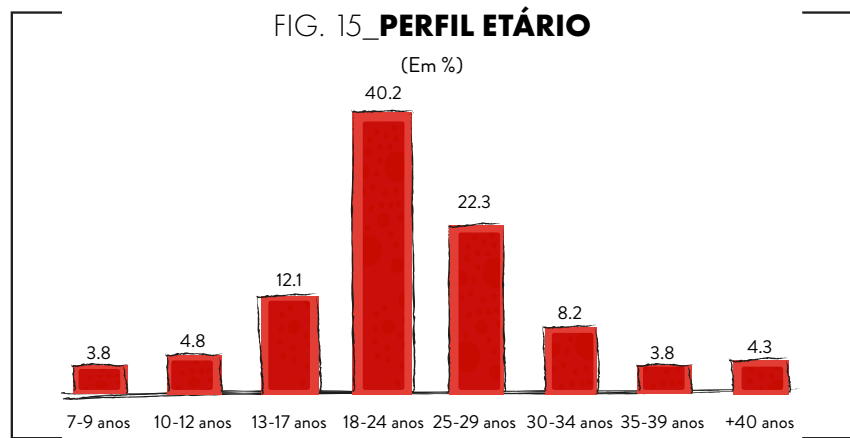
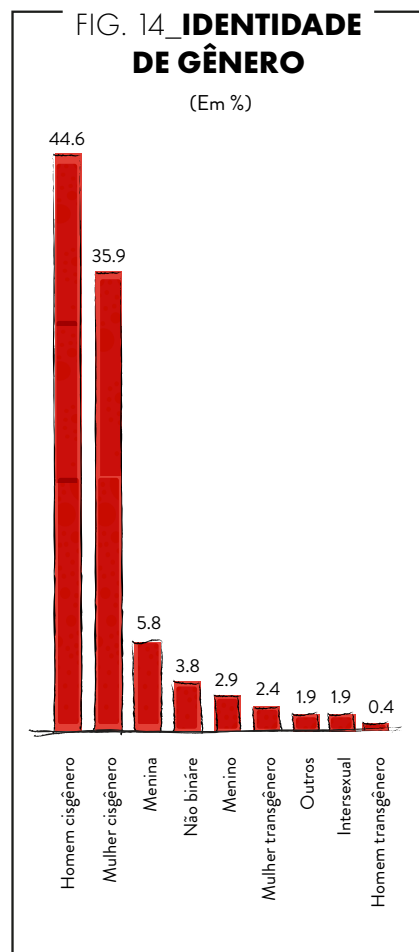
Dessas conversas de domingo surgiram os projetos que desenhamos, a vontade de trocarmos experiências ou juntar aquilo que mais admiramos nos outros. O azulejo com o estêncil, as revistas da baixada, as memórias com o RPG. Pensamos em como poderíamos potencializar nossos territórios e criar outros possíveis. Além de marcarmos um 10 nos outros HUBs para que a gente pudesse entender as dinâmicas de cada um e matar as saudades de quem nos afetou com muito carinho.

Como peças de quebra cabeça, montamos nossas estratégias para a pesquisa em campo. Alguns de nossos projetos foram respondidos apenas online e outros foram pessoalmente. Montamos um questionário exclusivo para responsáveis que surgiu a partir de necessidades em comum da produção de estímulo aos que cuidam das crianças que frequentam os projetos de estarem mais próximos. A intenção de todo o HUB era de fazer as pessoas pensarem sobre questões individuais a partir de respostas ao questionário.

A ideia do #BE em dividir 40 jovens em HUBs foi muito cuidadosa e interessante, na medida em que tivemos pessoas conosco no processo inteiro e na liberdade de criação que nos foi dada. Essa divisão, aliada aos nossos próprios processos de pensamento, nos permitiu criar identidades próprias que foram unidas por questões muito comuns aos nossos trabalhos, que são produzidos em territórios muito particulares. Esse encontro nos possibilitou enxergar o comum em pautas diversas, impulsionando iniciativas e vínculos que são fortalecidos até hoje.



# HUB CAMA DE GATO



No Cama de Gato, estavam reunidos 10 participantes representando 10 projetos culturais com linguagens e abordagens variadas<sup>8</sup>. Atuando com escrita, games, artes plásticas, grafite e fotografia, entre outros, a relação construída com o público ocorre principalmente por meio de oficinas com participação continuada, incluindo dois projetos focados em crianças.

Para o *Beyond Exchange*, aplicaram 206 questionários (online e no papel) junto a seus participantes, espalhados por mais de 62 localidades – entre bairros do Rio de Janeiro, cidades da Baixada Fluminense e até mesmo de outros estados.

A maior concentração de respostas foi no Complexo da Maré, local de atuação da maior parte dos projetos. Ainda assim, a difusão dos respondentes pela cidade do Rio de Janeiro (Figura 13) demonstra a capacidade de alcance e mobilização destes projetos, possivelmente influenciando as rotas e trajetos dos participantes e os levando a regiões da cidade que não pertencem ao itinerário cotidiano.

Dentre os 206 participantes, 18 (8,74%) eram meninos e meninas, menores de 12 anos (Figura 15), participantes de dois projetos específicos do hub: Azulejaria e Coletivo Borearte. Para estes, foi confeccionado um questionário adaptado para ser respondido por mães/pais/responsáveis.

Ao analisar o perfil dos participantes, observamos que os projetos do Cama de Gato alcançam importante parcela que corresponde justamente ao principal grupo vítima de violência no Brasil: homens cisgêneros, pretos ou pardos, de até 35 anos. Eles representam 27% do total da amostra, e 61% dos homens cisgêneros entrevistados. Acompanhar a inserção cultural desse grupo, seus limitantes no acesso à cultura e sua percepção quanto às experiências desenvolvidas é uma prioridade para este hub.

Esse grupo de respondentes envolve-se com frequência em atividades culturais, com taxas de participação altas no geral. Escrever, ver filmes e ler livros destacam-se como as práticas culturais mais recorrentes. O grupo está dentro das tendências observadas na amostra para a participação em atividades culturais, com a diferença de que assistir filme é mais difundido entre estes jovens (95%) do que na amostra geral (87%).

Quando olhamos para atividades culturais que exigem deslocamento, há uma participação menor do que comparada às anteriores (Figura 19). O padrão é também diferente do que o observado no total da amostra, com shows e rodas culturais como os eventos mais frequentados.

Quando olhamos para atividades que demandam deslocamento, vemos que o grupo analisado – homens cis, pretos/pardos, de até 34 anos – costuma frequentá-las predominantemente uma vez por mês. Dentre estas, chamam a atenção as rodas culturais, cuja frequência é mais recorrente durante o mês, com presença diária alta (12%). A gratuidade destas rodas, sua relação com as comunidades em que se inserem e os temas que abordam, próximos à realidade do grupo, demonstram a importância que exercem junto a esse público.

Quando questionados sobre as principais limitações no acesso à cultura nos bairros em que vivem, o grupo indicou dinheiro em primeiro lugar (52%), seguido por tempo (45%) e divulgação (38%). Violência foi apenas o quarto fator indicado como limitador, por 34% destes jovens, o que pode indicar uma naturalização do processo de violência, que deixa de ser definidor para a frequência nessas atividades. Ainda assim, a questão da violência influencia mais este grupo do que o total da amostra, com 27% dos participantes indicando a violência como um fator limitante do acesso à cultura (Figura 21).

Os projetos inspiraram os participantes com o perfil analisado principalmente a refletir sobre problemas de seus bairros, como apontado por

79% deles – em comparação, na amostra total esse valor é de 43%, e figura em quinto lugar entre os efeitos provocados. É interessante, portanto, entender os projetos do hub como uma ponte entre esse grupo e questões locais, com espaço para aprofundar os debates sobre as mesmas.

Aderir a outros projetos, coletivos ou movimentos e refletir sobre violência e questões políticas foram outros efeitos obtidos pelos projetos do hub. Os projetos seriam também espaços importantes para discutir tais questões. Cabe ressaltar que, para este grupo, os projetos configuram-se menos como incentivadores a tomar ações concretas individuais (18% indicaram esta alternativa), ao mesmo tempo em que os inspira a tomar movimentos conjuntos em prol de outras questões.

Os projetos do hub são bastante valorizados pelos respondentes, com quase a totalidade indicando que desejam participar de experiências artísticas/culturais similares. Os pais e responsáveis que responderam os questionários considerando a experiência dos seus filhos indicaram em sua totalidade que as crianças gostariam de seguir participando das atividades propostas. Entre as reflexões divididas por elas, foram mencionadas o cuidado com outras pessoas, autoestima e confiança, e reflexões sobre arte e cultura.

<sup>8</sup> Para mais informações sobre os participantes do hub e seus projetos, ver seção final desta publicação.



#Narrar: a hashtag é um portal de acesso nas redes sociais, é uma prova de constatar quantas pessoas estão conectadas com algum assunto e o verbo no infinitivo é para dizer que narrar é um verbo em ação, todos somos narradores e estamos conectados através dessa capacidade.

Tivemos três encontros ao longo do processo e em cada um deles, realizados em territórios diferentes, notamos interferências que estimularam nossas conversas. Narramos o nosso território quando falamos de onde viemos, como chegamos, como vamos voltar e como é “lá onde eu vivo”. Somos de diferentes pontos da cidade, o que proporcionou uma troca muito rica.

Tivemos em dois encontros, um momento para tratar de assuntos mais específicos, entendendo o quanto a narrativa auxilia na troca de informação. Os temas foram infância e juventude e gênero e sexualidade (sobre esse, uma cartilha em PDF foi produzida), nos dividimos em duas duplas para facilitar o conteúdo no grupo. Também tivemos um encontro com o convidado Fransérgio Goulart, fomentador do Espaço “Pra que e Pra quem Servem as Pesquisas sobre Favelas” e do Curso sobre Segurança Pública e Epistemologia Favelada, e ainda no penúltimo encontro do projeto, o hub apresentou um mini doc com algumas imagens do processo.

Ao total éramos 11 jovens dentro do Hub Narrar, e nos encontros percebemos que cada projeto tinha suas características e dentro dessas especificidades uns adotaram a aplicação dos questionários de forma online, outras de forma presencial individualmente ou em pequenos grupos, e outras mesclaram entre online e presencial.

Ao longo do processo de aplicação, foram percebidas algumas dificuldades por parte do público em responder o questionário, o que nos fez conhecer ainda mais o público dos nossos projetos e em como nos comunicamos com eles.



# HUB #NARRAR

FIG. 22\_DISTRIBUIÇÃO DOS RESPONDENTES PELA CIDADE DO RIO DE JANEIRO

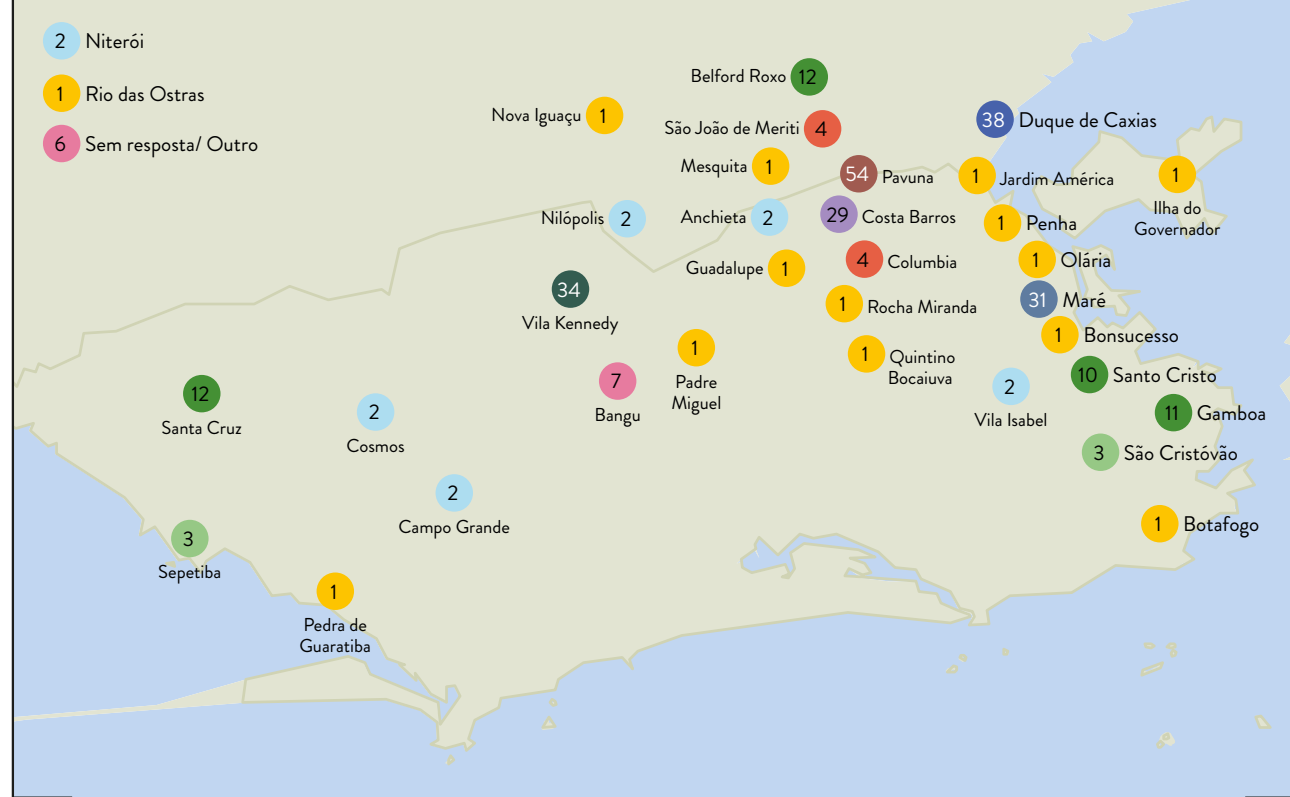


FIG. 26\_DESEJO DE RETORNAR AO PROJETO, POR PERFIL ETÁRIO (Em %)

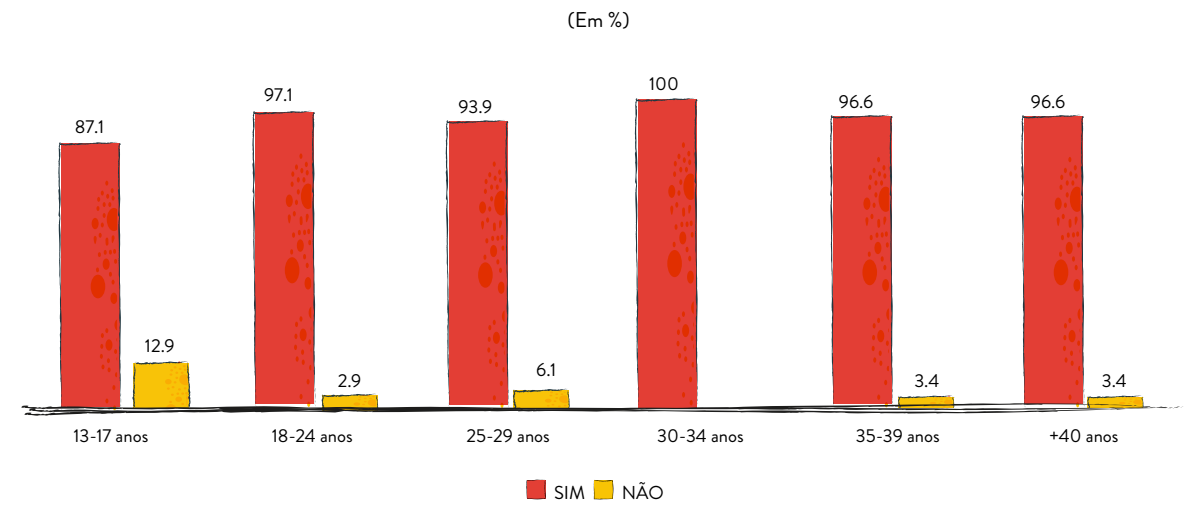


FIG. 23\_IDENTIDADE DE GÊNERO (Em %)

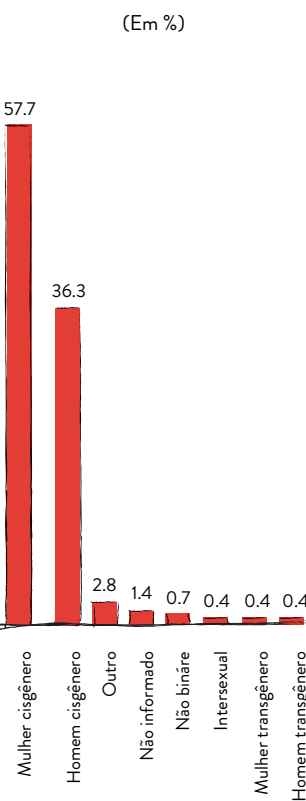


FIG. 24\_PERFIL ETÁRIO (Em %)

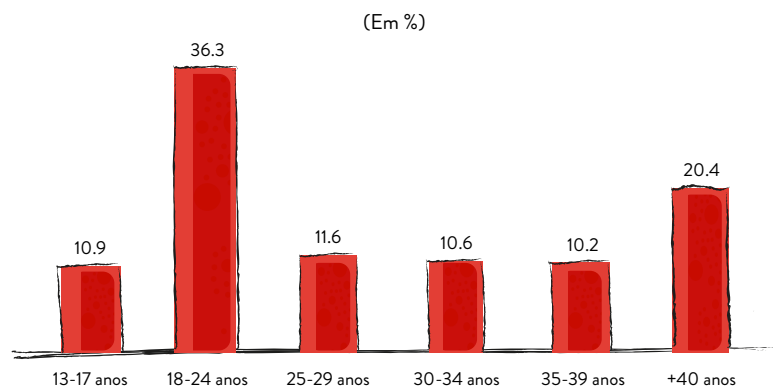


FIG. 25\_ETNIA (Em %)

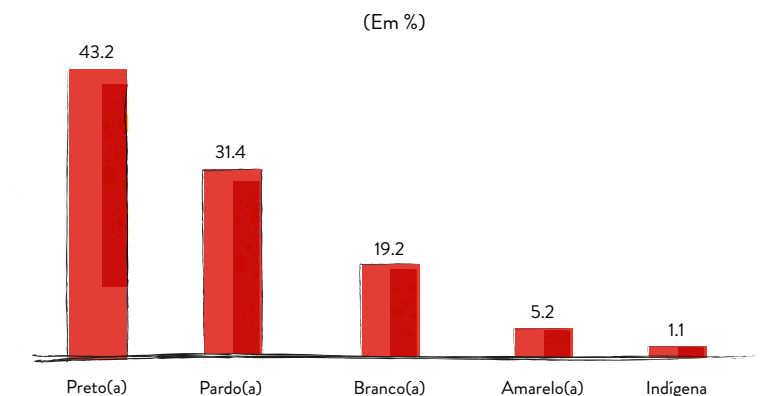


FIG. 27\_DEIXOU DE USUFRUIR DE ATIVIDADES CULTURAIS PELA VIOLÊNCIA, POR PERFIL ETÁRIO (Em %)

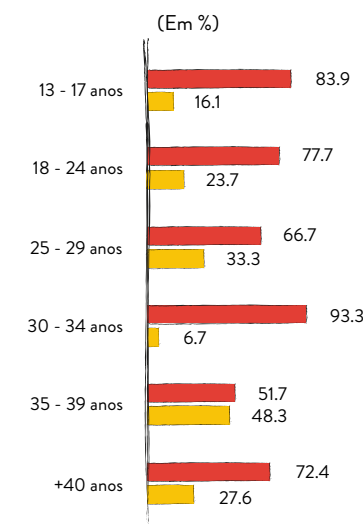


FIG. 28\_DEIXOU DE USUFRUIR DE ATIVIDADES CULTURAIS PELA VIOLÊNCIA, POR GÊNERO (Em %)

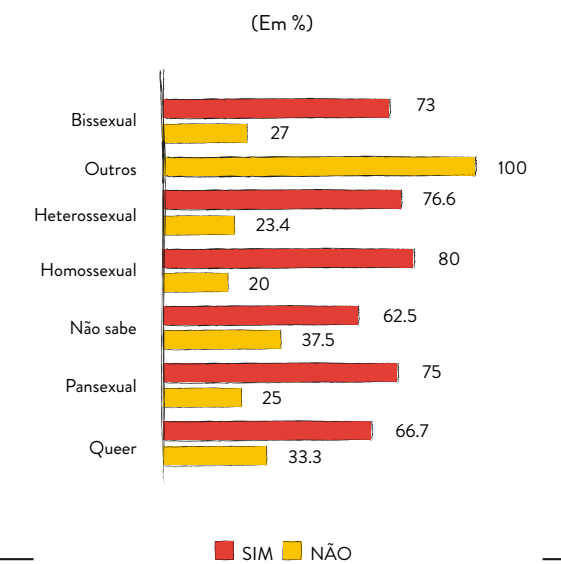
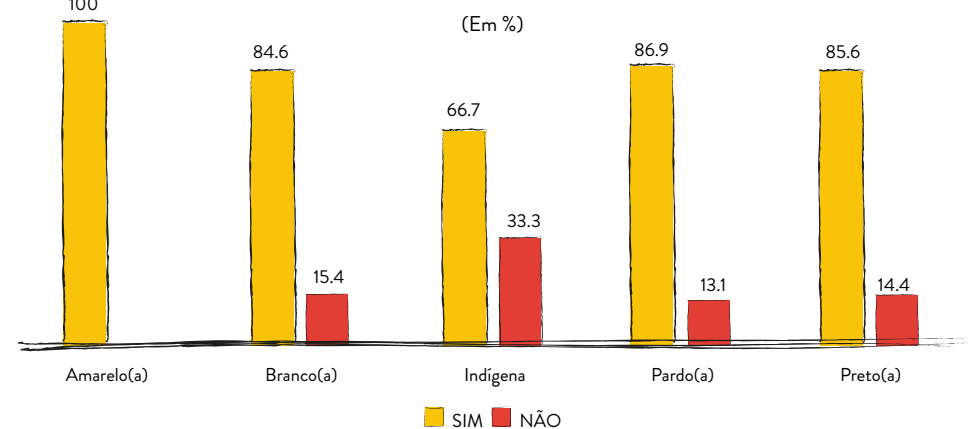


FIG. 29\_EXPERIÊNCIA CULTURAL INSPIROU A MUDAR ASPECTOS DA VIDA, POR PERFIL RACIAL (Em %)



O #Narrar é formado por 11 participantes divididos em aproximadamente 11 projetos<sup>9</sup>. A relação que estabelecem com o público é variada, contando com projetos de participação contínua, como oficinas artísticas, e pontual, como peças de teatro e ações de coletivos.

Durante o *Beyond Exchange*, o hub realizou 284 entrevistas com alcance de 37 bairros/comunidades.

O perfil etário dos respondentes é variado: mesmo que 58,8% tenham menos de 30 anos – sendo 36,3% da faixa de 18 até 25 anos – pouco mais de 20% têm mais de 40, segundo grupo com maior participação (Figura 24). Já o perfil de gênero indica maior presença de mulheres (58,1%) e baixa representação de transgêneros (0,8% entre mulheres e homens). O mesmo vale para pessoas não binárias e intersexuais (Figura 23).

Com relação à raça, a maioria se autodeclarou preta (43,2%) com pardos em seguida (Figura 25). Nota-se, portanto, que 74,5% dos participantes são considerados negros pelos critérios do IBGE.

No questionário, há perguntas que buscam identificar se o público retornaria ao projeto, se deixou de participar de atividades culturais/artísticas por conta da violência e se as experiências culturais/artísticas as levaram a mudar alguma área da vida. Pode-se, então, construir um perfil sociodemográfico das respostas do público sobre os temas. Com relação aos 4,4% que não retornariam aos projetos, o resultado mostra que a maioria deles são homens cis, heterossexuais, pretos e na faixa de 13-17 anos. No entanto, no caso de gênero, sexualidade e raça não há relevante diferença entre os grupos. No caso de orientação sexual, por exemplo, o perfil se inverte ao considerar LGBTQI+ juntos por conta dos bissexuais (2,7%) e homossexuais (3,3%). O perfil etário, portanto, é o de maior destaque nesse quesito porque o grupo com pior resultado (13-17anos) tem 6,8 pontos percentuais a mais de respostas negativas que o segundo pior (25-29 anos). Enquanto o resultado geral de pessoas que não retornariam aos projetos é de 4,4%, o valor para jovens de 13-17 anos é de 12,9%.

Sobre os 75% que alegaram ter deixado de participar de atividades artísticas/culturais por conta da violência nos bairros, os que mais relatam isso são homens trans, homossexuais, pessoas de 30-34 anos e amarelos. No entanto, só tem 1 homem trans no público, o que distorce resultados. Sendo assim, é importante apontar que o grupo com quantidade representativa de respostas a relatar mais o problema são mulheres cis: 81,4% frente a 75% do resultado geral. O mesmo vale para o perfil racial: o grupo com quantidade representativa de respostas que mais deixa de realizar atividades por violência são pretos, com 77,1%. Por fim, homossexuais relatam a questão a taxa razoavelmente maior que o público geral: 80%.

Novamente o perfil etário é o que chama atenção: há grande diferença entre as faixas e aquela com os piores resultados tem uma proporção altíssima de pessoas que já deixaram de frequentar atividades artísticas/culturais por conta de violência: 93,3% daqueles entre 30-34.

Por fim, há o perfil daqueles que alegaram ter mudado aspectos problemáticos da vida por

inspiração de atividades artísticas e culturais: 86,3% do total de entrevistados. O perfil de destaque são pessoas que não conformam com padrão de gênero, queers e pessoas que não identificam a sexualidade, amarelos e na faixa e 30-34 anos. Pelas mesmas questões anteriores de distorções por número baixo de respostas, tem-se que mulheres cis se destacam com 88%. Já na questão de sexualidade, os reais destaques são bissexuais: 91,9% relataram a inspiração para mudar aspectos da vida. Por fim, o grupo racial que se destaca são os pardos (86,9%).

Um ponto interessante deste perfil é que a mesma faixa etária que mais relata problemas com violência é a que mais se sente inspirada por experiências culturais/artísticas. Além disso, uma questão relevante é levantada: essas atividades demonstraram ser relevantes para aspectos sociais da vida das pessoas, de modo que a violência as impedir de chegar a esses espaços se torna um problema ainda maior. Não só a violência está tirando o direito de ir e vir das pessoas, mas prejudicando a prática de atividades positivas do ponto de vista do bem-estar individual.

<sup>9</sup> Para mais informações sobre os participantes do hub e seus projetos, ver seção final desta publicação.



No começo, se organizar em hub trouxe em si muita pressão e dúvida, por sentirmos indentificação por mais de um Hub. No decorrer do processo conseguimos entender que focar em desenvolver uma das habilidades, mesmo possuindo muitas, de forma fragmentada, é uma metodologia funcional.

O processo de coletar dados acabou sendo bem prático, o hub se comunicava muito bem entre si e com o público alvo, facilitando o trabalho. A dinâmica foi dividir o hub estrategicamente em 3 diferentes eixos de aplicação (consumidores da cultura hip hop, artistas independentes, alunos e pais de alunos de favela/periferia). Uma das dificuldades que já estava prevista pelo hub foram as questões de gênero e sexualidade, a qual tivemos o devido cuidado para que todos os integrantes/ aplicadores soubessem ser didáticos com o público alvo diante dessa possível dúvida.

Alguns dos principais aprendizados com o projeto foram:

- O conhecimento de que os dados podem contrariar nossas certezas.
- Se adaptar ao público alvo, facilitando a comunicação, a aplicação da pesquisa e a didática.
- Desenvolvemos a escuta, o hub através da pesquisa pode dar voz e obter as impressões do público alvo sobre as suas determinadas ações.
- Redes: Tivemos a oportunidade de estar em contato com pessoas que nos identificamos, criamos laços e podem vir a ser parceiras no futuro, para ampliar e qualificar o quadro cultural no Rio de Janeiro.



# HUB BLACK6

FIG. 30\_DISTRIBUIÇÃO DOS RESPONDENTES PELA CIDADE DO RIO DE JANEIRO



O Black6 possui 6 participantes divididos em 6 projetos, fortemente relacionados com a cultura negra, via hip hop, slams e dança<sup>10</sup>. A relação com o público ocorre principalmente de forma continuada, com participação repetida em oficinas/coletivos.

Para o *Beyond Exchange*, o hub realizou 59 entrevistas com um alcance de 32 comunidades.

O público destas entrevistas é em grande parte jovem: 84,7% têm menos de 30 anos. O grupo com maior representação tem entre 18 e 25 anos: 40,7%.

Já o perfil de gênero indica que 49,2% são homens: 47,5% cis e 1,7% transgênero. Entre as mulheres, com 50,8% de participação, 45,8% são cis e 5,1% são transgênero. Há, então, um equilíbrio entre homens e mulheres, mas baixa representação trans.

Com relação à raça, a maioria se autodeclarou preto (64,4%) e há maior representação de brancos que pardos: 22% e 10,2% respectivamente. Indígenas são 3,4% e não há representação de amarelos.

O desequilíbrio entre a quantidade de entrevistados por projeto pode ter influenciado

o resultado racial. O projeto que tem mais entrevistas é o Hip Funk (19) com 7 a mais que o Slam Maré cheia (12) que é o segundo com mais entrevistados. Se comparar com aqueles com menos entrevistas – Via Light (4) e Slam Afronta (4) – são 15 a mais. Um indicio de distorção nos resultados é o Hip Funk ser responsável por 46,5% dos brancos no hub, mas eles serem só 31,6% do público do projeto. Portanto, para entender o perfil racial do público com menos distorção, cabe olhar os projetos separadamente. Assim é possível ver se o resultado de brancos participarem mais que pardos se mantém.

Apenas um projeto tem mais pardos que brancos (SAAF), um possui quantidade igual (Slam Maré Cheia) e outro não tem nem brancos nem pardos (Via Light). Apesar disso, todos têm quantidade de pretos substancialmente maior com exceção do SAAF, majoritariamente frequentado por pardos. Então há distorção causada pelo número de entrevistas, mas mesmo individualmente a questão entre pardos e brancos permanece. Uma possibilidade é o número de entrevistados em geral no hub além da diferença entre os projetos, pois quanto menor a amostra, menor a chance de os resultados refletirem o perfil percebido durante as atividades.

FIG. 31\_IDENTIDADE DE GÊNERO

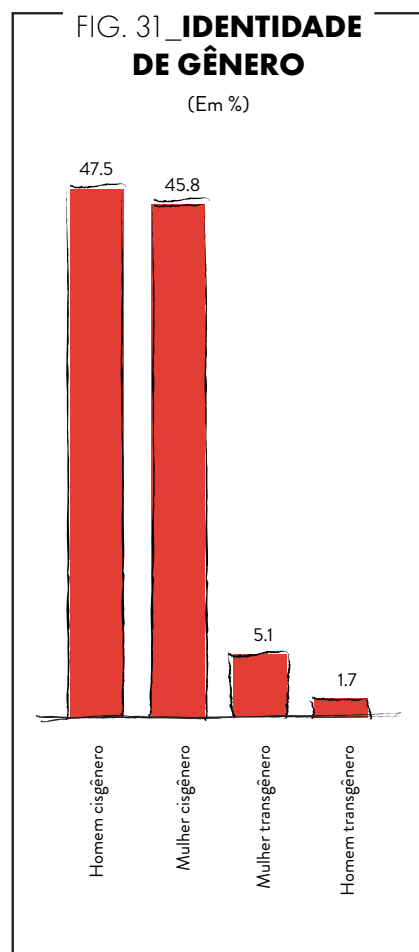


FIG. 32\_PERFIL ETÁRIO

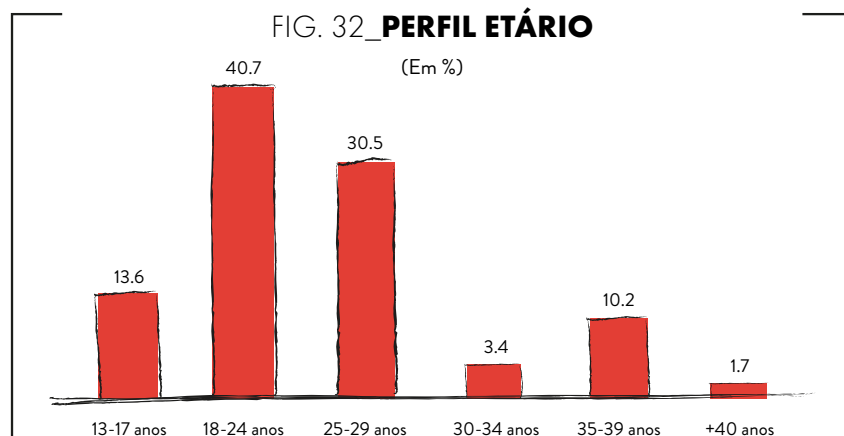
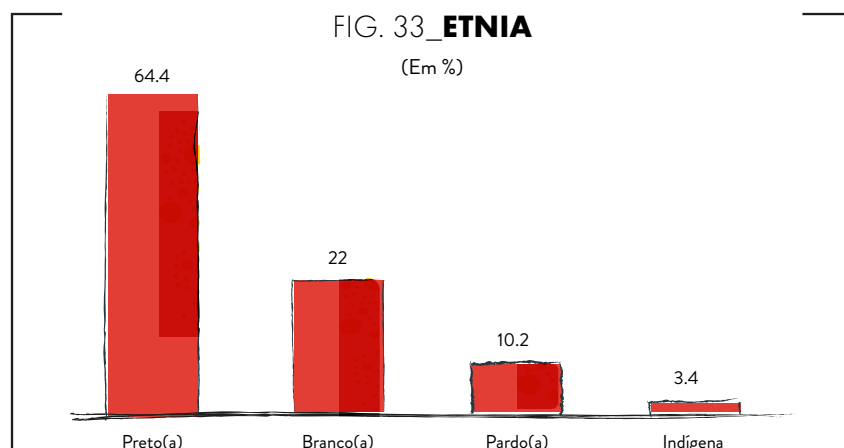


FIG. 33\_ETNIA



<sup>10</sup> Para mais informações sobre os participantes do hub e seus projetos, ver seção final desta publicação.



## O QUE SE APRENDEU COM O PROJETO?

Os participantes dividiram, em depoimentos, o que aprenderam com o projeto:

“O *Beyond Exchange* hoje se afirma para mim como um projeto que mexe poderosamente com o desejo - de investigar, de reafirmar o fazer de cada um, de reconhecer o outro e conhecer mais sobre si mesmo dentro dos projetos em que os jovens participantes estão envolvidos. A noção de desejo começou a se desenhar com muita força no momento em que eles e elas se encaminharam para os hubs a partir de um critério de identidade e pertencimento. A reunião em grupos foi tão poderosa justamente por isso, por ser uma afirmação muito potente das identidades em um coletivo. Acompanhei dois hubs - o #Narrar e o Cama de Gato. O trabalho em cada um destes grupos teve temporalidades e características muito diversas, mas não tenho dúvidas de que todos os jovens que se mergulharam fundo no período imersivo e no exercício de reconhecimento das pesquisas saem desta caminhada com mais habilidades e mais segurança sobre si mesmos, suas ideias e, o que é importantíssimo, sobre as muitas alteridades com que precisam lidar nos projetos culturais - pessoas, processos, territórios.

Estava recém-chegada à Redes da Maré quando fui envolvida em todo o processo do BE e para mim foi um processo importantíssimo conhecer os 20 jovens selecionados por nós e os outros 20 que vieram pela Agência Redes para a Juventude, gerando uma teia diversa e complementar. Neste encontro das duas instituições houve não apenas uma reafirmação de identidades, de modos de fazer e de sonhar distintos, mas uma troca poderosa de saberes complementares. Sou mais completa, mais complexa, mais forte e mais segura depois desta experiência e tenho certeza de que a Redes também se modifica para melhor através de todos os seus tecedores envolvidos nesta jornada, que foi, de fato *beyond*. *Beyond expectations*.”

**Daniela Name, facilitadora**

“Foi bem interessante o processo de coleta de dados, conseguimos uma boa adesão no início. A principal dificuldade foi em relação ao preenchimento de dados pessoais, foi preciso passar confiança, mas conseguimos sem problemas.

O projeto foi uma experiência diferente e muito gratificante. Gostei muito dos processos, principalmente da imersão onde conheci pessoas incríveis e foi possível fazer muitas trocas de ideias e experiências, também me agregou muitos valores de trabalho em equipe.

Sou muito grato pela oportunidade de ter participado desse projeto, nunca fiz parte de uma pesquisa e não tinha contato com alguns temas abordados, também conheci no projeto pessoas que se tornaram grandes amigos pra vida.”

**Darling Christian, participante**

“Participar deste projeto foi um grande privilégio. Ganhamos em conhecimento, confiança para se lançar nos desafios, autonomia para nossos projetos e sobretudo crescemos no contato entre pessoas maravilhosas. O encontro é o meu destaque de toda a jornada no *Beyond Exchange*, eu que entrei sozinho e sai participando de uma dupla. Quando Jonas e eu entramos já nos entreolhamos e comparamos nossos projetos, ambos focados em RPG, uma química quase automática, mas que algumas horas se mostrou instável. Tivemos que aprender a trabalhar em conjunto respeitando nosso tempo e limitações, nos atrapalhando nas primeiras coletas, o que nos fez voltar à prancheta e nos organizar. O resultado foi lindo e recompensador, é muito empolgante olhar para os dados e ver os números que fazemos e o público que atendemos. Esperamos continuar nossos projetos, juntos ou separados, mais “profissionais” e conscientes do impacto geral que causamos.”

**Gilson Jorge, participante**

“Eu sou a Isabela do HUB CAMA DE GATO. Eu achei um pouco complicado a coleta de dados, pois as pessoas são muito desconfiadas quando se fala em dados pessoais. Muitas pessoas chegaram me perguntar se esses dados tinham alguma coisa a ver com o bolsa família, se ia perder, se iria influenciar em algo, etc.

Levo como experiência de todo o projeto o autoconhecimento, eu não sabia que me conhecia tão pouco, tive que conviver com outras pessoas de uma forma muito intensa e em um espaço tão curto de tempo conhecer e interagir com eles e isso me mostrou a necessidade de conhecer os meus horizontes pois os limites temos desde sempre. Mas com certeza não trocava a experiência por nada e viveria tudo novamente pois foi incrível.

‘Histórias, nossas histórias, dias de ...’ somente glória, pois foi o que vi e vivi 4 dias imersa em novos conhecimentos e novas histórias que por mais incrível que pareça se conectavam de forma inacreditável as minhas próprias histórias. Acredito ter vivido intensamente aqueles momentos os quais não voltam, mas que valeram a pena de mais viver. Obrigada.”

**Isabela Aciole, participante**

“Foi um processo bem trabalhoso, mas com o comprometimento e a disposição de todos os envolvidos no Hub narra acabou dando tudo certo e saiu da forma que esperávamos. O que mais me chamou a atenção durante esse processo foi conhecer o espaço Redes da Maré que alguns amigos da Hub Narrar participaram e ver o impacto e a importância que a Redes tem para os moradores da região.

Levo a consciência em ver como o seu comprimento dentro de uma equipe é importante pois se você não fizer o que ficou responsável tudo pode desandar e acabar com todo um planejamento. Aprendi a trabalhar em equipe e ver como é bom estar em harmonia com todos que estão em sua volta isso pode te ajudar nos momentos mais difíceis.”

**Kaylan Werneck, participante**

“Meu processo exigiu cuidado, apliquei o questionário para uma turma de mulheres em processo de alfabetização. Levei um pouco mais de 1h com o grupo e todas nós ficamos felizes quando terminamos. A felicidade se deu pela troca de saberes e conversa franca sobre si e o que pensavam sobre a vida, discutimos gênero, condições de moradia, o mundo do trabalho e das letras, é claro.

Ter feito parte do processo ainda é falar sobre felicidade pois foi por meio desse processo que conheci Petrópolis, que me senti cuidada e aceita no meio de tantas pessoas distintas e pude compartilhar o que gosto de fazer. A experiência de ser um ponto de apoio e ao mesmo tempo ser apoiada em uma jornada tão delicada que é coletar e olhar dados sobre o próprio território me marcou.

O grande desafio foi articular tantas ideias e vontades de produzir para além do questionário porque pulsa muita vida na juventude, né? Foi isso que vi do HUB e de todos e todas que estiveram juntos dentro de seus possíveis.”

**Mariane Rodrigues Gonçalves, participante**



“Trabalhar em HUB me fez entender na prática o conceito de estarmos sempre conectados em rede, na importância de adaptar a linguagem de acordo com as necessidades do momento, no valor do olho no olho e em como isso é importante dentro do campo da cultura.

Encontrar outras pessoas que estão fazendo as mesmas coisas que eu, de vários cantos da cidade trouxe um fortalecimento ao meu trabalho e em que eu acredito”

**Rebecca Vieira, participante**

“A troca foi o que valeu mais, eu quanto agente multiplicador de cultura estar em contato com outros multiplicadores, ouvir a história deles e conseguir passar as minhas, elaborar perguntas e saber mais a fundo sobre cada projeto, falar de coisas eu não imaginava e descobri durante a imersão, são experiências que vou levar pra vida e vai servir pra muitas outras coisas. Hoje tenho a cabeça mais trabalhada, com a visão mais ampla quando eu penso no projeto e nas ações dentro da área de cultura. Uma coisa que me chamou atenção depois do questionário é ter uma escuta mais atenciosa sobre as pessoas, como entender o aluno que não está mais no curso, não se envolve mais com cultura, e a necessidade de uma ação para mudar essa situação, foi o HUB que me ajudou a ter essa visão.”

**Sandro de França, participante**

“Tecnicamente muitas dinâmicas foram absorvidas para todos os campos da minha vida. A troca com os outros líderes e a rede ampliada são os pontos que mais destaco. Ultrapassar o convívio dos problemas pessoais no âmbito profissional sem dúvida era a maior expectativa de como ia fazer e foi superada com êxito.” –

**Elaine Rosa, participante**

“Aprendi muito sobre como trabalhar em coletivo com um coletivo que vc não conhece rsrs, pode parecer simples, mas com vidas tão diferentes acabamos nos esbarrando em algumas questões principalmente sobre raça e gênero, e isso foi fundamental para pensarmos estratégias dentro do hub narrar para romper essas barreiras caso aparecesse durante a coleta de dados. Também pude aprender muito sobre novas formas de produzir trabalhos com o pessoal da agência, principalmente com as meninas, que trabalham com muita seriedade e entendem/respeitam muito mais as questões individuais do que os meninos, que sempre atravessavam com piadas e falas equivocadas, mas o que eu levo como principal dentro deste processo foi a troca de território, é muito difícil sendo um favelado conseguir trocar com outras favelas e periferias devido a constante violência dos grupos de civis armados e por isso esse processo foi muito atravessador na minha trajetória como um jovem LGBT favelado... [...] gostaria de falar sobre o quanto os “facilitadores” foram muito importantes dentro do processo inteiro, acredito que foi fundamental a troca com Dani Name e Cinara, duas mulheres maravilhosas que pude ter o privilégio de trabalhar e conhecer, mas a Name pelo contato direto com o Narrar, mas sempre que Cinara fazia uma fala ou apontamento era um momento marcante para mim, levo muita admiração a essas mulheres em especial, mas tbm a toda a equipe que teve um trabalho brilhante...”

**Matheus Affonso da Lua, participante**

“Ver a potência da criação de trabalhos em redes, conhecer outros jovens que vem desenvolvendo ações, aprender com seus processos e perceber que há muito mais valor e impacto em cada ação que realizamos do que a que antes percebíamos são os pontos que destaco da experiência.

No meio do processo fui atravessada por um novo emprego com horário fixo, novas rotinas, novos projetos, em certo momento parecia que não conseguiria terminar a pesquisa, e isso me deixava extremamente frustrada. Só conseguimos viabilizar até hoje uma edição da Corpos, mas eu tinha certeza da potência do projeto. A pesquisa serviu para comprovar isso e como todos que participaram dele desejam que seja possível realizar uma nova edição.”

**Gabrielle Vidal, participante**

Um projeto da People's Palace Projects e Queen Mary University of London, em parceria com Agência de Redes Para Juventude, Redes da Maré e NECCULT, a partir de um financiamento do Arts and Humanities Research Council do Reino Unido.

#### **Idealizadores e mediadores do projeto**

Paul Heritage (QMUL)  
Leandro Valiati (NECCULT)  
Eliana Sousa e Silva (Redes da Maré)  
Marcus Faustini (Agência de Redes Para Juventude)

#### **Equipe People's Palace Projects**

Brenno Erick  
Ellen Rose  
Luisa Iachan  
Mariana Steffen  
Raquel Roldanus  
Rosie Hunter  
Thiago Jesus

#### **Equipe Agência de Redes Para Juventude**

Sinara Rubia  
Veruska Delfino

#### **Equipe Redes da Maré**

Daniel (Remilik) Martins  
Daniela Name  
Isabella Porto

#### **Motoristas**

Berg Silva  
Leandro Doblo PH, LV e Faustini  
Alexandre Van Staff  
Francisco ônibus 46pax

#### **Participantes Agência de Redes Para Juventude**

Ana Carolina Santana (Carol Du Pré)  
Felipe Salsa  
Carla Cristine Sant'anna  
Cesar Damásio Varella  
Cíntia Quintanilha Monsores  
Elaine Rosa  
Emily Santos  
Felipe Rocha  
Fernando Espanhol  
Isabela Silva  
Jéssica Araújo  
João Baptista (Big Jaum)  
Kaylan Werneck  
Luciano Pimenta  
Marjan Sodré  
Pablo Ramos  
Pedro Miranda  
Rebecca Vieira  
Sandro D'França  
Sara Badu

#### **Participantes Redes da Maré**

Carlos Marra  
Darling Christian Gonçalves  
Everton Alves (Ton)  
Gabriele Hantz  
Gabrielle Vidal  
Gilson Jorge  
Guilherme Gonçalves (Gui Coruja)  
Jean Carlos (Azuos)  
Jonas Willame  
Jota Marques  
Juliana de Oliveira  
Juliana Mello  
Karla Suarez  
Mariane Rodrigues  
Matheus Affonso  
Matheus Araújo  
Rafaela Feitosa  
Robson Brito Ribeiro  
Thainá Farias (Iná)  
Wallace Luz

#### **Agradecimentos:**

Casa Rio  
Centro de Artes da Maré

Um projeto de



Em parceria com



Financiado por

