

REVISTA

ECONOMIA das IDEIAS

Publicação Especial | 2022 - Rio de Janeiro
Conteúdo e Organização: Leonardo Amato
Universidade Veiga de Almeida



GRAFITE E MODA
MOVIMENTAM O RIO

VISUALIZAÇÃO DE
DADOS NA CASA FIRJAN

STARCHITECTES E O
PERIGO DO ARTIFICIALISMO

CRIA
LABORATÓRIO DE
ESTUDOS INTEGRADOS
EM CRIATIVIDADE
& ECONOMIA CRIATIVA

PENSE GRANDE. ESTUDE NA UVA.



VESTIBULAR 2022 INSCRIÇÕES ABERTAS

(21) 2574 8888 | www.uva.br
TIJUCA | BARRA | CENTRO | CABO FRIO

VOCÊ,
DO TAMANHO DOS
SEUS PLANOS.



Estude na UVA com



REVISTA

ECONOMIA das IDEIAS

Universidade Veiga de Almeida

Reitora
Beatriz Balena

Pró-Reitor de Pós-graduação,
Pesquisa, Extensão e Inovação
Bianca Freo

Coordenadora Curso
Jornalismo/Publicidade
Renata Luiz Feital de Oliveira

Coordenador Laboratório CRIA
Leonardo Amato

Monitor Laboratório CRIA
Aimée Borba

Biblioteca Central
Adriana Ravizzini

Projeto Gráfico
Leonardo Amato

Revisão (Graduação Letras UVA)
Coord. Anne Caroline de Moraes
Clara Fittipaldi Vianna Vargas
Michele Passos Rommel Silva

Conteúdo
Leonardo Amato
Agência UVA Barra

Rio de Janeiro
2022

UVA

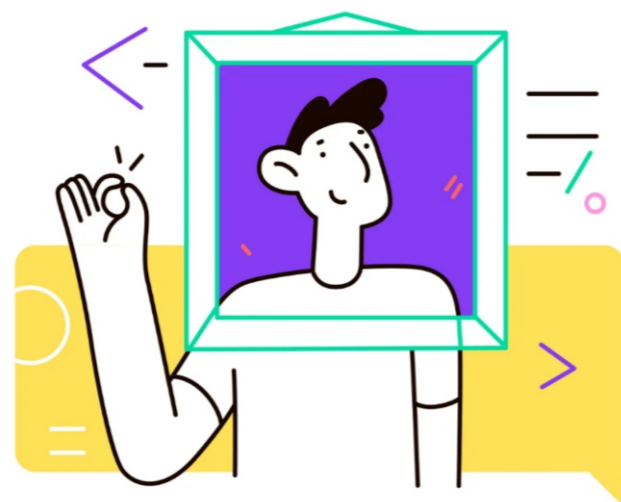
EDITORIAL

A gestão da criatividade vive o seu melhor momento. Cada vez mais instituições públicas e empresas privadas identificam as potencialidades de investir na indústria criativa.

Nesta publicação, apresentamos a diversidade que envolve a economia criativa em todas as suas potencialidades. Visitamos iniciativas na cidade do Rio de Janeiro, passando pela arte de rua do Porto e suas obras arquitetônicas, pela moda autoral em Ipanema, até desembarcar na Casa Firjan: berço do pensamento técnico sobre a indústria da criatividade.

Além disso, trazemos informações sobre as atividades acadêmicas do laboratório CRIA, da Universidade Veiga de Almeida, reafirmando a importância da academia no estudo sobre o tema.

Reforçamos o compromisso em dar luz a uma indústria transformadora de pessoas, territórios e economias. Boa leitura!



R454 Revista Economia das Ideias [revista eletrônica] / CRIA;
Universidade Veiga de Almeida. – Rio de Janeiro, 2022.

21 p. ; 1 recurso digital (36,7 MB)

Formato: PDF
ISBN 978-65-5700-127-1

I.Economia criativa. II. Comunicação. III. Cidades criativas. IV. Educação. I. Universidade Veiga de Almeida.
II. Título.

CDD – 658.575

Bibliotecária Alexandra Delgado de Campos CRB 7 - 6626
Ficha Catalográfica elaborada pelo Sistema de Bibliotecas da UVA

O que é Economia Criativa?

Leonardo Amato

Você sabe o que é Economia Criativa? Pois deveria! É um termo muito importante para os dias atuais. De forma rápida e direta, podemos resumir a Economia Criativa como a capacidade de uma empresa, por meio de um capital cultural, intelectual e, sobretudo, criativo, de gerar lucro.

Precisa de algo mais direto ainda? Entenda empresas ou indústrias que usam a Economia Criativa como companhias que têm como sua matéria-prima essencial a criatividade.

Podemos considerar que a Economia Criativa é composta por todo um setor de empresas e indústrias que valorizam ao máximo o seu setor de imaginação, tecnologia e criação, claro, sem esquecer os outros setores. Essa ideia já está consolidada no mercado e não pode mais ser considerada como um fenômeno passageiro. Os primeiros passos da Economia Criativa foram na Austrália, em 1994, portanto, já passa da hora de você se inteirar sobre o assunto.

No mundo todo são cerca de 144 milhões de pessoas que trabalham diretamente no ramo da Economia Criativa e isso gera um retorno por volta de 4,3 bilhões de dólares, de acordo com dados do Banco Interamericano. Levando em conta esses dados, se o setor da Economia Criativa fosse um país, esse país teria o 4º maior PIB do mundo, lembrando que o PIB é um índice usado para medir a riqueza produzida pelos países.



No Brasil, o setor da Economia Criativa tem mais de 2 milhões de empresas e elas dão um retorno de 110 bilhões de reais ao PIB brasileiro, de acordo com dados do SEBRAE. Esses números do setor no Brasil já são significativos e representam quase 3% do PIB brasileiro, mas se levarmos em conta toda a cadeia produtiva em que a Economia Criativa se insere, esse número ganha proporções gigantescas.

Se toda a cadeia de produção for colocada na conta, os 110 bilhões saltam para 750 bilhões de reais e o que era quase 3% se torna proporcionalmente 18% do PIB. Existe bastante dinheiro circulando graças à Economia Criativa e esse modelo de negócio só tende a aumentar, tanto em cifras quanto em abrangência.

Economia Criativa representa quase 3% do PIB brasileiro significa que, por mais que o modelo já seja algo consolidado, existe muito espaço para o crescimento e desenvolvimento desse modelo. A criatividade não tem limites, portanto, é uma matéria-prima valiosa para o crescimento social e de um território. ■



Moda local ocupa território em Ipanema

Leonardo Amato

Um dos quadriláteros mais disputados de Ipanema, Zona Sul do Rio, recebe todo final de semana um coletivo voltado para pequenos produtores de moda e design, promovido nas instalações do Galeria Café, famosa casa noturna do bairro. O Coletivo Designers abriga marcas cariocas que apresentam e comercializam suas criações para cariocas e turistas.

O aquecimento da economia local, devido ao avanço da vacinação na cidade do Rio de Janeiro, tem um impacto direto sobre os pequenos produtores, responsáveis por movimentar uma grande cadeia produtiva e permite que criativos locais possam viver de suas produções. Segundo dados da Firjan, a



A moda autoral e de pequenos produtores é tendência na indústria criativa.

moda fluminense é responsável por mais de 2% do PIB do Estado. Essa indústria que reúne os setores têxtil, de confecção, calçados, bolsas e acessórios, joias, bijuterias e o comércio.

Rodrigo Gonçalves, produtor do Coletivo Designers e proprietário da marca Treko, explica que o objetivo do coletivo é gerar oportunidades para quem está iniciando no mundo da moda:

“A proposta é reunir novos produtores de moda e dar oportunidade, principalmente, para quem está começando, em um espaço super badalado e conceituado de nossa cidade. A seleção dos expositores leva em conta tudo que é diferente, moderno, sustentável, cult e criativo. As marcas com este perfil têm muitas chances de participar de nosso coletivo”, diz Rodrigo.

Para Sandra Sanches, jornalista e consultora especializada em Mídia e Economia Criativa, as tendências no consumo da moda hoje mudaram muito em relação à década de 90 e início dos anos 2000: “Acredito que as marcas pequenas e mais autorais estão trabalhando de forma colaborativa, formato que veio para ficar. Outra tendência é a sustentabilidade: não tem como uma marca hoje não se estruturar de forma sustentável, tendo a preocupação com origem

de matéria-prima, a mão de obra de quem faz suas roupas”, explica Sandra. Ela destaca ainda a tendência de feiras e coletivos na indústria criativa da moda, com pequenos negócios, pequenas grifes e confecções substituindo o consumo de grandes marcas.

A marca KW Nature, que integra o coletivo, utiliza de tecidos naturais e produção de peças feitas à mão, itens que são valorizados por clientes e que demandam um esforço maior de quem produz.

“O maior desafio do pequeno produtor é alinhar preço e qualidade nos produtos. Não abro mão disso, pois a marca nasceu para ter um preço justo e é algo desafiador neste cenário de retomada da indústria criativa” comentou Jairo Chagas, da KW Nature.

O novo ecossistema da moda, em grande parte, será feito pela colaboração, a preocupação com os materiais empregados e o consumo consciente; itens que terão um grande impacto em consumidores e na economia.

O Coletivo Designers acontece todo sábado e domingo, das 11h às 20h, na Rua Teixeira de Melo – nº31, em Ipanema, reunindo marcas locais nos seguimentos de vestuário, acessórios e moda praia. ■

Arte de rua ganha as paredes do Porto Maravilha, no Centro do Rio

Leonardo Amato

A ocupação do Porto do Rio de Janeiro está ganhando novas cores. Diversos artistas da cena da arte urbana brasileira foram convidados para grafitar as paredes do Passeio Ernesto Nazaré. Ocupando uma área de 8mil m², o Distrito de Arte do Rio reúne no espaço 18 murais com diversos temas e estilos. Idealizado pelo Núcleo de Ativações Urbanas, com o apoio de entidades públicas e privadas, o local pretende se tornar um espaço aberto para a cultura, a arte e a renovação do espaço urbano.

O projeto faz parte de um grupo de iniciativas que exploram espaços, territórios e cidades a partir da visão de empreendedorismo, da economia criativa, desenvolvimento social e inovação. Com o objetivo de tornar a região portuária um novo território criativo, atraindo empresas e moradores, ações como a do Distrito de Arte do Rio se tornam marcos na retomada dos investimentos no bairro. A próxima etapa do Distrito de Arte promete trazer esculturas e outras obras de arte para o local. Outro ganho para a cidade do Rio, com a nova área cultural a céu aberto, envolve a democratização da cultura no espaço urbano, algo reforçado pelo curador do projeto Daniel Nadi:

"A arte urbana pode colaborar com a transformação do Centro do Rio, levando cor e vida para os lugares que necessitam e democratizando a arte para a população."
Daniel Nadi, curador

A ocupação do Passeio Ernesto Nazaré já está acontecendo, com diversos jovens que visitam o distrito para tirar fotos e descobrir mais sobre a região. A produtora de arte Roberta Valente, 30, visitou o local e divide sua percepção "Adorei visitar! Ótima para tirar várias fotos e é muito bom ter um novo ponto turístico na cidade." Já o supervisor comercial Saulo Vieira, 33, também gostou de visitar o local e indica o passeio para todos: "Achei o ambiente muito legal, bom para passear com a família, trazer os amigos e para passar o dia no Centro do Rio."

A visitação ao local é gratuita e pode ser feita em qualquer horário. O Passeio Ernesto Nazareth fica entre a Rua Professor Pereira Reis com a Avenida Cidade de Lima, próximo de várias atrações do Porto, como a roda-gigante e o AquaRio. ■



Grafites transformam a paisagem do Porto do Rio de Janeiro.



STARARCHITECTS

e o perigo do artificialismo

Leonardo Amato

O processo de rejuvenescimento das cidades geralmente se dá com projetos icônicos que impulsionam outros novos projetos. Para o autor e cientista político, Peter Kageyama, no planejamento urbano das cidades entram as questões mais técnicas e nas cidades criativas a segurança e o conforto também estão presentes, além dos quesitos de convivência e de ser um local da responsabilidade de todos os frequentadores.

Os equipamentos culturais e obras públicas devem estar qualificados e integrados com a cultura da cidade, fugindo do artificialismo e do aspecto único de embelezamento, sob risco de não ser um instrumento de construção da identidade local.

Muitos destes projetos contam com nomes renomados da arquitetura. Um arquiteto-estrela é um arquiteto cuja fama e crítica fazem dele e suas obras célebres. A principal característica de suas obras é a “arquitetura icônica”, gerando valor ao edifício e valorizando seu entorno.

Para abordarmos melhor o tema, conversamos com o arquiteto e professor universitário Carlos Eduardo Nunes-Ferreira.



Economia das Ideias: Qual a importância de elaborarmos projetos arquitetônicos diferenciados para equipamentos culturais/turísticos?

Carlos Eduardo: Projetos de equipamentos culturais permitem, invariavelmente, que arquitetos tenham uma liberdade criativa quase ilimitada. No caso de alguns museus, a arquitetura se torna tão ou até mais lembrada do que o próprio acervo. Podemos citar, neste caso, o Museu Guggenheim de Nova York, o Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro ou o Museu de Arte Contemporânea de Niterói. Mas a diferenciação destes três museus se deve à força da criação de seus autores: Frank Lloyd Wright, Affonso Eduardo Reidy e Oscar Niemeyer respectivamente.

Já a utilização estratégica de uma arquitetura de destaque como elemento de grande potencial de atração de turistas parece ter tido seu primeiro grande movimento à época da celebração do Bicentenário da Revolução Francesa. O presidente François Mitterrand promoveu oito grandes projetos em vários pontos de Paris, como a reforma do Museu do Louvre, cujo ápice é a famosa pirâmide de vidro, mas também o Museu d'Orsay e o Grande Arco de La Défense, entre outros. Pela grandiosidade do plano, acabou ganhando o apelido de Mitterrandsés, em alusão ao faraó egípcio. Paris voltou a ser a cidade mais visitada do mundo e a estratégia



tem sido reproduzida pelas cidades asiáticas que têm a intenção de se tornarem grandes polos de turismo e negócios como Dubai (Burj Khalifa e Burj al Arab), Doha (Museu Nacional e Museu de Arte Islâmica) e Abu Dhabi (Louvre Abu Dhabi).

EI: Como você avalia a escolha de starchitects para grandes projetos?

CE: O turismo cultural é uma grande fonte de renda para as cidades e os países. Agrada-me o fato de que a arquitetura possa contribuir tanto para a economia dos lugares como para a criação de uma identidade local revigorada. A escolha de um starchitect pode representar uma chance maior de que tudo saia como planejado em termos da qualidade do projeto e da repercussão da obra e da divulgação daquela cidade a nível mundial. Entretanto, acredito que o concurso público seja sempre a melhor forma de selecionar grandes projetos, porque pode revelar talentos ainda pouco conhecidos. Por outro lado, já há um certo desgaste crítico desse modelo, apontando para uma arquitetura mais responsável do ponto de vista social e ambiental.

EI: No seu ponto de vista, o que caracteriza um arquiteto como um starchitect?

CE: De maneira geral, este termo surgiu conectando projetos espetaculares a arquitetos com atitudes de estrelas pop, como a saudosa Zaha Hadid, por exemplo.

EI: Existe um grande perigo nesses grandes projetos que é o Artificialismo das obras, qual o seu ponto de vista sobre isso?

CE: A espetacularização da arquitetura torna-se perigosa quando ela se torna indiferente ao espírito do lugar em que é construída. E ao não se conectar à realidade local, ela pode se mostrar artificial e genérica, ao invés de construir uma identidade local.

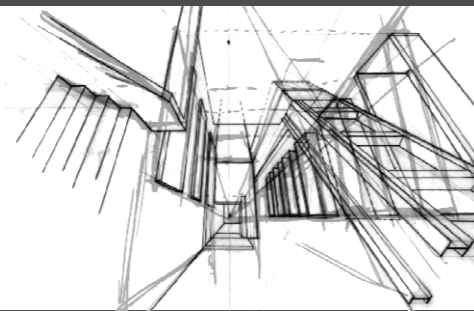
EI: Consegue apontar um projeto que tenha esse "artificialismo"?

CE: Eu sempre me lembro do projeto do Museu Guggenheim para o Píer Mauá. Ele foi encomendado a um grande arquiteto francês, Jean Nouvel, que eu admiro muito e que já fez obras muito significativas como o Louvre Abu Dhabi e o Museu Nacional do Qatar, que eu já citei anteriormente. Entretanto, quando foi projetar para o Rio de Janeiro criou uma aberração alegórica desintegrada do contexto. Felizmente, o projeto não foi adiante.

EI: Consegue apontar um projeto em que a arquitetura cumpriu sua função em um equipamento cultural?

CE: O exemplo mais contundente talvez seja o Museu Guggenheim de Bilbao. Inaugurado em 1997, foi considerado uma obra precursora do que viria a ser a arquitetura do século 21, por vários motivos. Foi desenvolvido digitalmente, tinha formas complexas em um grau pouco visto anteriormente e utilizou titânio russo remanescente da Guerra Fria. Colocou, literalmente, Bilbao no roteiro de arte e turismo da Espanha, apagando o estigma de cidade atemorizada pelo terrorismo separatista basco. Teve o dobro da visitação prevista pelos mais otimistas e elevou Frank Gehry – que seria depois responsável pelo também espetacular edifício da Fundação Louis Vuitton em Paris – à categoria de starchitect. Embora fizesse parte de um plano de revitalização que incluía outros edifícios importantes e uma rede de metrô projetada por ninguém menos que Norman Foster, o Guggenheim Bilbao destacou-se mundialmente e chegou a ser cenário de um filme de James Bond, tamanha a sua força imagética. ■

Starchitects e suas obras



Santiago Calatrava

Santiago Calatrava (1951) é arquiteto e engenheiro espanhol, cujo trabalho tem se tornado bastante popular nas últimas décadas. Entre os seus projetos mais recentes, está o Museu do Amanhã, de concepção totalmente ecológica com uso de energia solar, com vistas à revitalização urbana da área do Porto do Rio de Janeiro.



Zaha Hadid

Zaha Hadid (1950 - 2016) foi uma arquiteta iraquiana identificada com a corrente desconstrutivista da arquitetura. Entre seus projetos mais emblemáticos estão o Centro Heydar Aliyev e Galaxy Soho. Em 2004, Zaha se tornou a primeira mulher a receber o Prêmio Pritzker de Arquitetura, atribuído pelo conjunto de sua obra.



Frank Gehry

Frank Gehry (1929), é um arquiteto canadense, ganhador do Prêmio Pritzker de 1989. Famoso por suas edificações esculturalmente emocionantes, o arquiteto é conhecido pelo Museu Guggenheim de Bilbao e a Casa Dançante de Praga.



CRIA promove doação de livros para o Campus UVA Barra

Agência UVA Barra

São várias as novidades envolvendo a Economia Criativa e a Universidade Veiga de Almeida. O Laboratório de Economia Criativa (CRIA) do campus Barra da UVA realizou uma doação de livros para a biblioteca da unidade. Os exemplares abordam diversas temáticas em economia criativa e entre os autores estão: John Howkins, Charles Landry e Ana Carla Fonseca Reis.

O coordenador do CRIA, professor Léo Amato, destaca que a doação é um passo importante para as pesquisas relacionadas ao tema. "A maneira de darmos uma colaboração para a universidade é disponibilizando títulos que possam facilitar o acesso dos estudantes a autores que tratam de questões importantes da economia criativa", destacou.

Além de contribuir para as pesquisas, os livros também servirão de material de apoio para a disciplina Territórios Criativos, ministrada pelo professor Carlos Eduardo Nunes-Ferreira. A matéria é vinculada ao curso de Comunicação Social, mas por tratar de temas interdisciplinares está disponibilizada como Tópico Especial, o que possibilita que alunos de

diversas áreas possam cursá-la. O professor ressalta que os territórios criativos são formas de trabalhos mais colaborativos do que competitivos e mais circular do que linear. "O objetivo é exatamente apresentar ao estudante esta nova percepção sobre espaços e territórios criativos assim como os novos modos de produção e modelos de trabalho da contemporaneidade como os coletivos e os espaços de co-working", destaca.

O docente explica que são chamados territórios criativos os espaços que reúnem atividades ligadas aos conceitos de Indústria Criativa e Economia Criativa, nas áreas de produção de conteúdo editorial, digital, audiovisual; a arquitetura, o design e a comunicação, nos seus sentidos mais amplos e diversos.

"A disciplina parte da ideia de que existem condições específicas que podem ser estimuladas e reunidas em um espaço identificável a fim de proporcionar um ambiente fértil para iniciativas empreendedoras e criativas", conclui. ■



Alunos da UVA Barra visitam o novo laboratório da Casa Firjan

Agência UVA Barra



Alunos da Agência ONZE, Agência UVA Barra e TV UVA visitaram a Casa Firjan, em Botafogo, na última quarta-feira (27). Acompanhados pelo professor Leonardo Amato, os alunos de Publicidade e Jornalismo puderam conhecer diferentes exposições e a mais nova oficina de fabricação digital, o FabLab, inaugurada em 2018.

A experiência é uma oportunidade para os alunos conhecerem novos ambientes profissionais e entender o que o mercado tem produzido através das novas tecnologias. O FabLab da Firjan tem a proposta de incentivar o desenvolvimento de projetos com níveis de invenção e criatividade.

A visita agradou o estudante de Publicidade e Propaganda, Mauro Kroll: *“Ter um projeto de campo num lugar em que não temos o costume de irmos e descobrir coisas novas, como modelagem 3D, é um conteúdo a mais para o nosso currículo”.*

O professor Leonardo Amato, que coordena a Agência ONZE, reforça a importância da construção do conhecimento fora da sala de aula. *“A nova geração que está chegando na universidade não se prende somente aos livros, então trazer esse contato com experiências físicas são mais enriquecedor para esses alunos”*, destaca. ■



Estudantes de Publicidade e Jornalismo participaram da experiência.



ENTREVISTA

Visualização de dados em Exposição

ENTREVISTA COM BÁRBARA CASTRO
CO-CURADORA DA EXPOSIÇÃO DATA CORPUS



Leonardo Amato

Vivemos a era dos dados em escala, cercados de números, comparações e informações que brotam de aplicativos de celular, smartwatches e de veículos de notícias. Segundo o Mapeamento da Indústria Criativa (2019), realizado pela Firjan, houve um aumento na busca por profissionais capazes de qualificar as informações geradas através de dados.

Em 2019, a Casa Firjan, localizada no bairro carioca de Botafogo, realizou a exposição “Data Corpus”, uma experiência imersiva na visualização de dados e um convite para decodificar a vida. Dividido em cinco etapas (descobrir, capturar, estruturar, interpretar e decidir), a exposição apresenta diversos infográficos que conduzem o visitante a entender os dados e, a partir de sua interpretação, a diagnosticar problemas e transformar realidades.

Para entender melhor o processo de construção dessa exposição e sobre o universo da visualização de dados, conversamos com Barbara Castro que, ao lado de Karina Araújo e Maria Isabel Oschery, realizaram a co-curadoria da “Data Corpus”, com intuito de apresentar a dimensão humana dos dados em uma experiência didática inspirada no ciclo de tomada de decisão. Barbara é formada em design pela PUC-Rio e mestre em Artes visuais pela EBA-UFRJ. É cofundadora do estúdio “Ambos&&” que se dedica à concepção e execução de instalações interativas, a exposições e à visualização de dados para grandes empresas e entidades.

Vamos pedalar juntos?

Economia das Ideias: Data Corpus expõe informações coletadas a partir de dados da Firjan e outros institutos de pesquisa. Fica claro desde o começo a intenção de despertar novas questionamentos nos visitantes. Que reflexões podemos esperar das pessoas que visitaram e interagiram com as obras e dados retratados?

Barbara Castro: A intenção com a exposição era ter uma abordagem que fosse bem didática e por isso a narrativa é muito marcada com as 5 sessões do ciclo de tomada de decisão: Descobrir, Capturar, Estruturar, Interpretar e Decidir. A princípio isso poderia levar a uma compreensão mais técnica de projeto de dados, mas na verdade em todas as sessões, Karina, Maria Isabel e eu, procuramos enfatizar a abordagem mais humana. Na abertura da exposição incluímos a citação ao 'Humanismo de Dados' da Giorgia Lupi. Queríamos provocar a reflexão que os dados não pertencem

exclusivamente ao universo digital e que eles surgem da necessidade humana de curiosidade e sistematização das nossas percepções. Os dados são fruto da nossa capacidade de formar conhecimento a partir da análise do que percebemos. Eles surgem da forma como medimos, comparamos, hierarquizamos e categorizamos o mundo ao nosso redor. Giorgia Lupi tem um manifesto que nos instiga a uma relação mais humana e pessoal com os dados e sua teoria foi nossa maior inspiração.

A partir dessa abordagem, a seleção de obras que realizei e o conteúdo que a Casa Firjan desenvolveu a partir de nossas trocas procuraram enfatizar questões sociais nos projetos ou uma relação mais afetiva com os dados e proposições da exposição. Além disso, como a narrativa é bem delineada em cada uma das etapas do ciclo de tomada de decisão, nós evidenciamos a dimensão humana de cada uma dessas etapas, como por exemplo, a

sessão 'Interpretar' em que o conteúdo aborda questões técnicas em relação aos dados partem do princípio da natureza humana, como o viés cultural da equipe que desenvolve os algoritmos, por exemplo.

EI: A exposição trabalha de forma participativa, principalmente na etapa de captura de dados, onde os visitantes percorrem uma distância fictícia, traçam o trajeto de casa até a exposição em um grande mapa e registram dados fixos, mutáveis e potenciais. Qual é o papel da interatividade na ampliação ou recorte da informação?

BC: A concepção da sessão 'Capturar' da exposição Data Corpus partiu dessa compreensão rica de formas do público se relacionar com a exposição. Nós realizamos um diálogo próximo tanto com Marlus Araújo, para desenvolver a instalação "Bicicletas", quanto com Janez Jansa para adaptarmos as proposições do "Life [in Progress]". Nós tínhamos duas premissas para essa seção da exposição. A primeira era que o público pudesse compreender que os dados podem estar presentes na sua vida pessoal e cotidiana. A segunda é que as proposições pudessem compor uma experiência coletiva, com acúmulo de dados ao longo da exposição.

No campo da arte temos um texto muito conhecido do Julio Plaza sobre autor-obra-recepção que menciona três graus de abertura da obra de arte. Na perspectiva que ele traça, a instalação "Life [in Progress]" realiza uma abertura de segundo grau, uma instalação participativa em que o público pode realizar intervenções na proposição. Já a instalação Bicicleta, seria uma abertura de terceiro grau, pois já inclui a máquina como terceiro elemento com uso de sensores e computação. Porém, independente da natureza participativa ou interativa da obra, é preciso que essa proposição permita uma colaboração com público para que o contato não seja previsível ou mecânico. Sob essa perspectiva, as proposições de Jansa permitem liberdade expressiva ao público, que pode optar por

incluir mais informações nas paredes do que é solicitado. Por exemplo, tive a oportunidade de ver uma criança desenhar um avião próximo ao aeroporto, pois era um transporte que ela tinha utilizado para chegar até o Rio de Janeiro antes de ir para Casa Firjan.

Por outro lado, a visualização de dados pode ser concebida como mídia exploratória. Muitas dessas ferramentas, como o "Energy Database" do BID, incluso na seção 'Descobrir', ou "Panorama Educacional" do Mapping Lab incluso na seção 'Decidir', apresentam uma quantidade tão vasta de informação que um único observador não consegue passar por todo o conteúdo oferecido pela plataforma. Nesse caso, a visualização se torna ferramenta de pesquisa e tomada de decisão desde sua concepção até a fruição. Será papel do visitante filtrar os dados que são do seu interesse e o seu conhecimento prévio sobre o assunto poderá ampliar a capacidade de leitura e obtenção de informações realizadas na leitura da visualização. Isso é particularmente interessante para reforçar a natureza humana da cultura analítica, é preciso realizar uma disseminação da literacia visual, mas a análise consistente dos dados também está baseada em muito conhecimento sobre o assunto para poder contribuir para uma visão sistêmica que inclua mais contexto e saiba correlacionar o valor das anomalias nos padrões identificados. A partir dessa perspectiva que surge a frase "keep humans in the loop" ou "inclua humanos no ciclo", pois os processos de iteração, automatização e decisão necessitam de visões humanas.

EI: Números, palavras, fotos, sons e vídeos são produzidos e processados em grande volume e passam a compor o Big Data. Como se deu o processo de seleção do conteúdo da exposição realizada na Casa Firjan? Como foi o processo de co-curadoria?

BC: A Casa Firjan me convidou para integrar a equipe de curadoria da exposição junto com a Maria Isabel Oschery e Karina Araújo, funcionárias da Casa Firjan. Começamos a

Instalação "Bicicletas".

USE AQUI OS ÓCULOS ESPECIAIS PARA

ÉTICA E DADOS

mente, a distinção entre da vez mais embaçada de mentes não críticas,

do prêmio Nobel de Química em 1948

os na Internet os e do que mundo. to, não vem ossos dados nimento, pulação



A exposição era um grande convite para a descoberta de novos dados.

trabalhar juntas no final de janeiro de 2019. No princípio do processo, pude contribuir falando um pouco sobre minha experiência como pesquisadora e designer de visualização de dados tanto em projetos grandes como Energy Database do Banco Interamericano de Desenvolvimento junto com o LabVis da UFRJ, quanto em projetos mais poéticos e experimentais na minha atuação como artista e como diretora de criação da "Ambos&". Apresentei alguns projetos e seus processos de criação introduzindo questões práticas, mas também mencionei autores e teorias que poderiam nortear alguns tópicos que deveriam ser discutidos. Uma das coisas que eu mostrei para a equipe Firjan foi a descrição de um projeto grande de visualização de dados resumindo algumas etapas como pesquisa, análise, design, prototipação, interface em alguns verbos como perguntar, analisar e representar. Comentei como a visualização finalizada pode servir de inspiração para uma nova rodada de perguntas e desenvolvimento de novos projetos, pois a possibilidade de visualizar os dados nos auxilia a gerar novas hipóteses e pode catalisar o aprofundamento da análise. Alguns insights sugerem novos cruzamentos de dados para saciar questões que emergem da visualização. A partir dessa identificação de várias etapas de um projeto de visualização de dados e dessa natureza cíclica de se trabalhar com dados, Karina e Maria Isabel aproximaram a pesquisa para o universo corporativo da Casa Firjan e pesquisaram o ciclo de tomada de decisão baseado em dados como referência. Após estudar algumas versões, definimos a narrativa da exposição entre essas 5 etapas que eram 'Descobrir', 'Capturar', 'Estruturar', 'Interpretar' e 'Decidir'.

Em paralelo, iniciei a pesquisa de projetos para a exposição. A busca e seleção não era trivial, pois os projetos não deveriam ser definidos por um recorte temático. Cada projeto deveria ser uma referência metodológica que nos ajudasse a falar sobre as etapas do ciclo de tomada de decisão de forma humana. No princípio fizemos uma busca por projetos já existentes tanto nacionais como internacionais, e a partir do

processo de negociação com artistas, nós começamos a identificar quais eram as lacunas da narrativa e de conteúdo. Por conta disso convidamos dois designers de interação do Rio de Janeiro para co-criar instalações para a exposição a partir de um questões que levantamos.

A partir da definição da narrativa e definição das obras fizemos uma distribuição geral nos espaços da Casa Firjan e algumas opções de fluxos de visitantes. Nessa etapa, a equipe da Folgado entrou para realizar a expografia: o detalhamento dos espaços e desenho da exposição propriamente dito. A Casa Firjan ficou responsável por elaborar o conteúdo a partir do que havíamos conceituado inicialmente e desdobrou nossos tópicos em diversos textos e experimentos didáticos muito interessantes como o Facetas em que o visitante é convidado a olhar um objeto dentro de um cubo. Cada face desse objeto corresponde a uma forma geométrica regular diferente. A intenção é demonstrar os diferentes pontos de vista que se pode ter sobre um mesmo objeto para se falar sobre a necessidade de se explorar e minerar um banco de dados na busca por diversas informações. Nessa etapa, minha participação foi um acompanhamento mais geral do conteúdo, pois estava responsável pelo contato com os artistas e designers para definirmos como seriam as adaptações para a exposição, visto que a "Ambos&" também realizou uma consultoria técnica sobre as instalações interativas.

EI: A exposição também apresenta projetos de artistas e pesquisadores que trabalham com a visualização de dados, como o icônico projeto de Moritz Stefaner. Como foi feita a curadoria destas obras e a integração delas ao conteúdo inédito da exposição?

BC: Nossa intenção inicial era fazer uma seleção de projetos que já existiam e convidar os autores a realizar adaptações para o nosso contexto expositivo. Iniciamos a pesquisa, seleção e contato com os autores, mas tínhamos um cronograma apertado. Tínhamos

dois tópicos que precisavam ser abordados nas instalações interativas em aberto: a coleta de dados por sensores em interfaces físicas e a noção de big data a partir de dados compartilhados em redes sociais. Esses eram dois tópicos que desejávamos que fossem abordados de forma interativa e que, por uma questão de logística, seria mais fácil termos colaboradores locais que pudessem visitar a exposição com maior facilidade para realizar manutenção, pois a exposição iria durar três meses a princípio e foi prorrogada por mais um mês. Portanto, convidamos o Marlus Araújo para desenvolver a instalação das bicicletas, pois já havia realizado algumas instalações com essa interface física.

Diante da seleção final dos projetos para cada seção, ainda havia alguns tópicos que mereciam uma abordagem mais elaborada ou intuitiva do que um texto na parede. Por isso, como já mencionei, a equipe da Casa Firjan concebeu algumas inserções e objetos com cunho didático e aproveitou os recursos do FabLab interno da casa para executá-los.

Data Corpus reúne peças de naturezas muito diferentes entre vídeos, intervenções físicas, interação digital, além de obras de artistas convidados e projetos concebidos especialmente para a exposição. A integração não foi um desafio, pois a seleção foi realizada desde o princípio a partir do ciclo de tomada de decisão.

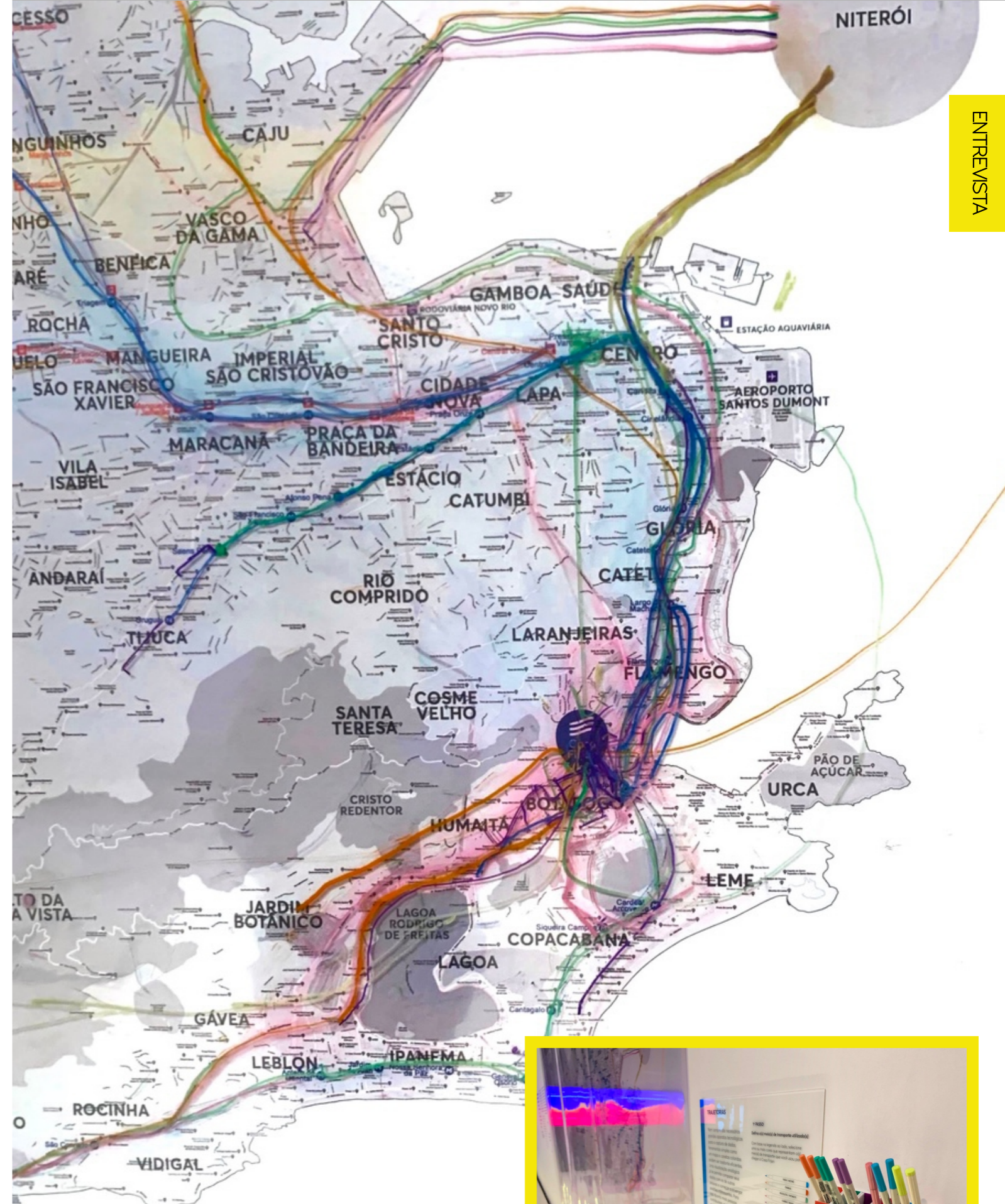
EI: Muito se tem discutido sobre o valor individual das informações, e como empresas privadas e governos podem utilizar esses dados para o bem e também para o mal. Após a montagem da "Data Corpus", como você imagina que deveria ser a nossa relação com o rastro tecnológico que deixamos na rede?

BC: O rastro tecnológico é praticamente inevitável, pois as esferas econômicas, governamentais e de serviços de comunicação possuem interseções e as transações de dados envolvem escalas globais com legislações muito distintas. Os dados são tão valiosos ou

ainda mais do que o dinheiro que você poderia pagar por qualquer serviço. Não sou especialista, mas me interessa e procuro ler sobre o assunto da vigilância há alguns anos. Tive a oportunidade de realizar uma disciplina com David Lyon, um dos maiores pesquisadores do assunto, com o pessoal do Media Lab na Escola de Comunicação da UFRJ. Uma das coisas que ele diz é que a vigilância é sempre ambígua. Por exemplo, o monitoramento de dados pode visar a segurança de indivíduos, porém necessita manter certas pessoas sob observação de conduta, o que pode levar a atos discriminatórios. Outro tópico que é muito discutido sobre o uso comercial de nossos dados é a previsão de subjetividades e a classificação social. Essas questões ainda são muito pouco discutidas pela sociedade brasileira tanto em termos governamentais quanto em termos comerciais. Nos Estados Unidos, as políticas de segurança após o 11 de setembro já levam esse tópico para os noticiários com frequência, ainda mais após o escândalo da Cambridge Analytica. Hoje já existem iniciativas e instituições aqui como ITS e Coding Rights que começam a popularizar a discussão e a disseminar algumas ações preventivas.

A exposição Data Corpus aborda um pouco dessas questões na seção 'Interpretar' ao falar sobre viés cultural e bolhas de conteúdo. Me interessa refletir sobre a forma como os meios tecnológicos influenciam nossa sensação de vitalidade e conectividade. A sensação de recompensa e de pertencimento gerada pelos likes nos levam a ter uma vida paralela nas redes sociais. Talvez seja por isso que preferimos continuar compartilhando nossa privacidade e opiniões mesmo quando sabemos como os dados podem ser utilizados, pois eles já estão impregnados na comunicação atual.

EI: Os novos espaços nas cidades têm buscado integrar cultura, informação e lazer no mesmo lugar. O conteúdo da exposição se apoderou de vários pontos da Casa Firjan, como o hall de



Visitantes são convidados a interagir e gerar dados.

entrada e os jardins, ampliando as dimensões da exibição. Como você vê a transformação dos museus, e conseqüentemente das exposições, em territórios de interação e criatividade?

BC: Colaborar com a equipe da Casa Firjan me fez valorizar esse perfil contemporâneo de instituição cultural. Há uma intenção de privilegiar a troca de experiências em detrimento da cristalização do conhecimento. Isso é uma tendência das instituições culturais e museus de se tornarem um espaço de encontro para articulação de práticas e pensamentos. A exposição, na verdade, é só um dos tipos de atividade que o público pode encontrar na Casa Firjan, a programação de palestras e oficinas é muito diversa. É por isso que a exposição Data Corpus é uma entre várias ações do Ciclo de Dados que conta com uma programação paralela rica para profissionais do mercado, pesquisadores e até famílias.

A diversidade de espaços e público presentes lá pode ser desafiadora para se criar a exposição, mas é uma oportunidade para elaboração de um pensamento mais rico e denso sobre o assunto. De alguma forma, a exposição precisa atrair, ser relevante e memorável para cada pessoa que passar por lá. Por isso, ela se torna mais imprevisível e precisa ter mais espaços de atuação do público para que também possa contribuir criativamente e se sinta parte daquilo. Vejo essa renovação dos museus como um processo que ocorre em paralelo à educação. Não se trata somente de expor um conteúdo específico, mas sobre como formar um pensamento crítico. Por isso, a interação é fundamental nos museus. Sua função é muito mais do que ser um ponto de atração lúdica ou visual das exposições. A interação é um chamado para a voz do visitante, uma provocação para realizar uma reflexão, um convite a transformação.

EI: "Os números têm uma história importante para nos contar. Eles contam com você para receberem uma voz clara e convincente.", com esta frase do educador Stephen Few se

inicia a quarta etapa da exposição, que apresenta maneiras de interpretar os dados. Após sua imersão neste grande universo, gostaria que respondesse a uma das grandes questões da exposição, quem somos na era da informação?

BC: Somos muitos! Não consigo responder essa pergunta sem fazer referência ao 'eu transitório' e a 'ambigüidade do self' descrita por Roy Ascott, um dos grandes pensadores mundiais da arte computacional e estudos de consciência. Não acho improvável que muitos de nós tenhamos um comportamento diferente nas redes sociais do que temos presencialmente, já que socialmente já incorporamos diversas personas para cada grupo social que convivemos. Porém a criação de diversos avatares e personalidades digitais e virtuais potencializa essa nossa multiplicidade em um senso de realidade variável, como Roy chama. A formação da identidade e subjetividade alcança um novo grau de complexidade com a emergência da vida digital. O que me chama atenção são os diferentes graus de vitalidade que empregamos em cada relação social e cada plataforma digital. Talvez, ao contrário do que os algoritmos possam diagnosticar, nós estejamos ainda mais indeterminados do que antes. ■



Relatório apresenta o Mapa da Indústria Criativa do Brasil

Leonardo Amato

Divulgado a cada dois anos, desde 2008, o Mapeamento da Indústria Criativa, publicado pela FIRJAN, acompanha o desenvolvimento da área criativa no Brasil e nos estados e verifica sua representatividade, evolução, transformações e relevância no decorrer dos tempos.

As profissões são apresentadas em treze segmentos criativos: Arquitetura, Artes Cênicas, Audiovisual, Biotecnologia, Design, Editorial, Expressões Culturais, Moda, Música, Patrimônio e Artes, Pesquisa & Desenvolvimento, Publicidade & Marketing e TIC.

A visão sobre a cadeia da Indústria Criativa permanece alinhada à definição da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (Unctad), que diz que: "a cadeia produtiva é composta pelos ciclos de criação, produção e distribuição de bens e serviços que usam criatividade e capital intelectual como insumos primários". Em consonância com esse entendimento, a cadeia da Indústria Criativa é formada por três grandes categorias: Indústria Criativa (núcleo), Atividades Relacionadas e Apoio.

Indústria Criativa (núcleo): é formada por atividades profissionais e/ou econômicas que utilizam as ideias como insumo principal para geração de valor.

Atividades Relacionadas: constituída por profissionais e estabelecimentos que proveem bens e serviços à Indústria Criativa. Representadas, em grande parte, por indústrias e empresas de serviços, fornecedoras de materiais e demais elementos, considerados fundamentais para o funcionamento do núcleo criativo.

Apoio: constituída por ofertantes de bens e serviços, de forma indireta, à Indústria Criativa. ■



Mapa da Indústria Criativa
FIRJAN - 2019

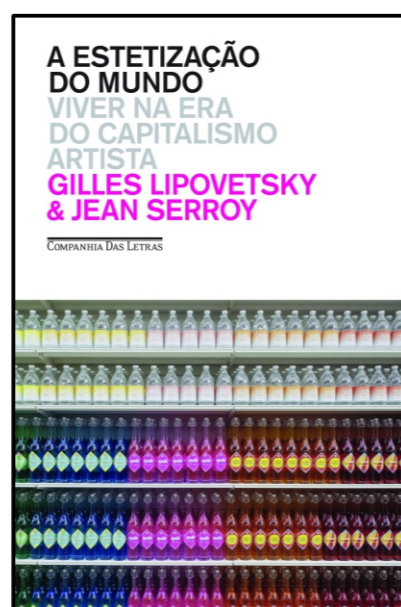
SE LIGA NA DICA!

A ESTETIZAÇÃO DO MUNDO

A dica de leitura desta edição vai para o aclamado livro de Giller Lipovetsky e Jean Serroy, "A estetização do mundo" (2015), publicado no Brasil pela Companhia das Letras. No livro, os autores exploram como a arte se tornou um instrumento de legitimação das marcas e das empresas de capitalismo.

Os autores dividem o capitalismo artista em três fases: a primeira fase tem como período o primeiro século do capitalismo de consumo até a II Grande Guerra Mundial. Essa fase se caracteriza pela criação das lojas de departamento, da publicidade, da moda de alta costura, do cinema: um capitalismo artista restrito aos centros urbano. Já a segunda fase entre os anos de 1950 a 1980, se caracteriza como um capitalismo artista estendido, ou seja, a lógica artística ganha em poder econômico e se difunde no design, na moda, nas indústrias culturais e a terceira fase vem da década de 1980 até os dias atuais. Uma dimensão transestética, em que há o cruzamento da indústria com a moda, com o design, com o comércio, a publicidade e com o hiperconsumo, que agora está presente em escala mundial.

O estilo, o design e a beleza se impõe como imperativos estratégicos, o capitalismo não está mais centrado na produção material, mas no imaginário, nos sonhos e na sensibilidade. A leitura está alinhada com os novos desafios da indústria criativa e como viver na era do capitalismo artista. ■



Companhia das Letras
1ª edição - 2015
427 páginas

