

Gravação: tdm42_O governo é contra a Arte?

Duração do Áudio: 01:14:52.00

Legenda	
(-)	Comentários do transcritor
(00:00:00:00)	Marcação do tempo onde inicia a fala
[inint] [00:00:00]	Trecho não compreendido com clareza
Ahãm, uhum	Interjeição de afirmação, de concordância
Ãhn	Interjeição de dúvida, de incompreensão, ou pensando
Hã	Interjeição que exprime que o interlocutor aguarda a continuidade da fala da outra pessoa
Tsi-tsi	Interjeição de negação
TEXTO EM CAIXA ALTA	Palavra ou expressão pronunciada com ênfase
Hífen	Palavra dita de modo silábico
Orador A	Gustavo
Orador B	Não identificado
Orador C	Hugo
Orador D	Josuel
Oradora E	Luciana

Orador A: Ok, voltando né? Tem algumas definições que a gente precisa fazer antes da gente começar a falar propriamente, é... E eu me dei conta que a importância desse tipo de programa que a gente tem, não só o conteúdo que a gente tá abordando hoje nesse episódio, mas a importância que o Trabalho de Mesa pode ter para o... Para a arte brasileira, digamos assim, uma vez que a gente tá fazendo um podcast sobre teatro e artes cênicas em português né? É... Eu tava ouvindo um episódio com a Denise Fraga, ela tava participando...

Orador C: Maravilhosa...

Orador A: Tava participando do Cinema Ação, ela tava sendo entrevista pelo podcast Cinema Ação, conversando e ela colocou bem no início do programa, uma coisa que me, me... Estalou a cabeça assim, eu falei "cara, é isso mesmo, tá vendo?". Olha só, eu tava achando isso, já pensava nisso, mas colocado às vezes por uma pessoa que inclusive

nunca participou, eu acho, de podcast, tipo nem tem uma... Uma referência com podcast, mas tem uma super entrada no mercado né? É... Da importância da gente efetivamente começar a falar o óbvio novamente né, tipo a necessidade da gente de fato falar do óbvio mais uma vez, porque às vezes o produto artístico ele é muito mistificado né, pro público geral né, porque cê pensar a quantidade de artistas...

Orador C: Total.

Orador A: Pra quantidade de público é gigante né, assim, é, é... A diferença é gigante.

Orador C: Sim.

Orador A: Então você tem muitos, muitas pessoas que consomem produto artístico que não sabem nem, nada sobre aquilo, nem como aquilo é feito nem nada, ela só consome aquilo de uma maneira completamente... Passiva, digamos assim.

Orador D: Alienada mesmo, alienada.

Orador A: É, exato, exato. Ela não tem, ela não tem...

Orador C: (- Risos)

Orador A: Exato, ela não tem percepção, não só do mercado, mas nem como o produto é desenhado, nem quem são os agentes que desenham aquilo previamente pra que aquilo saia, então, chega um determinado momento que fica fácil a pessoa se distinguir, se distinguir não, nem era essa palavra que eu queria usar. Chega um determinado momento que fica fácil a pessoa se distancia, é... Das necessidades quando a necessidade passa a fazer, é, é... De... Passa a fazer, como é que eu coloco isso? Passa a fazer parte do dia a dia de forma que ela nem percebe. É aquele lance que você só sente, que você só sente falta d'água né, você só repara que você usa a água todo dia, todo momento, quando você fica, sei lá, dois dias com falta d'água na sua casa. Ou quando falta energia na sua casa é que você percebe como a energia tá presente na sua vida, porque você simplesmente vai seguindo e a arte é um pouco nesse sentido. Mas pra gente poder discutir sobre isso e não ficar falando da importância do artista e de como isso é e chegar naquela né, naquela coisa que a gente sempre fala, eu acho que é importante a gente estabelecer dois pontos de partida pra nossa discussão, tá? Uma é... É que a gente não vai criticar ou a gente não vai levar em consideração que existo, exista real uma dicotomia boba ao nosso ver nesse momento, entre o que é uma arte comercial e uma arte cult.

Orador C: Sim.

Orador A: Essa, essa dicotomia tá cada vez mais me parecendo uma estupidez quase arquitetada pra destruir o próprio produto artístico.

Orador C: Show de bola! Eu caguei pra isso há um tempão.

Orador A: Exato, exato, mas assim...

Orador C: Mas um tempão.

Orador A: Eu até que, eu até acho que exista, faça sentido você diferenciar se você quer efetivamente colocar um raio X sobre a produção, eu acho que pra quem estuda arte, quem estuda teatro academicamente, faz até sentido você parar e falar "ok, existem diferenças mercadológicas e uma segue uma determinada estética por causa...", eu acho que ok discutir sobre isso sem moralizar né, necessariamente...

Orador C: Sim.

Orador A: Mas como discussão para o público, eu acho que isso é completamente nocivo, na verdade.

Orador D: Total.

Orador A: Eu acho, é nocivo.

Orador C: É porque, é que nem você falar assim, "ah, a pessoa trabalha com estética tal" e... E aí, a gente tá falando de gosto, eu não, e aí eu me sinto no direito de instituir, porque acaba sendo isso que acontece, mas a cabeça do público parece que a gente como... Como categoria mesmo não, não... Tá se apoiando, cara, porque a luta, e... De sobrevivência é a mesma e... E tem público pra todo mundo, então qual é o nosso interessante em diminuir o fazer alheio.

Orador D: Eu vejo também um viés ideológico que vai para além da discussão das artes, que é uma discussão de classe social mesmo.

Orador A: Uhum.

Orador D: A partir do momento que a gente define produto artístico erudito, produto artístico popular...

Orador A: Sim, você faz o recorte.

Orador D: É, usando não o sentido etimológico da palavra, do teatro popular ou do teatro, é, é, é, de câmara, enfim, da ópera, mas há um discurso de classe que é um choque, e a pessoa geralmente, o público que geralmente tem acesso a esse tipo de choque de classe, quando ele estuda arte. Se ele não estuda a arte ele nunca vai ter esse acesso.

Orador A: Exato.

Orador D: Porque se você, eu vejo no meu caso, eu sempre assisti muita novela, eu fui realmente a criança que foi, que viu muito programa de televisão, vi muita novela, muita coisa. Quando eu entrei na faculdade, o discurso elitista em cima de produto de massa, cultura de massa, massificação, era execrante, e eu já fazia cinema na minha cidade. Então quando eu me vi dentro de um ambiente acadêmico, eu me vi sendo menos inteligente, porque as pessoas e o discurso acadêmico diziam que aquilo que me constituía...

Orador C: A sua referência...

Orador D: Enquanto, enquanto público não era válido, enquanto, enquanto arte de fato. E aí você engendra no seu pensamento essa ideia errônea de um teatro comercial pra um teatro que de fato é o teatro de verdade. Minha gente, o teatro brasileiro de comédia existia desde a década de trinta, sabe?

Orador C: Para esse gênero, inclusive, no Brasil, foi o predileto do público brasileiro desde sempre. Então o que já reverte, bem ou mal, um histórico se a gente for pensar no recorte ocidental...

Orador D: Total.

Orador C: Né? Então assim... Ah, vamos parar com essa bobagem...

Orador A: É, não tem nada mais popularzão que Shakespeare né, também.

Orador C: Exatamente.

Orador A: Tipo, não precisa nem pensar muito, se você for muito pra trás até, essa, essa parada do que é erudito, do que é clássico, do que é popular, às vezes se mescla de um jeito que fica assim meio, meio besta até né, assim, e eu concordo totalmente com esse lance do Josuel, de ser uma coisa... É um recorte elitista, e assim, fica aqui o apelo para todos os produtores de podcast, inclusive o Brunão que está aí nos ouvindo, é... Não sei se ele tá aí, mas enfim, se o Brunão tá aí na cabine. O Brunão tem uma expressão que eu acho muito engraçada, eu acho superdivertida e... E hoje eu tava pensando, falei "olha,

talvez até seja o momento da gente discutir isso com os outros podcasters, os outros, os outros produtores de conteúdo sobre a discussão artística né, que é mais ou menos o que é isso assim que é o podcast que o Portal Refil tem, faz né, eles fazem mais ou menos isso, de alguma forma eles discutem o produto artístico, embora ele sejam mais sobre o produto apresentado. E o Cinema Ação, por exemplo, que é outro podcast que eu super recomendo, eles discutem mais o mercado da produção, sabe assim, não só o filme, mas como que o filme chegou até lá, por exemplo, no caso dos dois, usando o exemplo de cinema. De teatro, a gente não tem realmente, nosso, aparentemente nós somos os únicos que discute o produto artístico dessa forma como a gente faz, mas fica o apelo aqui pra gente começar a pensar se a gente não tá na verdade criando essa, essa perspectiva de que existe uma espécie de filme ou uma espécie de teatro ou uma espécie de consumo de livro que é pra poucos e só os super acadêmicos vão curtir isso e se isso na verdade não é nocivo em alguma esfera, porque a gente acaba colocando meio, não só o discurso elitista, mas a... O efeito contrário que dá nisso tudo, tipo o efeito rebote disso é que a gente meio que vangloriza a ideia da, da burrificação, sabe? Tipo, quando é muito simplão, todo mundo vai gostar e a gente acaba só falando do muito simplão, porque a gente estabelece que o muito simplão exista, mas o muito simplão não existe, cara, não tem como você fazer um produto que seja de massa e seja simplão, simplão não existe.

Orador C: E Gustavo, você falou um negócio e me lembrou, já que a gente também tá nessa onda de falar quem que a gente tá citando né nos programas. Isso me lembrou um episódio quando eu estudei com a Simone Reis, professora da Universidade de Brasília, da qual eu fiquei assim muito amigo, e... Ela tava sendo dirigida no mestrado dela pela Liu Sykes do Udigrudi.

Orador A: Uhum.

Orador C: E aí tinha um movimento que a Liu pediu pra ela e ela falou "ah não, mas, é... Meus alunos fazem esse movimento, eles vão ver e vão achar que eu tou copiando", e a Liu, "mas, eles apresentaram aonde?", "na UNB", "então ninguém viu, porra!".

(- Risos)

Orador C: "Pode fazer".

Orador A: Sim, isso, mas é uma...

Orador C: Então assim, é só pra gente entender mesmo as perspectivas, é, é... De visibilidade...

Orador D: E do discurso que se mantém né?

Orador C: E do discurso que se mantém né...

Orador D: A Fernanda Montenegro é inegável que ela é uma super atriz de teatro, saiu uma pesquisa dizendo que ela é, grosso modo, dentre todas as camadas, a pessoa mais respeitada do Brasil porque todo mundo sabe quem é Fernanda Montenegro.

Orador C: Sim.

Orador D: A gente só não pode se esquecer que, hoje, a imagem que a gente tem de Fernanda Montenegro, a imagem dela de agora, de uma grande dama do teatro que tá desde muito tempo, mas antes de ser tudo isso, ela também foi Zazá.

Orador C: Sim!

Orador D: E aí dialoga com todas as artes, dialoga com todas as questões, sabe?

Orador C: Sabe que eu adorava isso, que a professora perguntava, eu fazendo alguma coisa, eu "cadê?", e ela "o quê, Hugo?", "Zazá, Za-zá"...

(- Risos) Aquela da abertura da novela...

Orador D - Mas, sabe? Transita assumidamente por todas as linguagens...

Orador C: Sem problemas.

Orador D: Não é um demérito à sua profissão, o que não pode é depois que você chega na academia, você fala "nossa, é sério que você curtia isso?", você tem que entender as perspectivas do público, e aí a gente nunca vai conseguir formar público se a gente diz num release totalmente academicista, palavras sobre a sua peça que o público jamais vai entender, ele vai dobrar aquele papel e não vai entender.

Orador C: Ai, cara! Fala isso de novo, Josuel. "Que o público jamais vai entender"...

Orador D: (- Risos)

Orador C: Gente, eu arrepiei daqui, e vocês, podosfera? Também?

Orador A: Olha só, então vamo, vamo coordenar aqui. Então, esse é um ponto, né? Essa idiotice da gente ficar chamando do que é comercial, então porque é comercial ele é menor e o que é acadêmico ele é maior, e o contrário também acontece quando você discute uma questão da perspectiva do público né? O público ficar se considerando idiota porque não entende um determinado produto e achando que ele só pode consumir um outro determinado produto né. E a gente tem que tomar cuidado quando nós somos a via da, nós somos a discussão das duas vias, porque nós somos o grupo que cria o produto artístico pra apresentar, mas também nós, no caso do podcast, somos as pessoas que intermediam né, o público para o produto artístico uma vez que a gente apresenta também discussões sobre esse produto artístico. Então a gente não vai passar, então a gente não vai passar por essa ideia ou vai evitar ficar, é... Usando isso como referência porque a gente já passou por esse "Corguinho", teatro comercial, teatro comercial, ou seja, você pega isso e comercializa. Isso não tem moralidade, a gente não levantar isso numa coisa positiva ou negativa.

Orador C: Não, e outra coisa, essa moralidade vem o quê, mais uma vez falando do recorte ocidental, do teatro religioso da Idade Média que era o teatro oficial, mas aí a gente esquece das farsas, que são os gêneros populares que subvertem essa onda. Então assim, gente, vai ficar buscando moral? A gente vai buscar o que a gente quiser dentro daquilo que a gente quer ver e chega.

Orador A: Exato, exato.

Orador D: Nossa, nossos ânimos hoje estão bem acalorados né? (- Risos)

Orador B: É que a gente fica né emocionado, vou deixar a Luciana falar.

Oradora E: Pois é, gente, eu tava aqui, não, tava, tava até esquecendo de como era a minha voz...

(- Risos)

Oradora E: Mas eu acho que essa, essa discussão entre popular e erudito, ela é uma discussão, às vezes eu acho que muito provocada pelo próprio mercado também né, a gente entende por exemplo qual é o valor de uma inovação, quando algo surge muito inovador e essa inovação é uma quebra com o que havia anteriormente. Essa coisa é rapidamente consumida né, então eu acho que o mercado tem as suas estratégias de

promover certos discursos né, certas produções e de deixar certas produções na berlinda que ele retomará pouco tempo depois né?

Orador C: Isso.

Oradora E: Tipo, ah, acabou tal estilo, acabou, foi superado, e aí vem um novo estilo, e aí esse estilo que acabou, foi superado, ele vai ser retomado. A moda ela mostra muito isso pra gente...

Orador C: É verdade...

Oradora E: A música né... Então as coisas elas tão sempre sendo enterradas e ressuscitadas, enterradas e ressuscitadas por uma demanda que o próprio mercado cria.

Orador A: O tempo todo né?

Orador C: Total.

Orador D: É um looping né? É um looping mesmo.

Orador E: É, é.

Orador C: E inclusive como conceito da vanguarda nas artes que perdeu total sentido porque se a gente for pensar que a cada inovação estética em período seria uma vanguarda, todos os momentos, a gente viveu isso, então pra gente é um termo já obsoleto, enquanto que cê encontra em outras áreas isso muito evidente. Na gastronomia por exemplo, a gente ouve muito falar "fulano faz uma gastronomia de vanguarda".

Orador D: Sim, sim.

Oradora E: Sim.

Orador C: Então é, é isso, gente, as coisas mudam e voltam, e o ciclo é esse.

Oradora E: Tipo a nova voz da MPB, aí você vai escutar aí você fala assim, "gente, mas..." né, ok, legal essa voz aí, mas ela não é melhor ou pior, é só mais uma voz né?

Orador C: Exato, é mais uma.

Oradora E: A palavra "novo" ela confere sempre... Então eu acho que essas dicotomias que são usadas né, é, é... Na produção artística, eu acho que elas, elas realmente funcionam pra, pra... Pra que o mercado continue circulando, continue aceso, intenso, as pessoas continuem consumindo. Eu me lembro que, da coisa do vinil assim. Ah, o vinil ele ficou, é... Ultrapassado. Veio o CD, depois o CD ficou ultrapassado, aí veio o MP3, aí você tem os aplicativos de celular. Eu adoro os vinis, Josuel também né, acho uma delícia ficar ouvindo. Então assim, eu acho que é mais uma demanda do mercado que lança essas ideias pra que a gente corra atrás e consuma do que uma coisa que seja real na vida prática...

Orador D: Então à toa que voltou a ser vendido.

Oradora E: Né?

Orador C: Voltou a ser vendido, mas hoje em dia os artistas quase não ganham mais dinheiro com essas tiragens, porque as tecnologias são outras. E também é isso né?

Orador D: E entra já num caráter cult, que coisa curiosa né, o que era mais barato de se comprar, hoje é o cult porque o que se tem é o que vai me validar enquanto um artista transgressor do novo tempo que mesmo tendo as mídias, os aplicativos que não são mídias físicas né...

Orador C: Isso, as plataformas que sustentam né.

Orador D: Aí você valida a sua vanguarda novamente lançando de novo um LP.

Orador C: Exato.

Oradora E: Sim.

Orador D: Que curioso.

Oradora E: E, e também tem uma coisa que eu acho interessante falar, é que a arte né, ela é capital cultural, então ela serve tanto pra dividir o Rio né entre pessoas X, pessoas Y e algumas pessoas acabam consumindo por uma questão de status né, às vezes eu nem quero consumir um produto cult, mas quando tem, quando tem a etiqueta de cult eu vou lá e consumo, gasto meu dinheiro, meu tempo com aquilo porque tá todo mundo consumindo e é legal fazer parte dessa obra.

Orador C: E o visual é bem bonitinho né?

Oradora E: É...

Orador D: Vem cá, Luciana, mas os artistas, parando pra pensar agora, meio que tá me dando uma eureka aqui na cabeça...

(- Risos)

Orador D: Os artistas que a gente gosta e até cultua, eles também fizeram isso, só que não nos avisaram né. Se você pensa por exemplo em Gal Costa, que tinha um ritmo nos anos setenta, veio a lambada ela foi dançar, ela cantar lambada, veio o forró, ela cantou forró, veio o jazz, veio os anos oitenta, ela ficou...

Orador C: Isso, veio os anos oitenta ela colocou o Brasil e os peitão pra fora...

Orador D: Exatamente. Então acaba que essa marca que se tem hoje de Gal Costa é uma mistura de todas as estações pelas quais ela passou e que agora ela canta tudo dentro de um formato da MPB, mas que passou por toda a crista da onda, passou.

Orador C: Passou...

Orador D: Isso não invalida, não é, a questão da marca dela enquanto artista.

Orador C: Jamais.

Orador D: Ela seguiu, talvez, essa tua lógica de mercado que você vai falando, do que vai, do que volta... Agora, cabe ao artista decidir, e aí é importante que isso seja um critério de decisão do artista, se ele vai querer ir na crista da onda ou se ele vai querer ainda em tempos em que o produto dele não seja procurado, manter uma característica do seu trabalho. Eugênio Barba faz isso.

Orador C: Total.

Orador A: Faz a pesquisa dele independente de ser, de se ter muito público, fica onze anos pra elaborar às vezes um esquete ou uma peça, e pra ele faz parte do trabalho dele. A gente em Brasília, talvez não tenha essa predisposição e aqui em Brasília você tem por exemplo, o Teatro do Instante, que é conhecido por fazer um teatro de pesquisa. Você tem o Celeiro das Antas que já faz um trabalho de pesquisa, de corporalidade e de questões do humor, questão do risível...

Orador C: Isso, dentro da fisicalidade...

Orador D: Da fisicalidade, então você já vê pequenas características que independente de tocar lambada ou forró ou jazz, são características destes grupos que também dialogam com, com... Com suas pesquisas. Então nesse ponto de vista, eu consigo entender um, um, exemplo de teatro de pesquisa e um grupo de teatro que tá fazendo espetáculo de acordo com a crista da onda, as duas possibilidades são super aceitáveis.

Orador C: Tudo a ver. Nós temos, inclusive, exemplo aqui com o Esquadrão da Vida.

Orador A: Isso.

Orador C: Por exemplo.

Orador A: Exatamente.

Orador C: Né? E, cara, eu vou te dizer que ainda mais nesse momento que a gente tá vivendo, eu não tenho problema nenhum de voltar a fazer teatro institucional, eu não tenho problema nenhum de voltar a fazer teatro institucional, teatro como uma demanda para transmissão de um interesse outro dentro de um órgão público, de uma empresa, até porque em termos de metodologia, a gente acaba chegando nesse público muito mais eficiente do que um... Uma palestra ou uma cartilha né, eu tinha até vontade de fazer uma onda institucional, eu e a Ana Flávia, que se chamava "O dia que o palestrante viu a plateia".

(- Risos)

Orador C: Porque a galera tá dormindo, porra.

Oradora E: Ahã, é.

Orador C: Então nesse sentido o teatro é muito mais eficaz. Eu, na verdade, eu me sinto até condutor dentro desse nicho, muito feliz em conseguir atingir o objetivo, e no caso a gente que trabalha com comédia, abordando, conseguindo abordar as temáticas que nos são sugeridas, dentro da nossa estética de pesquisa e tudo mais. Então, é... Eu acho que nada disso denigre... Agora, também, foda-se quem pensa que sim.

Oradora E: Voltando um pouco nessa coisa que a gente começou a falar do artista tá na berlinda né, eu acho que a gente tá na berlinda porque, não, não por nós, mas eu acho que faz parte de uma cortina de fumaça mesmo né? Assim, sempre tem que ter um culpado. Nós, artistas entramos nessa, nessa... Nessa lista dos culpados né, nós sabemos que nós não somos, nós e outras pessoas né, os intelectuais, as pessoas que produzem cultura... Enfim, a gente tá nessa berlinda aí, mas eu acho que em algum momento, isso é uma fala que é a da Fernanda Torres e eu super concordei, numa entrevista que ela dá pro Lázaro Ramos no programa Espelho, ela diz "em algum momento, nós, artistas, vamos ser chamados novamente pro centro do debate, porque a gente de alguma maneira com o nosso humor, com a nossa irreverência, com a nossa loucura, a gente consegue captar o que tá rolando no nosso tempo". Então, nós... Ai, meu Deus! É que saiu o fio aqui, eu tava falando super bem, desculpa.

Orador C: Não, mas continua falando bem.

Oradora E: Tá.

Orador C: Só não precisa desesperar.

Oradora E: Não, é porque eu achei que eu tinha cortado. A gente precisa de alguma maneira, devolver isso pro público. Eu lembro do fenômeno Black Mirror, há pouco tempo atrás né, que todo mundo falou assim "não, gente, a minha vida é um Black Mirror", que ninguém tava conseguindo muito bem entender as redes sociais, a rapidez das notícias, a loucura das pessoas, de repente veio o Black Mirror e resumiu, falou "não, gente, é isso aqui". E aí todo mundo conseguiu entender, porque a pessoa tinha, ela tinha um, um, uma, um produto artístico para dialogar com né, ela, ela conseguia virar um pouco a página e, e, e ter elementos pra refletir, porque o que eu acho que tá rolando, é que as pessoas não tem elemento pra refletir, as pessoas tão no olho do furacão ali, gritando, gritando e gritando, mas em algum momento o furacão vai acabar né, vai ir pra

outro lugar e as pessoas vão precisar desses elementos estéticos e muitos vão ser fornecidos por nós.

Orador C: Ô, Black Mirror é imenso, fala muito sobre like e dislike. Total.

Orador A: É...

Oradora E: Ahã.

Orador C: Total.

Orador A: Uma, a questão que eu ia colocar é que assim, esse, esse... Tudo que a gente tá discutindo é esse um ponto né, que eu tava me referindo lá no início.

Orador D: Sim.

Orador C: Um pequeno aposto.

Orador A: É, essas, essa dicotomia ela vai ser perversa se a gente começar a ficar entendendo que isso, que a Luciana colocou né, que o artista de fato tá sendo chamado para ser o vilão desse momento ou o causador, muitas vezes, esse rombo financeiro que o Brasil vai passar ou que ah, a gente tá mamando... Essas coisas todas que tão, que, que a gente vê... Na verdade, elas representam uma... Uma burrice né governamental, que na verdade não é só porque o governo Bolsonaro é composto por malucos ou gente muito burra, não é só por isso, mas na verdade os governantes, como um todo, ao longo do tempo sempre tiveram né, ao longo da história da humanidade...

Orador C: Total...

Orador A: Sempre tiveram o artista num, num... Numa mira diferente do que ele teve, sei lá, algumas outras áreas né, tipo, o artista sempre foi meio tratado como que, a gente vai falar sobre esse assunto depois. (- Risos). Sabe porquê... Porque ela é uma, é uma questão que ela foi muito utilizada por muito tempo, tipo, o... O Hitler soube usar, cara, agora não lembro o nome dela, mas é uma das mais importantes cinematógrafas...

Oradora E: Leni Riefenstahl.

Orador A: Isso. Ele soube usar, cara, o talento e a genialidade dessa mulher como ninguém conseguiu fazer, sabe? E ao ponto que ele poderia ter utilizado né, ou o partido nazista poderia ter utilizado do produto artístico de uma forma meramente simplória, mas eles entenderam a genialidade que se teria como fazer uma boa propaganda na perspectiva técnica, artística, ou seja, entendendo o produto artístico numa percepção muito acadêmica, de falar "caraca, isso aqui não é só bom, porque é legal", não, porque essa mulher teve uma percepção genial de como, onde colocar a câmera efetivamente pra mostrar uma coisa que ninguém nunca tinha visto, e aí resume muito do que se tava pensando. Como colocaram por exemplo o exemplo do Black Mirror né, tipo, quando o produto artístico do Black Mirror saiu, foi uma coisa assim tipo todo mundo "caracas, é isso, é genial!", porque é um resumo do que tava rolando de uma forma MUITO bem-feita. E esses tipos de coisas colocam também o artista nesse, nessa dicotomia entre ser os vagabundos e as pessoas que a gente precisa usar pra manipular também os outros né.

Orador C: Total.

Orador A: Então... Usando isso como ponto de partida, o meu segundo ponto que eu queria levantar, que a gente também não vai ficar, é... Moralizando demais, é... É a ideia de que, se você tem um produto artístico e ele tá comercializado, a gente parte do pressuposto que você fez isso porque você quis e isso é bom. A gente tá partindo do pressuposto que é bom que você faça, então pra gente também não ficar perdendo tempo,

levantando a bandeira de que por exemplo, fazer um teatro que seja institucional, seja ruim, e a gente não precisar ficar explicando pro público ou explicando pra você, ouvinte, que pagar as contas é importante e tal, aquele assunto que a gente já tá cansado, porque na real, qualquer artista que tá vivendo de arte há muito tempo, quando ele tem oportunidade de arrumar um trabalho artístico que ele possa sobreviver, esse produto será artístico também, essa produto será a mesma intenção que ele terá se ele for fazer um teatro de pesquisa de cinco anos. Vou tentar resumir a minha fala pro público...

Orador C: Total. Faz parte do exercício, falou tudo, amigo.

Orador A: Isso.

Orador C: É uma construção diária o fazer artístico.

Orador A: Exato, porque muitas vezes, o público...

Orador C: Então todo o processo vai ser considerado, cara...

Orador A: Claro.

Orador C: Porque, né, a gente até sabe que dentro das nossas experiências em dado momento a gente se encontrou com o que a gente pode chamar de fenômeno artístico e que... Nos fez cair várias fichas e compreensões, diálogos e por aí vai, mas esse fazer é de uma construção cotidiana, é... Então assim, é como se você tivesse desenvolvendo sua vocação né?

Orador A: É.

Orador C: Então a gente não precisa falar mesmo, é... Da, da importância dessas coisas, mas a gente também não precisa aceitar a desimportância que querem imbuir dentro desses tantos tipos de fazeres...

Orador A: É. Eu lembro de uma anedota que rolou comigo, que eu tive um aluno que ele já tava mais velho, já tava terminando a, a... O... A faculdade né, e ele tava tendo aula de oficina comigo, e aí ele falou que tava morrendo de medo porque ele, ele respeitava muito o professor, ele queria muito ser professor, ele achava professor uma das coisas mais... Uma das, uma das profissões mais nobres do mundo e ele queria muito ser professor.

Orador C: Ô, inocência...

Orador A: Ele falou "cara, eu quero muito ser professor e tou estudando pra isso, só que eu tou morrendo de medo de chegar lá e ser um professor medíocre, sabe? Chegar lá e fazer um trabalho ruim e os alunos não gostarem de mim", ele falou "como que eu faço?", ele tava querendo pedir um conselho pra mim, pra como ele se sentisse, pra que ele se sentisse melhor lá na hora né. E aí eu percebi aquele sistema e falei "cara, o sistema ele é... Implodiu né? Tipo ele tá implodido, porque pensa comigo, se você é nobre o suficiente pra considerar a profissão do professor como muito nobre e você tem a profissão do profes... Da profissão do professor como algo muito importante né, significa que você respeita muito, então muito provavelmente todos os movimentos que você fizer pra chegar a ser o professor que você for fazer, ou seja, quando você for preparar a aula, quando qualquer coisa que você movimentar para chegar a ser professor, ele vai partir do pressuposto que você quer que isso seja bom, né, porque você respeita isso. O que significa que isso é bom por natureza já, porque o mau professor ele não passa por essa, por esse questionamento da primeira fase".

Orador C: Total. Já é.

Orador A: "Tipo, ele não se importa em ser um mau professor, então você já é um bom professor só se preocupando em ser".

Orador C: É! Falou tudo.

Orador A: E aí eu pensei...

Orador C: Olha, amigo, você deve ter aliviado esse garoto...

Orador A: (- Risos)

Orador C: Assim, é, porque às vezes a gente coloca tanta pressão né, dentro... Do nosso fazer e devemos colocar sim, porque eu acho que essa vai ser a garantia de que a gente vai chegar num lugar bacana e foi isso que cê falou pra ele né, porque o picareta tá cagando, velho.

Orador A: É, e isso pode ser transferido também pra questão do produto artístico pra gente poder passar já pro próximo tópico né.

Orador C: Total.

Orador A: A ideia é que você não precise considerar que você vai fazer uma coisa que seja exclusivamente comercial, ou seja, você como artista, tá criando uma coisa que é exclusivamente para ser vendido porque alguém, porque existe uma demanda específica e muito simplória, vamos coloca assim, tipo "ah, eu quero que você venha fazer um institucional sobre a dengue, e é só isso que eu quero que você fale, eu quero que você fale sobre a dengue aqui". E a sua demanda é só essa, não significa que você como artista tenha que se martirizar também, pensar "cara, eu tou fazendo um teatro meramente comercial, sem nenhuma característica artística, nem de descoberta, nem de tocar", porque também é uma falácia e um equívoco que a gente ensina pras crianças e também ensina pros...

Orador C: Sim.

Orador A: Pros estudantes de Artes nas faculdades principalmente, que a arte transforma, que a arte é uma transformação social, e a gente fica romantizando isso às vezes e aí às vezes a gente, tipo, o contra movimento que rola embutido nesse discurso, não que ele não seja verdade, mas uma coisa que acontece como efeito colateral a esse discurso é que a arte às vezes fica muito intocável pra quem produz ela...

Orador C: Pois é... Em verdade, amigo...

Orador A: Você começa a se sentir impostor quando você faz uma coisa que é comercial demais, você fica se sentindo meio "ai, caraca", eu já me senti várias vezes impostor assim...

Orador C: Não, o pensamento aí tá torto né? O pensamento aí tá torto, porque assim, como assim ficar mal porque tá fazendo um teatro sobre a dengue que não tem uma descoberta, eu quero fazer da dengue e fazer sucesso, fazer do Chikungunya, de tudo. Ué! E na verdade, a gente destitui o processo metodológico de eficiência que é essa transmissão de conhecimento né. Então vamos tirar mesmo desse lugar do intocável e vamos nos orgulhar de fazer aquilo que a gente tiver fazendo, ponto.

Orador A: Exato, exato.

Orador C: Até porque a necessidade nos tempos atuais é essa, é a gente versar, não ficar refém desse sistema bruto que tá aí.

Orador D: É, porque essa, essa... Belle Époque, essa sensação do protagonismo, que mistura muito com a vaidade na nossa formação educacional de artista né, ela, ela... Ela

sucumbe um pouco quando você para pra pensar no teatro institucional, quando você para pra pensar numa Galinha Pintadinha que é um ator que tá vestindo aquela roupa de galinha. Mas, grosso modo, pensando em produção cultural, isso tudo faz parte de uma roda que gira, é o que faz a cultura ter os seus valores de mercado, e eu acho que talvez essa síndrome de protagonismo que a gente vai descobrindo que não dá pra segurar essa peteca o tempo todo na carreira artística, é o que faz a questão do sonho do tudo que pode ser será pra uma realidade mais palpável, relacionada com cachês, relacionado com...

Orador C: Eu ouvi a Xuxa agora, velho... Juro...

Orador A: Já reparou que Josuel sempre coloca algum disco da Xuxa nos episódios...

Orador C: Cara, é porque é mensagem subliminar, porque se você rodar esse podcast ao contrário você vai ouvir...

(- Risos)

Orador D: Vai passar o seu projeto na Lei Rouanet! Que nem Rouanet se chama mais. Lei Meneghel.

(- Risos)

Orador C: Ai Xuxa... Só que ela ficou laranja né, gente? Que cor que é aquela dela?

Orador D: E aí... E é isso, eu acho que talvez essa coisa do protagonismo quando você entende que não dá pra segurar a peteca de ser protagonista o tempo todo em todos os seus projetos, em todas as instâncias da produção cultural, faz de você de fato entender que foi uma coisa que a gente já conversou aqui no podcast em outros episódios que nessa linha não tem como desmerecer ou pontuar ou dizer que uma arte é menor que a outra, o Instagram e o Facebook sempre brincam com a gente né? Não fica rindo do Papai Noel no shopping! No próximo vinte e cinco de dezembro pode sim ser você, e um quê de piadinha que a gente traz dentro de nós, faz com que até o nosso olhar de artista para o nosso colega artista que vai ser Papai Noel seja preconceituoso.

Orador C: Migo... Total, total.

Orador A: Já fui muito.

Orador C: Nossa, já fui muito, quando tinha mais peso era mais crível, porque senão né... Imagina tu de Papai Noel.

Orador D: E aí a gente mesmo que é artista, a gente menospreza sim, né, a gente tem esse vício que é um vício natural da sociedade, eu não vou dizer que isso é uma culpa do artista, todos nós sempre fazemos chacota de alguma coisa e quando a gente encontra alguém que uma posição inferior, está inferior à nossa, há essa coisa identitária de fazer piada em cima.

Orador C: Sim... Não, e outra coisa né, eu já falei isso, vou repetir, já falei e vou repetir, que é o seguinte, é... Porra, é muito simples você falar, não tou falando que a pessoa tem culpa de não saber quanto custa um botijão de gás, mas você falar sem saber exatamente disso, porra! Vai refletir, né? A sua condição tá ali, eu não tou falando coisa nenhuma de ser filhinho do papai, então me deixa aqui, ganhar meu dinheiro como eu acho que devo ganhar né? Acho que a gente tem que ter um olhar mais generoso mesmo.

Orador D: É porque o nosso grande vilão na, na escala artística é a síndrome de protagonismo, quando a gente entende que não dá pra segurar a peteca o tempo todo, a gente cai na real e aí se torna mais maduro, sendo artista, sendo produtor né?

Orador A: É, essa, essa... A problemática, na verdade, do que é que vai fazer sucesso e o que é que não vai fazer sucesso, do que você vai conseguir financiar ou não financiar com produto artístico, ela é muito mais complexa do que meramente uma discussão entre o que é comercial e o que é cult, ou o que é erudito e popular, que isso também não quer necessariamente dizer que você consiga descobrir, é... Essa dicotomia e pronto, é só você aplicar, elementos que são comerciais no seu produto cult, que seu produto cult passa a ser vendável né. Então não é bem simples assim, na verdade o público nosso precisa realmente parar pra pensar que existe uma, uma esfera... Não uma esfera, existe um abismo entre o produto depois dele ter sido feito pra de fato ele ser famoso pelo consumo né, porque aí entra um outro departamento que não necessariamente cabe ao produtor muitas vezes né. Então, a gente, aconteceu agora o caso muito emblemático, tá tendo uma discussão grande na internet, principalmente no Twitter, que é sobre o filme dos Vingadores que entrou nas salas de cinemas e tirou todos os outros filmes.

Orador C: Não dá spoiler...

Orador A: Não... (- Risos). Tipo, ele tirou todos os outros filmes. Então assim, as salas de cinema que inclusive tavam ganhando dinheiro com acho que com o De Pernas pro Ar 3, que eu vi essa discussão, tipo ele tava ganhando dinheiro, tava, realmente tava fazendo dinheiro, porque é um filme que tem um apelo comercial muito grande...

Orador C: É o filme mais assistido do cinema brasileiro atualmente.

Orador A: Isso. E aí o que eles fizeram foi tirar pra botar Vingadores. E aí a discussão foi "poxa, mas aí não faz sentido porque você só tira se não tá dando dinheiro, se tá dando dinheiro por que que você tira? Você tá fazendo um detrimento". E aí entra...

Orador C: Mas tem um fenômeno né...

Orador A: Pois é, é isso que eu tou falando...

Orador C: Dos Vingadores, que eu tou tentando ver e não tem ingresso, amigo.

Orador A: Pois é, isso que eu tou falando, na verdade, esse lance de ser comercial e é... Ser erudito, ser acadêmico ou não, ele vai só até o momento em que a gente produz, pra gente discutir fama e sucesso, se tá dando muito público ou não público, se o público gosta ou não, eu acho que não é papel do TDM né, falar sobre, discutir sobre isso necessariamente, porque nós somos os produtores. Eu acho que o público é o público né, quando você monta você pensa numa determinada demanda que você sentiu que a sociedade tem, você percebe a sua, a crise por exemplo, você percebe a sua esfera social, então você cria um produto artístico pra isso e você tenta vender esse produto e apresentar. Se o público vai consumir esse produto, ele vai virar famoso, cara, essa é a pergunta de um bilhão de dólares, assim, tipo como a gente consegue fazer uma coisa realmente ficar muito conhecida, é uma outra esfera, porque não dá pra você pegar uma coisa que é conhecida e necessariamente fazer um breakdown dela e aí aplicar as mesmas regras à nossa, mas ao mesmo tempo também dá, né, também dá pra gente fazer essa identificação mercadológica e essa identificação, é... Social das nossas bases quando a gente vai criar o produto, entende?

Orador D: Um exemplo que a gente tem disso é o comercial do Banco do Brasil que foi prioritariamente gravado aqui em Brasília, uma campanha publicitária com um viés mais LGBT, de minorias... Com protagonistas negros e tudo mais, foi um comercial gravado com uma agência aqui de Brasília coligada com outros estados do país. O comercial foi

censurado pelo governo Bolsonaro, a... Foi feita a exoneração do, do cara que deu o aval pra campanha publicitária no Banco do Brasil, e essa campanha proibida, eu ouvi um comentário da produtora Anelise, aqui de Brasília, Anelise Pinto, acho que ela foi uma das pessoas que elaboraram o cast, eu não sei, mas ela trabalha com isso aqui, eu ouvi por ela, que, que... Que é uma pena, é uma lástima, enquanto questão de representatividade. O comercial foi tirado do ar, mas a peça, a boneca já tava disponibilizada no YouTube e começou a ser massivamente compartilhada.

Orador C: Pois é.

Orador D: Calma. Tá sendo compartilhado nas nossas redes sociais por pessoas que nós temos nas nossas redes sociais e a gente não pode se esquecer que uma sanção do governo, querendo ou não, representa a maioria da população neste momento. O que a gente não pode se enganar é só o fato de tá sendo viralizado e eu me sinto representado quando eu vejo essa viralização, é uma viralização dos meus dois mil, dois mil amigos de Facebook, é pouco. É pouco.

Orador C: Uhum.

Orador D: O público-alvo pra o qual a campanha foi feita, se a gente for pensar em Brasil como um todo, rejeitaria a campanha sim, isso que é triste, e o que a gente vê enquanto compartilhamento massivo é só da nossa rede de amigos e a nossa rede de amigos não é tão gigantesca assim.

Orador C: Exato.

Orador D: Entendem?

Orador C: Por isso dizia aquele ditado... O ditado né, "dize-me com quem andas e eu te direi se eu vou junto".

(- Risos)

Orador C: Vamos seguindo.

Orador A: É, é porque na verdade existe essa discussão entre...

Orador C: Não, é isso, não tem como prever.

Orador A: Entre... Muitas vezes eu acho que nós, como produtores, e aqui na verdade não só como produtores, porque agora eu tou tentando colocar a gente não como os criadores de arte, mas as pessoas que estão discutindo arte né, tipo nós somos os, as pessoas tão fazendo review no YouTube e no, no, no podcast sobre os produtos artísticos né, conversando sobre o intermediador, como professores ou como pesquisadores, sei lá né, nós, nesse momento, nós não somos os produtores aqui.

Orador C: Sim.

Orador A: Mas existe realmente esse viés dessa diferenciação de um filme ou de uma campanha que ele é feita pra um determinado tipo de público e nós quando vamos analisar ele também, a gente muitas vezes cai nesse, nesse lugar dessa dicotomia, a gente entende o produto artístico como se ele fosse aplicado pra algum tipo de... De público, que é diferente né, porque na verdade quem elabora o produto é que estabelece o target né.

Orador C: Sim.

Orador A: Quem elabora é que disse pra quem é o público, não é quem vai fazer a análise sobre ele ou o público propriamente, o público não tem que ficar dizendo ou decidindo se aquilo, se aquele produto é ou não é pra um determinado público. O público só consome né, pra ele ou não, se ele vê e fala "eu não quero ouvir falar disso, então não

vou", tipo, eu não vou assistir a novela Os Dez Mandamentos, por exemplo, eu já assisti dois, sei lá, dez minutos, no total e achei horrível e não vou assistir, não quero, não gosto, não é pra mim, mas eu também...

Orador C: Migo, foi que nem...

Orador A: Mas não sou eu que tenho que ficar dizendo que isso...

Orador C: Foi que nem sua aula de eucaristia né?

(- Risos)

Orador C: Tu também não ficou dez minutos, não foi, amigo?

Orador A: Exato. Porque assim, não é pra mim isso, falar ok, não gosto. Agora, não sou eu que tenho que ficar dizendo que isso não é pra ninguém, entende? Porque não é pra mim como público. Se eu vou fazer o review disso, eu também não posso me dar o trabalho ou me dar o luxo de decidir se isso é ou não bom pra ninguém. Assim, a gente faz isso, eu vivo fazendo, a gente fez, a gente tem dois programas falando sobre o três por cento né, analisando o três por cento de uma forma até muito cruel né, criticando e a gente falando. Só que eu tou levantando essa questão, na verdade, é colocando a gente na reta né, pensando, talvez a gente esteja mais acostumado a, a... Bater nos produtos artísticos por um cacô de social de que produto artístico pode ser batido desse jeito e de alguma forma, a gente agora entrou numa crise mercadológica de produção principalmente em termos de audiovisual no Brasil né, e teatro, porque o teatro já vem numa crise há mais tempo do que o audiovisual né. Mas, a gente entrou numa crise agora que a gente tá tentando se agarrar a qualquer coisa e aí agora você tem pessoas que são formadas nos últimos dez anos, que aprendeu massivamente que o... A Galinha Pintadinha e o Patati Patatá é comercialmente errado, mas ao mesmo tempo tá precisando vender isso, sabe? E a gente agora tá nessa crise existencial. Eu não posso mais achar o Patati Patatá grotesco, porque talvez seja eles a única forma de conseguir ganhar dinheiro falando de palhaço em algum momento.

Orador C: Ai meu Deus do céu, Gustavo! Ai, ai, ai...

Oradora E: Olha... Eu queria voltar...

Orador A: Não é? É uma reflexão que eu quero levantar, sabe? Eu não sei.

Oradora E: É, eu queria voltar um pouco assim, né...

Orador A: Manda bala.

Oradora E: Sobre a questão do governo Bolsonaro, porque a, a... E o que tá acontecendo com a cultura, é porque assim, se a gente tivesse algum tipo de parâmetro pra poder avaliar esse governo seria interessante, mas a gente não tem.

Orador A: Sim.

Oradora E: A gente tá lidando com um profundo caos, né, então eu não tenho parâmetros pra avaliar. Eu penso que a pessoa que é diretor de marketing do Banco do Brasil, ele deve ter pensado o seguinte "bom, os jovens não abrem mais conta em banco físico, os jovens abrem banco, conta naquele banco virtual que são aqueles bancos virtuais que tem taxas menores, eles podem fazer transferência, é muito rápido, você não tem um limite de valor, como os bancos tradicionais tem. Então ele pensou "ok", acho que ele pensou "ok, eu vou conquistar o público jovem com uma linguagem parecida com a dele", creio que não seja só um comercial voltado ao público LGBT, mas ao público jovem que tem também LGBTs né. E aí uma pessoa simplesmente veta, é, o, o... O comercial sem

entender toda a pesquisa que foi feita anteriormente e, e toda a estratégia comercial que tava ali, como, como o veto da ANCINE essa semana também que assim, acabou, a ANCINE, o filme, é a... Acho que a Lei Rouanet né, a Lei Rouanet agora só pode patrocinar até um milhão de reais e não mais sessenta milhões, ou seja, não tem mais cinema nacional, não foi feita nenhuma pesquisa de mercado pra saber qual seria o impacto disso. Então, quer dizer, não existe nenhum tipo de parâmetro né, e eu acho que os valores eles estão tão invertidos e aí que eu acho que, e saindo muito do assunto agora, mas os valores tão muito invertidos, porque a pessoa não é homofóbica, a pessoa é a favor da família. Então quer dizer, tudo foi invertido, o espelho ele foi virado ao contrário, né. A pessoa não é mais um cara racista, né. A pessoa não é mais uma pessoa é... Femi... Não é mais, é... Antifeminismo, a pessoa é uma pessoa a favor da, da vida. E fica essas balelas que eu acho que não se sustentam por mais um ano. É... Não sustenta, não sustenta porque não dá.

Orador C: É, porque o discurso de bandeira em algum momento, ele fica burro, e aí ele começa a pronunciar contra aquilo mesmo que ele tá falando né.

Orador D: E o problema são só as sanções, as sanções sim são um problema, porque depois de sancionada é um outro rolê até querer mexer de novo e aí fica no estado do limbo.

Orador C: Essas conquistas, é muito duro, né?

Orador D: É...

Oradora E: Sim.

Orador C: Né? E assim, é, mas o caos tá aí, e a gente realmente não tem parâmetro e a gente só vai ter esses indicadores pelo menos quando tiver na metade né desse governo.

Oradora E: É, eu, eu... É, eu na minha vida artística assim atualmente, eu tenho tentado viver um dia de cada vez, entendendo o que é o dia, porque amanhã pode surgir uma coisa louca, alguém pode... Que nem na época da peste, do Shakespeare, tem a peste, vamos fechar os teatros, e os teatros eram fechados. Então assim, a gente não sabe o que vai acontecer. O que eu tenho procurado na minha vida como artista agora, é estabelecer um diálogo muito franco com o público que eu atendo né. Eu tenho um espaço cultural em Águas Claras e o público sabe que nós ali não votamos no Bolsonaro. Que nós ali não vamos fazer o discurso racista, nós ali... Então, então as pessoas chegam ali e elas sabem. Esses dias nós recebemos um aluno, é... Pra uma aula experimental e ele disse que o índio nada produz, então, o índio é um inútil, e essa pessoa foi rebatida por toda a turma e pelo professor...

Orador C: Mas ele já foi à Índia?

Oradora E: E não voltou... (- Risos)

Orador C: Não, porque né... Então, vamo falar do indígena né, já saiu o equívoco.

Oradora E: Mas as pessoas acham hoje que elas podem falar de tudo né? Elas podem, elas, elas não tomam a expressão lugar de fala como uma coisa séria e vão falando de qualquer coisa, mas enfim, no meu espaço, eu tento estabelecer esse diálogo com o público, inclusive justificando o preço, o preço é tal, nós precisamos cobrar esse preço. E tentando ali no pequeno, numa relação com a comunidade, porque eu não sou o Banco do Brasil, não, né, não tenho esse, não tenho uma rede social forte, tentando ali sobreviver no dia a dia, no pequeno né. E eu acho que é nesse pequeno né, o retomar desse contato

íntimo com as pessoas que a gente, eu acho que vai conseguir alguma coisa, sabe? Tipo "vai lá assistir o meu espetáculo"...

Orador C: Sim, começamos dessa transformação local mesmo.

Oradora E: É.

Orador C: Né? Do micro pro macro... E realmente.

Orador A: É, e isso, isso foi tão importante, esse lance que a Lu falou de tipo a gente escutar o que o público precisa, a gente vê isso, é muito triste quando você vê o governante ou o representante ou o administrador ou muitas vezes a pessoa que é o intermédio do público com o produto né... É...

Oradora E: Sim.

Orador A: Ser, ser a pessoa burra né? É muito triste, eu fico muito triste. Tipo assim, burrice é uma coisa que me dá duas, duas reações.

Orador C: Ai, é por isso mesmo...

Orador A: Me dá duas reações a burrice. A burrice ela me dá raiva e a burrice me dá tristeza, mas ela dá tristeza pra mim, eu fico triste por tá vivo perto de pessoa muito burra. (- Risos)

Oradora E: Eu acho que... Eu acho que a questão...

Orador C: Isso me lembra o Caetano "cê é burro, cara!".

Oradora E: Mas eu acho que a questão não é a burrice só. Eu acho que, assim, eu fico muito preocupada, fazendo uma leitura estética do tempo mesmo, eu acho que existe uma pessoa ou um grupo de pessoas que produziu um, pegou toda aquela raiva que tava né, louca, aquela raiva que tava dissipada e essa pessoa canalizou essa raiva, e raiva canalizada ela é destrutiva e é isso que tá acontecendo né. A gente vai destruindo, é um caminhão, é um rolo compressor que vai destruindo todas as coisas e eu preciso entender, preciso tá vivo pra entender o qual vai ser o resto né que a gente vai precisar juntar pra reconstruir de novo, porque eu acho que a gente vai reconstruir.

Orador C: Ai, gente, eu não sei não, porque se também for nesse caos todo apocalíptico, eu vou correr pra luz, que eu não vou ficar aqui resistindo, porque quem resiste se fode grandão, a gente já viu em todos os seriados.

Orador A: Mas eu tou me referindo a assim, por exemplo, agora eles mudaram né, eles acabaram com a Lei Rouanet, ou as leis de audiovisual vão mudar e eles agora tão chamando de uma nova lei do audiovisual né, tipo é a Lei de Incentivo à Cultura agora tem uma nova roupagem. E o vídeo promocional deles tem uma questão que é, primeiro, é o primeiro vídeo que eu vejo quase oficial desse governo que tá bem feito, é a primeira vez que eu vejo um vídeo bem feito, porque a maioria são aquele white balance zuado naquele live de Facebook com a webcam, tipo...

Orador D: Parece a Al-Qaeda.

Orador A: É uma merda.

Oradora E: Tipo aquele Power Point...

Orador A: É, é uma merda, é uma merda.

Orador C: Gente, parece coisa de milícia mesmo, uma coisa horrorosa.

Orador A: É, exato, exato. Ridículo.

Oradora E: É, parece que foi feito escondido ali pra ninguém né ver que tava fazendo.

Orador A: É, então pra quem dirigiu, editou, iluminou esse vídeo, parabéns, é a primeira vez que eu acho que cês acertaram de verdade. E a outra questão é que o discurso colocado né pelo secretário, pelo ministro da cidadania eu acho né, que agora é ministério que cuida disso, é... É que assim, agora a gente também vai exigir uma coisa que não se exigia né, esse é o discurso do vídeo, que agora a gente também vai colocar uma, uma questão de formação, tipo de contrapartida educacional que os grupos que recibam, que recebam a, os incentivos, eles vão ter que colocar agora também projetos de educação né, de contrapartidas educacionais pra sociedade, e isso é...

Orador C: Dentro de quais paradigmas né, porque é um retrocesso de novo...

Orador A: Exato! Isso é um retrocesso MUITO escroto, cara!

Orador C: Porque já é contrapartida social fazer arte no nosso país...

Orador D: É, já pulamos essa fase.

Orador A: Porque assim, a gente já fez isso.

Orador C: A gente já tinha pulado esse córrego.

Orador A: É, a gente já discutiu isso, se você tivesse conversado com qualquer conselho, com qualquer secretaria de cultura desse país, já teria sido, olha, vários... Vários, vários e vários editais vinham desde a década de noventa com esse... Com esse parâmetro, e aos poucos eles foram saindo, porque eles foram percebendo que é dúbio, primeiro, produto artístico já tem essa esfera de contrapartida educacional social e mais, não é função do artista educar, isso é função da escola, do professor, muitos artistas não têm capacidade pra ficar educando, cê não pode achar que educação é uma parada que qualquer pessoa que sem um conhecimento pode fazer. Educação é uma coisa séria, tem que ser dado por profissionais que se prepararam para ser educadores, pra ser... Entendeu? Você não pode tratar educação como se ela fosse meramente uma, uma ferramenta de contrapartida, não. Isso foi discutido várias vezes, eu fui a vários conselhos, não só no FAC, mas na Secretaria de Cultura de Pelotas, tipo, vários lugares que eu fui, isso vem aos poucos sendo colocado e as pessoas foram, "olha, vamos tirar essas contrapartidas, isso onera muito o projeto, faz o projeto ficar grande e faz os artistas entrar numa função que não é boa, fica ruim, deixa lá". E aí agora a gente faz esse retrocesso.

Orador C: É, não é boa pra alguns né, amigo? Agora, eu como na ponta da lança, vou começar a fazer o quê? A promover, mesmo porque eu escrevo outra coisa. Exatamente o que eu penso também. Então, também pode ser muito perigoso pra eles.

Orador A: Sim, sem dúvida.

Oradora E: Eu acho que é muito perigoso para eles, porque eles tão lidando com uma questão que é a inteligência, eles estão ligando com pessoas que tem estratégia de domínio de público.

Orador C: Total.

Orador D: Total.

Orador C: Contágio.

Oradora E: Com pessoas que conhecem o discurso, sabem ler de lá e sabem produzir pra cá. Então assim, não vai ser uma batalha muito simples de ser jogada, não vai ser uma batalha que a gente decide assinando um papel com uma caneta Bic. Não vai ser assim.

Orador C: E outra, galera, o governo nunca foi nosso amigo, mesmo que a gente coadunasse com o pensamento de quem tava ali.

Oradora E: Uhum.

Orador C: Nunca foi, porque a condição do artista no Brasil é histórica e a gente tava numa busca de reversão de um processo de dívida mesmo, histórica.

Orador D: O que me preocupa, sinceramente é, tudo bem, se teve uma sanção que disse que diminuiu de sessenta milhões pra um milhão...

Orador C: Isso.

Orador D: Todas as tabelas elas precisam ser mudadas, por uma questão ética.

Orador C: Sim.

Orador D: E aí eu vou pensar em esferas menores, vamos pensar em FAC, foi até um exemplo que Luciana deu numa conversa que a gente teve na reunião de pauta, que é a seguinte, se eu tenho pela tabela FGV que é a tabela da Fundação Getúlio Vargas, um valor pra cachê de ator de trezentos reais a semana e eu como ator em, sei lá, dezessete anos de carreira, nunca recebi isso por semana, a gente tem que mudar toda a esfera de referencial pra validar o nosso projeto.

Orador C: Total.

Orador D: É possível, hoje em Brasília a gente faz muito FACs de sessenta mil reais, dá pra fazer com trinta mil? Dá, mas aí o técnico que trabalha com iluminação ele vai ter que ter o valor dele de mil e quinhentos a diária ou a semana pra quatrocentos. A gente vai ter que renegociar isso...

Orador C: Assim como a pauta...

Orador D: A pauta de um teatro, não tem condição um teatro em Brasília custar mil reais, uma, porque de Borderô eu consigo lotando a sala novecentos reais.

Orador C: Pois é.

Orador D: Então, é, vai mudar toda a economia. A gente sabe que momentos de crise, a melhor coisa a se fazer é investir, isso as grandes metrópoles já fizeram isso, Japão já fez isso, China já fez isso. Claro, se a gente tem em Brasília uma perda de incentivos fiscais do governo, a gente tem que baixar também a bola de uma série de coisas pra quem a gente tem que pagar tributo. Dá pra fazer o projeto? Dá, mas não dá pra gente manter uma mesma tabela como uma tabela de referência, uma que ela nunca foi, ela sempre foi exorbitante, e outra que isso muda tudo, isso muda tudo, isso muda não só no, no viés cultural, o setor de hotelaria teria que mudar porque você vai contratar um artista e não tem condição de pagar uma diária de quatrocentos e sessenta reais pra um quarto simples. Então tudo isso vai mudar. Se isso tudo mudar e se for um consenso social, ótimo, a estratégia do governo tá certa. Mas ele tá colocando uma culpa na cultura pra resolver todo um déficit do Brasil, todo um, um, um buraco de lama que não vai ser fazendo uma peça mais barata que se vai resolver.

Orador A: É, por isso que eu falo que é burrice, porque eu acho que burrice, eu entendo até o que a Luciana falou, tipo às vezes é uma estratégia, mas eu às vezes acho que é burrice porque a premissa de você baixar o incentivo financeiro pra artistas, é levar em consideração que todas as pessoas da sociedade irão baixar o preço de tudo.

Orador D: Isso.

Orador A: É tipo, essa é a burrice, você leva em consideração "tudo vai ficar mais barato a partir de amanhã"...

Orador C: Ahã, ahã. Vai ali no mercado...

Orador D: Exatamente. Por isso que o artista encara isso como algo deveras é, é... Punitivo.

Orador C: Claro que é.

Orador D: Não é algo punitivo, que você não muda uma questão...

Orador C: Não, é... É eternamente...

Orador D: E você fala "vamo profissionalizar, vamo dá oportunidade pro artista profissionalizar". Minha gente, como é que você quer profissionalizar chamando grupos de fora ou incentivando grupos locais se a tarifa do aeroporto é mais cara, se o cara que tem um cenário não consegue trazer porque não passa na alfândega... É toda uma questão social que tem que ser resolvida para dizer que a culpa é do artista, sabe? E o público que assiste, eu sempre insisto nesses exemplos porque eu acho que eles super funcionam, o pai de família que leva seu filho pra assistir uma peça da Neia Inando que é uma companheira que a gente respeita aqui em Brasília e que cobra razoavelmente bem pras pessoas assistirem, esse cara que vai lá ele acha de boa pagar quarenta reais pra ver o Aladdin, e que seja lindo ver o Aladdin com quarenta reais, eu acho maravilhoso mesmo. Agora, você não tem como modificar uma visão geral para o público também não ficar acreditando que a gente é vagabundo, porque ele consome o Asa de Águia, ele consome sim o Patati Patatá, ele é um programa incrível pra família levar as crianças pra assistirem o Patati Patatá e não reclama. Só que as questões do governo não atingem o Patati Patatá, porque o Patati Patatá tem muito incentivo de apoio logístico. E nós, artistas de Taguatinga, Ceilândia, Águas Claras, não temos, meu colega. A gente não tem uma Gol que patrocine a minha gasolina de samambaia para o plano piloto. A gente não tem, por exemplo, uma grande loja como as Lojas Americanas que patrocinam toda a vestimenta dos animais do cenário, eu não tenho isso. E como eu não tenho isso por Brasília ser pequena...

Orador C: Eu achei que os animais eram o Patati Patatá...

(- Risos)

Orador D: Os bonequinhos lá que eu não sei os nomes. Mas como a gente não tem isso, não dá. Uma coisa que seria é, ah, então massa, a gente vai botar uma lei de incentivo, ótimo, o governo vai botar sempre ônibus de sete da noite às nove da noite porque é o horário que mais tem espetáculo em Brasília, não tem, então eu já não tenho como chamar público, eu não tenho como pagar o meu técnico, eu não tenho como me pagar, e eu ainda tenho que fazer uma contrapartida chamando sessenta crianças de uma cidade de Brasília pra assistirem minha peça de graça. Ah, para né?

Orador A: E isso cai naquela...

Orador C: É punitivo...

Orador A: Isso cai naquela problemática que eu tava falando lá como segundo ponto que é o seguinte, é... Existe um discurso meio neoliberal que daria pra rebater isso que o Josuel tá colocando né, que tipo, ah, mas se você não consegue que a Gol te patrocine, é porque talvez você não tenha apelo, as pessoas, tipo, a Gol não vai patrocinar porque ela não tem, tipo, a primeira, ela não tem que te patrocinar e ela não vai querer te patrocinar porque ela não recebe nada em troca te patrocinando, mas ela recebe alguma coisa patrocinando o outro. E aí simplificar o discurso assim é uma idiotice, porque como eu falei, é mais complexo do que isso. Uma coisa é você ter o produto pronto, ele ser colocado pro público

e outra coisa é a dimensão que o público faz deste negócio. Entende? É uma outra história, é simplifi... É achar que existe uma simplificação de um problema cronológico gigantesco meramente dando mais ou menos dinheiro. No caso, tirando dinheiro, falar "não, tamo dando muito dinheiro, e vamo tentar favorecer as pequenas produções, porque esse é o discurso. A gente tava dando, sei lá, dezesseis milhões e só os grandes tavam pegando, agora a gente vai dar menos mas também vai garantir que só os pequenos peguem, só que isso é burrice porque se você tem condição de dar mais, tirar pra tentar aumentar a demanda é matematicamente uma imbecilidade. Tipo, é matematicamente uma imbecilidade, você é imbecil na matemática. Se você dava dezesseis para poucos, não vai ser dando um para muitos, é uma imbecilidade total, é tipo burrice do cacete.

Orador D: É você dar a mega sena pra todo mundo né.

Orador C: Para, não vai valer nada né, gente? Não vai pagar o papel higiênico.

Orador D: Uma coisa que eu reflito, a gente tem também muito o discurso e talvez seja até que nos sustente ideologicamente, que é o discurso dos coletivos, de se juntar, eu seguro a sua mão na minha, aquela coisa toda né. Ano passado teve uma matéria da jornalista Isabela de Andrade quando ela tava no Correio Braziliense falando da união de três grupos de Brasília que perceberam que os alugueis estavam caros pra manter um espaço fixo né, a Luciana tem o espaço deles lá, o Teatro dos Ventos em Águas Claras, a gente sabe quanto que é caro você abastecer.

Oradora E: Muito.

Orador D: Aí nessa matéria da Isabela de Andrade, foram os grupos Novos Candangos, Grupo Liquidificador e o grupo acho que era Coletivo... Grupo Janela, não lembro...

Oradora E: O Coletivo chama Coletivo Janela né.

Orador D: O Coletivo chamava Coletivo Janela que é a união desses três grupos, eu não lembro o terceiro grupo, um sei que é o Novos Candangos e o outro Grupo Liquidificador. Então, eles alugaram uma sala comercial numa quadra de Brasília que a gente sabe que é uma quadra cara por uma questão patrimonial, aquela coisa toda. Pra se manter. Quando você lê uma matéria dessa no jornal dá dois, duas sensações, uma "é que massa, a galera tá se unindo"; e uma mais realista é "cara, mas é caro pagar esse aluguel onde escolheram pagar". E aí infelizmente o coletivo não durou um ano no espaço e quando um coletivo que é o sinônimo de união da classe artística dá errado, todos nós artistas percebemos que a gente também sucumbiu um pouco com o não aluguel de lá, porque você vê que os três grupos separadamente tem os seus talentos, tem a sua importância dentro do cenário brasiliense, e essa matéria do ano passado do Correio Braziliense caiu em desuso, ela afirmou uma união e que a união faz a força, e na prática quando você vê que sucumbiu, não por conta de uma má gestão do grupo, muito pelo contrário, mas porque o aluguel ele continuou o aluguel como se a sociedade brasileira tivesse condições de pagar sete mil reais no mês numa sala comercial. Entende? É difícil você pensar sobre isso. Por isso que talvez a resistência nossa, e eu acho que até esse discurso nosso acalorado do episódio de hoje é porque chega um ponto, como dizia Plínio Marcos, que se a voz que berra de dor não tem resposta é justa a cólera e a gente tá também num momento de cólera porque se a gente ficar nesse lugar totalmente passivo, vendo uma movimentação, canetas que decidem todo um futuro, das nossas pesquisas, dos nossos estudos, a gente vai se lascar de verde e amarelo no Brasil.

Orador C: Não, e isso é muito doido porque... É... Me gera um lugar de insegurança muito maluca que eu lutei anos na minha vida, porque eu sou uma pessoa colérica...

Orador A: Uhum.

Orador C: É... Mas eu sou extremamente doce.

Orador A: Cê é colérico, amigo? Jura? Não parece.

(- Risos)

Orador C: Não né? Olha isso...

Oradora E: Ele sofre sozinho...

Orador C: Não, mas o que acontece, porque eu também tenho dificuldade com... Com uma fala burra e... Só que às vezes também dentro da cólera.

Orador A: (- Risos). Essa frase é ótima!

Orador C: Dentro da cólera, a gente não se faz escutar.

Orador D: É.

Orador A: Sim.

Orador C: Porque as pessoas se incomodam muito com o tom.

Orador D: É.

Orador A: É.

Orador C: E aí você também não favoreceu mesmo que você tivesse coberto de razão né? Então, perdão, ouvinte da podosfera, olha como eu tou respirando...

Orador D: A gente é muito carinhoso, velho...

Orador C: É, a gente é fofo também...

Orador D: Não se baseie por nós por conta desse episódio, se baseie sim, mas não totalmente...

Orador A: Ah, tem quarenta e dois episódios que a gente tá sendo fofinho.

Oradora E: Ou entre na cólera junto.

Orador C: É, é, ou vamo nessa e, e... Vamos promover também uma fúria coletiva.

Oradora E: Isso.

Orador C: Né? Porque eu falo, cara, é porque o Gustavo não acredita em Deus, mas eu acredito, que eu peço pra ele...

Orador A: (- Risos). Mentira! Você fica me usando como exemplo, mas a gente sabe que você também não acredita. Para com isso!

Orador C: Eu não acredito mesmo. Mas eu peço pra Deus pra continuar dando bom, porque um palhaço terrorista pode ser MUITO devastador.

Orador A: É, o...

Orador D: E sinceramente, a vontade que dá no coração é a gente ver também o comentário dos nossos colegas, eu sou um cara muito de rede social. A Larissa Sousa que é uma atriz aqui de Brasília, muito querida por sinal, ela comentou um dia desses assim, uma publicação dela no Instagram falando "caramba, como tá foda ser artista; como tá foda ser mulher nessa cidade; como tá foda sair da universidade e você entrar num parâmetro de que você não é mais universitário, você é desempregado; como tá foda tudo isso!". Então, às vezes a vontade que eu tenho de falar pros colegas é assim: "gata, gato, se você é ator, se te ensinaram que você saiu da faculdade sendo uma atriz, dá uma modificada nesse paradigma...".

Orador C: Isso, vamo ampliar...

Orador D: "Considere-se artista, porque considerando-se artista, você não vai achar que é um demérito ser técnico, você não vai achar que é um demérito ser um produtor ou operacional, ou executivo, ou de logística", e aí...

Orador A: Ou editor de vídeo. (- Risos)

Orador D: Ou editor... Não, mas é.

Orador A: Verdade.

Orador D: Porque aí, voltando naquela minha fala do protagonismo...

Orador C: Sim.

Orador D: São coisas erradas que foram colocando na nossa cabeça e que a gente foi colocando no nosso pensamento como se fosse uma definição do nosso caráter né, eu sou artista, sou protagonista de mim, claro, todos nós somos protagonistas de nós o tempo todo e até uma fala que a Larissa colocou no Instagram dela, "mas o fato de eu ser protagonista da minha vida, não quer dizer que eu tenha que tratar mal a outra pessoa".

Orador C: Exato.

Orador D: "Sou protagonista da minha, mas tenho que tratar outras esferas". E, é isso, velho, colega artista que tá saindo da UNB, que tá saindo do IESB, que tá saindo do Dulcina, que são faculdades aqui de Brasília, considere-se artista, não considere-se ator, e não encare essa dica como uma dica paliativa pra cobrir um problema que tá sendo de agora, não. Porque daqui a algum tempo você também vai fazer terapia que nem eu e você vai ver que vai ser legal se entender como uma pessoa que pode fazer muitas coisas, é boa nas coisas que faz e que vai dividir o seu ganho financeiro no futuro sabendo "neste mês eu vou trabalhar mais como assessor de imprensa, eu tenho condições de pegar uma peça sendo assessor de imprensa? Não tenho a menor condição. No mês que vem que eu tou fazendo uma peça, vou pegar um bico de assessor de imprensa, poxa, aí vale a pena pegar um bico, porque um eu consigo fazer. Se eu tou fazendo produção executiva de dois processos diferentes, não pego nada", porque aí você vai se articulando. Agora, é um planejamento anula que se faz? Não, mano, é mês a mês. E uma outra coisa é aceite que você vai ser um profissional que todo dia primeiro do seu mês você vai falar bem assim: "cara, como eu vou me programar pra continuar sendo feliz", se não a gente entra numa lógica tão mercadológica e a gente vai entrar falando tão mal do governo que a gente fala mal toda hora mesmo.

Orador C: E tem que falar mermo!

Orador D: Mas a gente vai entrar num lugar muito negativista e por mais que você esteja escutando esses nossos lamentos, são lamentos de quem quer mudar para melhor. Então é isso...

Orador C: Perfeito, e quem quer pagar a terapia que é cara.

Orador D: E quer pagar a terapia que é cara...

Orador C: Porra.

Orador D: Mas é isso, galera, sejamos artistas, porque aí a parte prática vai ser muito mais eficiente do que o discurso de que ninguém solta a mão de ninguém.

Orador C: Exato! E também outra coisa, até pode ter esse discurso, mas assim se tu quiser ir pra vala, irmão, eu vou soltar sua mão sim.

(- Risos)

Orador C: Tá maluco? Então assim, na boa, tá me ouvindo, me chama, faço várias coisas, eu não tava no programa do portfólio, mas me procura, podosfera... É sério.

(- Risos)

Oradora E: Eu não sei, assim, só observando assim, eu tava comentando com os meninos que eu tenho saído muito em Brasília, e eu gosto muito de ir pra lugares alternativos, ditos alternativos né, programas alternativos, e eu tenho visto que tem uma, um grupo de produtores teatrais e teatrais não, desculpa, grupos de produtores artísticos aqui da cidade que tem procurado ressignificar espaços e ocupar esses espaços né. Então assim, a gente vê a, a... A abertura de novos bares, de novos espaços... Tem uma festa aqui em Brasília que acontece que é uma festa chamada Festa do Beco, que de fato eles pegam um beco no setor comercial Sul que é um lugar da cidade super desprestigiado e fazem uma festa e levam os jovens a irem pra esses lugares e tá sempre cheio. É... Então assim, eu acho que é interessante a gente observar o que as pessoas têm feito pra entender como o mercado tem caminhado e absorvido essas pessoas né, porque nós, artistas, podemos ter muitos defeitos, mas a gente, nós somos pessoas criativas né?

(- Risos)

Orador C: Mas é mesmo e aí isso tem que ser valorizado.

Orador D: Que lindeza ouvir isso...

Oradora E: É, e eu acho que algum lugar a gente pode, é, é, agir, tentar, e tentar plantar uma semente né, se experimentar em outros lugares, outras coisas. Enfim, é isso assim. Acho que a gente tem que tá lúcido né, a gente não pode tá louco, a gente tem que tá lúcido, espiritualizado, terapeutizado, pra gente conseguir ou fugir desse leão aí ou hipnotizar esse leão de alguma forma pra tentar sobreviver.

Orador D: Já dizia Sandy e Júnior, vamos construir uma ponte em nós.

(- Risos)

Orador C: Caraca, velho! E com isso, acho que a gente não tem mais nada pra dizer.

Orador A: É, Josuel que sempre encerra com frases muito legais... Olha só, eu queria finalizar então fazendo dois apelos pra... Pra você ouvinte que tá nos escutando e fazer dois apelos na verdade pra dois tipos de... Dois tipos de intermediadores. Eu queria fazer um apelo pra você que é dono de teatro, ou gerente de teatro, ou administrador de teatro, ou você que tem um emprego sendo administradora de algum SESC, de algum SESI ou de algum teatro qualquer, repense agora junto porque nós estamos né, como, como artistas de teatro cênico ou de espetáculos cênicos como todo, nós estamos agora encarando um ano e vamos encarar um ano em que existe oficialmente uma problemática e existe oficialmente uma... Uma crise né estabelecida intelectualmente e estabelecida intencionalmente pra que os artistas diminuam mais, cada vez mais a produção né, tipo, isso é claro. Então a gente vai precisar realmente da ajuda de todos, então a gente vai ter que repensar os valores das pautas, a gente vai ter que repensar os valores pra que a gente consiga descobrir o que é que é possível fazer pra não só você não fechar as portas ou você ter que diversificar demais o seu projeto de teatro, o seu projeto de espaço, ao ponto de no final você já não considerar de fato que você tá gerenciando um teatro, ao mesmo tempo que tem vários grupos artísticos com muita vontade de trabalhar, mas que não vão ter condição mais de se sustentar, porque eles vão precisar de toda uma logística funcionando, que a gente já discutiu que não vai funcionar nesse primeiro momento.

Então eu queria pedir um apelo mesmo, manda um e-mail pra gente e fala a sua realidade daí, como é que tá, tipo quanto é possível. Porque quando eu administrava o Teatro da Ética né, a sala Tchakovachi, existia um valor mínimo, a Luciana agora também tá administrando né o espaço deles. Então, tipo, existe um valor mínimo na cabeça que é possível sobreviver como espaço se você cobrar uma pauta por X, e, e, existe esse valor mínimo né. Então vamos tentar ser mais honestos com os grupos artísticos que realmente não tem condição mais, mas que também não vão poder morrer, porque a gente agora de alguma forma tá meio que passando como, como, como talvez a gente entenda que o Renascimento passou, sabe? Quando tipo... Tipo, a gente precisa aderir agora a uma ideia de que o espaço vai ser também o produto.

Orador C: Só que outra coisa, porque senão, gente, não é só a gente que vai morrer, vocês também vão morrer.

Orador A: Exato, exato. Nós estamos no mesmo barco. Esse é o apelo, vamo, vamo tenta se unir nesse lugar e também é um apelo e é uma autocrítica a nós mesmos também, uma autocrítica, e o Brunão que tá nos ouvindo, autocrítica ao pessoal do Cinema Ação, a todas as pessoas que produzem produtos artísticos ou críticas de produtos artísticos para a podosfera, para o YouTube, é um apelo nesse momento de pensar. Vamo evitar ensinar o público a desprezar produtos artísticos por qualquer que seja o motivo. Vamo tenta usar agora o poder que a gente tem de comunicação, pra enaltecer as coisas positivas que os produtos artísticos tenham, ao invés de só enaltecer as coisas negativas que você enxergou nos produtos artísticos porque talvez o público em algum momento vai precisar começar a aceitar a pagar mais também, entendeu? A consumir mais, a ir mais, a frequentar mais pra poder justificar esse outro lado que o dono do teatro ou a dona do teatro tá baixando a pauta porque o artista tá querendo apresentar mais, tipo, vai, a gente vai tá todo mundo no mesmo barco no final, o produtor, a pessoa administradora do teatro e o público, vai tá todo mundo no mesmo lugar e a gente vai tá afundando junto. Aí como eu sempre disse, depois que passar essa crise toda, você vai encontrar tanto o político que tava contra o governo como o político do governo, os dois juntos fazem um churrasco morrendo de rir porque o salário deles é de vinte pau pra mais...

Orador D: Assistindo o remake de Os Vingadores...

Orador C: Aff...

Orador A: Exato.

Oradora E: Sim.

Orador A: Entendeu? Tipo, não existe essa figura de que, ai existe um governo...

Orador C: Se abraçando, gente, se abraçando.

Orador A: Exato. Existe um governo vilão e existe um governo de oposição que quando ele entrar no governo, "ai, agora vai melhorar". Não, cara. Existe uma relação de que existe o governo e existe o povo, e existe o público, entende? Eles venderam essa dicotomia de que tem dois governos pra gente comprar uma ideia de que existe uma solução colocando o governante certo no lugar e agora tá errado porque a gente colocou o governante errado. Não, isso é uma falácia errada, não pode ser o governo que decide se o produto vai ter ou não vai ter, é, é... Fama. É toda, é todo, somos todos nós dessa cadeia. Então esse é meu apelo pra nós todos.

Orador C: Show. Ficou a dica, acho que fechou...

Orador D: Acho que a gente até pode encerrar o programa com Enya.

Orador A: Caraca...

(- Risos)

Orador C: Loreena Mckennitt, pode também.

(- Risos)

Orador C: Mas olha, que se fosse Sandy e Júnior, já fica a dica...

Orador D: "Vamos construir"...

(- Risos)

Orador D: Não, mas eu acho que ficou bem... É isso mesmo.

Orador C: É isso, gente.

Oradora E: A gente ainda tá...

Orador A: Mais alguma coisa?

Oradora E: Não, eu acho que é isso, a gente termina o programa assim, eu acho que bastante tenso assim, acho que nós somos o reflexo do nosso tempo. Eu tou bastante preocupada mesmo assim com as coisas, tento ser otimista, mas tou muito preocupada. E é isso assim, eu acho que daqui, eu acho que daqui a uns quinze anos a gente senta e fala "caraca, cê lembra de dois mil e dezenove"... (- Risos). "O que que rolou".

Orador C: Caraca... Gente, olha, eu não sei, mas pra mim, mais do que terapia o que tá servindo é porra, muay thai na veia... Sério.

(- Risos)

Orador C: Sério, gente, porque eu chego fico manso, depois do treino.

Oradora E: Eu não vou dizer o que eu ando fazendo não, mas... É...

Orador C: É incrível.

(- Risos)

Oradora E: Tá adiantando, tá, tá, tá rolando, tá legal.

Orador C: Ai que bom.

Orador A: É ilegal?

Orador C: Não, tá legal que tá rolando com ela pessoalmente.

Oradora E: É comigo, na minha vida.

Orador A: Ah, eu achei que a Lu não podia falar porque é ilegal.

Oradora E: Não... (- Risos). Não, não! Quem dera, é outra coisa. Algo super legalizado, mas combatido pela família tradicional brasileira.

(- Risos)

Orador A: Então é isso, gurizada. Já que nós chegamos nesse momento, não fiquem deprimidos, pelo contrário, fiquem animados, porque quando a gente tá em crise é que a gente aprende né, como dizem no japonês ou no chinês, no desenho da crise é crise, e ao mesmo tempo é oportunidade, enfim, sei lá qual é essa citação. Mas é o momento da gente não só refletir, mas a gente levantar a bola também dos pequenos produtores, dos grandes produtores. Então, uma coisa que você pode fazer é pegar esse programa e passar pra outras pessoas, mostrar pra eles, "olha só, um grupo de teatro feito por vários grupos de teatro, com cacifes importantes do Distrito Federal e porque não do país", (- risos) falando sobre uma questão séria, importante né, pelo ponto de vista artístico, uma coisa um pouco rara, porque não tem podcasts a rodo assim né, pelo contrário, praticamente nós somos os únicos, talvez, eu não sei né, tou sempre falando isso porque eu quero ver se algum dia,

alguém me manda um e-mail fala "oi, não, vocês não estão sozinhos, eu também tou aqui!". Então (- risos), porque eu sinto que a gente tá sozinho nessa área falando de teatro na podosfera, e ao mesmo tempo pedir que vocês entrem em contato com bilheteria@trabalhodesa.com, na descrição desse podcast, no nosso site, ou eu acho que talvez no agregadores de podcast tem um link pra todas as coisas que a gente lembra ou não lembra de colocar, mas principalmente pra todos os nossos nomes, você quer seguir a gente no Instagram, no Twitter, no Facebook ou não sei aonde a gente esteja, pra você entrar em contato e falar "olha, eu ouvi tal programa e achei fantástico" ou então "eu ouvi tal programa e discordo, vocês estão completamente errados". Enfim, qualquer que seja, dá um alô, é muito importante pra gente saber se tá valendo a pena a gente continuar fazendo isso e pra gente também saber como melhora, porque afinal de contas a gente tá querendo fazer isso para vocês. Certo? Então bilheteria@trabalhodesa.com, @trabalhodesa em todas as redes sociais. E é isso, muito obrigado a todos por terem nos assistido até este momento e por favor, queríamos pedir encarecidamente, não deixe de entrar em contato. Um beijo e até mais...

Oradora F: O Trabalho de Mesa é uma criação da ETCA, Equipe Teatral Confins-Artísticos.

Fim da Transcrição 01:25:56.23