

Projetos Artísticos e Culturais LGBTQIA+ na Economia Criativa do Distrito Federal¹

Samuel ROCHA²

Leandro BESSA³

Universidade Católica de Brasília, Brasília, DF

RESUMO

Este trabalho analisa a relação entre projetos artísticos e culturais com a temática LGBTQIA+, destacando a importância da gestão de projetos no contexto da Economia Criativa do Distrito Federal. Os objetivos incluem uma revisão bibliográfica e empírica sobre gestão de projetos, visando compreender as etapas de idealização, planejamento e execução, além de investigar manifestações culturais e artísticas com foco na diversidade de gênero no DF. Autores como Bourdieu (2006), Furtado (2012) e Kielling *et al.* (2022; 2023) auxiliam na compreensão de projetos criativos no contexto da Economia Criativa, e Collins (2017) e Louro (2004) na compreensão das identidades e diversidade de gênero.

PALAVRAS-CHAVE: LGBTQIA+; Projetos Artísticos e Criativos; Cultura; Economia Criativa; Gestão e Planejamento.

ARTE, CULTURA, GÊNERO E ECONOMIA CRIATIVA

Inúmeras manifestações artísticas e culturais envolvendo a temática LGBTQIA+ ocorrem todos os anos nas mais diversas linguagens: festivais de cinema, exposições, feiras, eventos literários, eventos acadêmicos, festivais musicais, publicações e tantas outras expressões da criatividade artística que congregam pessoas de diferentes identidades de gênero (Louro, 2004). A partir disso, podemos pressupor que as comunidades lésbicas, gays, transgênero, queer e não binárias, em toda a sua pluralidade, movimentam a cada ano um vastíssimo ecossistema econômico de trocas materiais e simbólicas, contribuindo diretamente naquilo que temos designado de Economia Criativa.

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Identidade de gênero, sexualidades e raças, evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 5 a 7 de junho de 2024.

² Mestrando do Mestrado Profissional de Inovação em Comunicação e Economia Criativa da UCB-DF, email: srocha126@gmail.com.

³ Professor Doutor do Mestrado Profissional Inovação em Comunicação e Economia Criativa da UCB-DF, email: lbessa.arte@gmail.com.

Diante deste contexto, pretendemos fazer dois levantamentos, um bibliográfico e outro empírico, de projetos artísticos e culturais cuja temática versa sobre a comunidade LGBTQIA+, para que possamos entender como profissionais e agentes dos setores criativos idealizam, planejam e executam seus projetos.

No que tange à elaboração de projetos artísticos e culturais – também compreendidos, nesta pesquisa, como projetos e produtos criativos –, entendemos que a gestão é de extrema importância, pois profissionaliza e amadurece áreas consideradas frágeis ou vulneráveis no âmbito das artes, sobretudo do ativismo engajado, bem como fortalece os seus processos de produção, atinge seus objetivos centrais como a entrega para a sociedade, além de ampliar a capacidade de replicabilidade e persistência dos projetos quando se aplicam modelos de gestão e acompanhamento sistemático dos projetos. Por isso, pretende-se, no primeiro momento da pesquisa, realizar uma revisão bibliográfica que contribua para as definições de gestão de projetos culturais com foco nas comunidades LGBTQIA+. Mesmo em fase inicial de pesquisa, acreditamos que a união entre artistas e produtores culturais com o ativismo das comunidades corrobora com as bases do ideal interseccional a partir de suas vivências, que consistem, sobretudo, na justiça social, desejando a criação de “políticas emancipatórias de fora das instituições sociais poderosas, assim como essas ideias têm sido retomadas por tais instituições” (Collins, 2017, p. 7).

Em primeira instância, a revisão de literatura se faz necessária para compreender em profundidade os conceitos que sustentam a produção e gestão de projetos culturais, e entender as perspectivas dessas produções na região em análise para assim estabelecer os vínculos com os produtos criativos LGBTQIA+. Nesta etapa, o objetivo principal é revisitar conceitos, conhecer proposições dos principais teóricos e explorar produções sobre o objeto em análise.

Em seguida, partindo do conhecimento adquirido, pretende-se investigar os processos e modelos de gestão de dois ou três projetos voltados para produtos criativos LGBTQIA+. A questão central deste estudo é entender como a diversidade de gênero e sexualidade está presente na produção e desenvolvimento de gestão de projetos culturais e criativos na região do Distrito Federal, levando em conta a inclusão dessas identidades na sociedade produtora de cultura. Considerando a cultura como uma parte indispensável da sociedade, e que para além dos seus diversos benefícios, incentiva a

perpetuação de saberes e tradições de determinada comunidade, estariam essas pessoas à frente da gestão de projetos culturais e criativos no DF? E se estão limitadas a apenas a um tipo de manifestação cultural ou possuem acesso à riqueza cultural presente nos domínios criativos do território?

Produtos Criativos consistem em todas as produções artísticas, materiais ou imateriais, de inovação ou científica que mobilizam os domínios da Economia Criativa (Kieling *et al.*, 2022a; 2022b; 2023). Nesse sentido, entendemos que a criatividade é o fator determinante para a criação, promoção e circulação de bens culturais, e de alto valor simbólico (Bourdieu, 2006).

Assim, pensar a Economia Criativa é também pensar em seus mecanismos de gestão. Esse conceito nos permite compreender que a criatividade e inovação são grandes potencializadoras de um desenvolvimento socioeconômico de uma sociedade. A Economia Criativa está também associada aos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM) no que tange à participação de comunidades em formas organizativas e de governança diferenciadas, bem como em produções econômicas de pequeno porte inseridas na dinâmica criativa que fomenta a sustentabilidade e a inclusão econômica e social (Lima, 2011).

Em complemento ao conceito de Economia Criativa, é necessário discutir as atividades criativas. De acordo com Kieling (2022), pensar em domínios criativos é uma possibilidade transversal de romper com uma definição estática de setores de criatividade. Assim, pode-se definir domínios criativos como “Ambientes criativos nos quais a efervescência artística e cultural embala uma atmosfera criativa que contamina as lógicas das atividades econômicas de bens no universo criativo que abriga um cosmo de domínios criativos” (Kieling *et al.*, 2022). Compreende-se então que as atividades e agentes podem ser flexíveis e demonstrar deslocamentos entre projetos, distribuição e gestão.

Na perspectiva do economista brasileiro Celso Furtado (2012), ao pensar sobre os processos produtivos, destaca-se que o trabalho é simplesmente um meio, no qual se aumenta a produtividade em paralelo ao avanço de acumulação e técnicas. E ao comparar essa lógica ao campo da cultura, defende que:

Ora, no mundo das artes o trabalho não é apenas meio, mas também fim. Neste último caso, faz-se difícil introduzir o conceito de produtividade. Num espetáculo ao vivo de canto, ou de dança, ou

teatral, o trabalho é um fim em si mesmo. Seu custo tende a crescer relativamente às formas de expressão artística que se beneficiam do aumento de produtividade. Para modificar essa tendência, em todo o mundo os espetáculos ao vivo têm seus custos parcialmente socializados mediante subsídios. (Furtado; D’Aguiar, 2012, p. 58).

Assim, compreender a redefinição do conceito de produtividade em uma lógica econômica para a cultura é também pensar os processos de emancipação da lógica produtiva-capitalista da indústria de cultura para os bens culturais que estão inscritos nos domínios criativos aqui explorados. Nessa perspectiva, realizar a gestão da cultura é um meio pelo qual os projetos artísticos e culturais conseguem superar barreiras estruturais e institucionais que limitam o acesso e a expressão cultural, incentivando uma participação mais ampla e diversificada na cultura.

Esta investigação é parte de uma pesquisa de mestrado em estágio inicial. Com o desenvolvimento do trabalho, vislumbramos contribuir para uma tarefa de difícil execução para agentes criativos, principalmente aqueles que são colocados à margem. É extremamente necessário compreender a importância da participação de gestores e gestoras culturais LGBTQIA+ no contexto de produção e elaboração de projetos criativos, com perspectivas de participar ativamente na difusão de uma “aliança afetiva” (Krenak, 2020) para a promoção e visibilidade das mais diversas identidades de gênero.

REFERÊNCIAS

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. São Paulo: Bertrand, 2006.

COLLINS, Patrícia Hill. **Bem mais que ideias: A interseccionalidade como teoria social crítica**. São Paulo: Boitempo, 2022.

FURTADO, Celso; D’AGUIAR, Rosa Freire. **Ensaio sobre cultura e o Ministério da Cultura**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012. 200 p.

KIELING, Alexandre *et al.* (org.). **Panorama da Economia Criativa do Distrito Federal**. Relatório parcial de pesquisa - FASE 1. Brasília: UCB, 2022.

KIELING, Alexandre *et al.* (org.). **Panorama da Economia Criativa do Distrito Federal**. Relatório parcial de pesquisa FASES 2. Brasília, 2022.

KIELING, Alexandre *et al.* (org.). **Panorama da Economia Criativa do Distrito Federal.** Relatório parcial de pesquisa - FASE 3. Brasília, 2023.

KRENAK, Ailton. **A vida não é útil.** Pesquisa e organização Rita Carelli. 1ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2020a

LIMA, S M. S. **Polos criativos:** um estudo sobre os pequenos territórios criativos brasileiros.

Brasília, 2011. Disponível em:

https://www.academia.edu/41352551/Polos_criativos_um_estudo_sobre_pequenos_territ%C3%B3rios_criativos_brasileiros Acesso em: 26 de abril de 2024.

LOURO, Guacira Lopes. **Um corpo estranho:** ensaios sobre sexualidade e teoria queer. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.