

Mônica Watanabe

Teatro FECAP e a divulgação e preservação da MPB

CELACC/ECA - USP
2009

Mônica Watanabe

Teatro FECAP e a divulgação e preservação da MPB

Trabalho de conclusão do curso de
Gestão de Projetos Culturais e Organização de Eventos

Orientador: Professor Dr. Dennis de Oliveira

CELACC/ECA - USP
2009

A G R A D E C I M E N T O S

Dennis de Oliveira

Homero Ferreira

Luiz Fernando Carvalho

Thyago Bráulio

Vivian Corrêa

Resumo

Em meio a experiências de fundações e empresas privadas que voltam seu patrimônio para a divulgação de seu próprio nome, a FECAP, cria um projeto cultural voltado à divulgação da MPB, cujo maior beneficiado é o público da cidade de São Paulo.

O presente trabalho pretende estudar o teatro FECAP em sua concepção conceitual e física; as motivações para sua realização, bem como seu papel de disseminador da MPB, cuja presença tem grande relevância em nossa cultura musical e enquanto forma de preservação de uma memória coletiva.

Palavras chave

Teatro FECAP (Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado), MPB, público MPB, projetos culturais

Abstract

The FECAP foundation developed a cultural project to propagate Brazilian Popular Music (aka MPB). The beneficiaries are the citizens of São Paulo. This project differs from those of other foundations and private companies. The latter use to make decisions about investments based almost only in terms of a return of image.

This work studied the FECAP theater in its conceptual and physical dimensions. It intended to understand the reasons for its creation, as well as its role as a sower of MPB. Its presence has great importance in Brazil's musical culture and has become a way to preserve our collective memory too.

Key words

FECAP (Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado) Theatre, MPB (Brazilian popular music), MPB's public, cultural projects

Resumén

La fundación FECAP desarrollo un proyecto cultural para difundir la Música Popular Brasileña (también conocida como MPB). Los beneficiarios son los ciudadanos de la ciudad de São Paulo. Este proyecto difiere de los de otras fundaciones y compañías privadas, que constuman decidir sobre inversiones basadas casi únicamente en términos de retorno de su imagen.

Este trabajo estudia el teatro FECAP en sus dimensiones conceptuales y física. Tiene el propósito de comprender las razones de su creación, así como su papel como un sembrador de la MPB. Su presencia presenta gran importancia en la cultura musical de Brasil y, también, se ha convertido en una forma de preservar la memoria colectiva musical brasileña.

Palabras clave

Teatro FECAP (Fundación Escuela de Comercio Álvares Penteado), MPB (Música Popular Brasileña), público de MPB, proyectos culturales

S U M Á R I O

INTRODUÇÃO	01
1.0 HISTÓRICO DA FECAP E O PROJETO DO TEATRO-STUDIO	01
1.1 A rádio digital.....	03
1.2 O centro de referência e memória da MPB.....	04
1.3 Cursos de extensão na área cultural	04
2.0 ANÁLISE DO PROJETO DO TEATRO FECAP	
2.1 Parâmetros de análise.....	05
2.2 O teatro FECAP	05
2.3 Referências teóricas	06
2.4 Metodologia e apresentação dos dados coletados.....	07
2.5 Interpretações das entrevistas.....	08
3.0 CONSIDERAÇÕES FINAIS	10
4.0 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	12
ANEXOS	13

INTRODUÇÃO

O teatro-estúdio FECAP (Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado), inaugurado em 2006, é um espaço cultural da cidade de São Paulo criado para divulgação e preservação da memória da música popular brasileira. O teatro, juntamente com o espaço expositivo, Centro de Memória e Referência da MPB e rádio digital, têm o objetivo de difundir, resguardar e ampliar o acesso à música popular brasileira.

O teatro FECAP é o objeto de estudo do presente trabalho, que pretende analisá-lo em seu papel de disseminador da MPB. Seu entendimento percorre também sua concepção e criação, bem como o emprego de recursos financeiros captados pela lei Rouanet.

O estudo também teve como finalidade lançar um olhar diferenciado para um modelo de gestão de projeto cultural de longo prazo, o que por si só parece ser um aspecto meritório.

1.0 HISTÓRICO DA FECAP E O PROJETO DO TEATRO-ESTÚDIO

A Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado teve sua origem nos cursos voltados à formação técnica na área comercial, atendendo à uma demanda do mercado de trabalho da cidade de São Paulo, que no final do século XIX, com a expansão industrial e a multiplicação de casas bancárias e comerciais, necessitava de profissionais para organização e contabilização de empresas.

Em junho de 1902, o professor Horácio Berlink, com o apoio de um grupo de empresários, entre eles, o conde Armando Álvares Penteado, funda a Escola Prática de Comércio. Em 1905, a instituição, declarada de utilidade pública, obtem o reconhecimento oficial de seus diplomas e recebe, como doação do conde, o terreno e a construção do prédio para a sede no largo São Francisco. Inaugurado em 1908 e posteriormente tombado pelo patrimônio histórico, o prédio sedia, desde 1981, o Centro de Estudos Álvares Penteado com cursos de especialização e pós-graduação.

A escola transforma-se, em 1923, na Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado. Em 1931, além da manutenção de seus cursos técnicos, é fundada a primeira faculdade de Ciências Econômicas do país. A este, acrescentaram-se os cursos de Ciências Contábeis, em 1949, e o de Administração de Empresas em 1966. Na década de 1970, com a crescente valo-

rização do ensino técnico, decidiu-se pela construção de um novo edifício sede na avenida Liberdade. Atualmente, a fundação ministra cursos do ensino médio, educação profissional e ensino superior.

Ao longo dos anos a FECAP via a crescente necessidade de ampliar suas atividades culturais. “Cogitaram-se várias alternativas, dos esportes à criação de corais universitários, mas nenhuma delas parecia dar o diferencial que a escola buscava. Em paralelo, a FECAP sofria com a sub-utilização e precariedade de seu auditório, o acesso era ruim e faltava infra-estrutura. Assim nasceu a idéia de transformar o auditório em um teatro. Em junho de 2005, mês que a FECAP comemorava seus 103 anos, a sugestão foi aprovada”. Horácio Berlinck Neto explica também o nascimento do projeto: “...a FECAP sentia a necessidade de criar um projeto de extensão cultural profundo, sério e inédito, dando uma oportunidade de complementação educacional única a seus alunos e a pesquisadores brasileiros ou estrangeiros”.

O projeto de extensão cultural, assim conceituado pela FECAP, visa, prioritariamente, a disseminação e a preservação da memória da MPB e, para tanto, baseia-se em cinco pilares: o teatro/estúdio, a rádio digital, o centro de referência e memória da MPB, o espaço de exposição e os cursos de extensão na área cultural. O projeto além de voltar-se para a comunidade de alunos, professores e funcionários é também destinado ao público externo.

A idéia inicial era transformar o antigo auditório da fundação num estúdio de som (para espetáculos ao vivo e gravação de áudio/vídeo) dedicado exclusivamente à divulgação da MPB. O conceito do teatro/estúdio foi idealizado por Horácio Berlinck Neto, presidente do conselho de curadores da FECAP, e é parte fundamental do projeto de extensão cultural.

Após nove meses de trabalho, o teatro de 400 lugares foi totalmente remodelado com projeto de arquitetura de J.C. Serroni e Gustavo Lanfranchi e acústica de Alberto Ranellucci.

Inaugurado em setembro de 2006, sob a coordenação artística do produtor e agente cultural Homero Ferreira, a programação tem contemplado artistas consagrados e expoentes da nova geração de música brasileira.

Visando traçar um painel da diversidade musical do país, foram contratados diferentes produtores para cada temporada: Américo Marques da Costa (Supremo Musical), Edgar Poças (músico e pesquisador da MPB), Cristina Buarque (cantora e pesquisadora especializada em samba) e Armando Pittigliani (produtor da MPB).

O teatro localiza-se no bairro da Liberdade, 552, no centro antigo de São Paulo, próximo à praça da Sé e das estações de metrô Sé, Liberdade, e São Joaquim. Valendo-se de um entorno de grande concentração estudantil

(faculdades e escolas) a FECAP mantém um espaço expositivo de acervos (fotos, desenhos e caricaturas) da MPB junto ao teatro e com entrada gratuita, como forma de disseminar a cultura musical também entre esse público jovem. As exposições são permanentes e renovadas trimestralmente. A primeira delas ocorreu com o fotógrafo Walter Firmo, e em seguida, o caricaturista Cássio Loredano, o artista/capista Elifas Andreato, o artista plástico Hermenegildo Sabát, o artista/fotógrafo Cafí e o designer Cesar Villela. No segundo semestre de 2009, estavam lá expostos os trabalhos de Chico Caruso, Paulo Caruso, Luis Fernando Veríssimo e Aroeira.

O show inaugural (setembro 2006) de Paulinho da Viola, o ‘Príncipe do Samba’, trouxe ao público músicas autorais e de mestres como Cartola e Nelson Cavaquinho abrindo, assim, as temporadas de shows do teatro. Atualmente, os espetáculos são realizados de sexta-feira a domingo.

Faz parte da política do teatro a prática de preços de ingressos não abusiva. A exemplo disso, ocorreu o 1º Instrumental FECAP (abril 2009) com ingressos a R\$ 20,00 (inteira) e R\$ 10,00 (meia). Ao longo de seus três anos, contores como Dori Caymmi, Toquinho, Rosa Passos, Cristina Buarque & Terreiro Grande, Banda Mantiqueira, Elton Medeiros, Moraes Moreira, Ná Ozetti, Alaíde Costa, Yamandú, e Mônica Salmaso, apresentaram-se no teatro a preços que, geralmente, variaram de R\$ 20,00 a R\$40,00.

1.1. A rádio digital

A rádio FECAP (www.fecap.br), uma das primeiras estações digitais do país, dedica-se exclusivamente à música popular brasileira, contemplando a diversidade da produção nacional.

Um dos principais objetivos da rádio é que ele se torne referência para pesquisadores e interessados nos registros da história da MPB.

Inicialmente, o acervo foi formado a partir da discoteca particular dos dirigentes da fundação. Em 2007, contava com mais de 4 mil músicas e em 2008, a programação passou para mais de 5 mil registros musicais. O acervo vem sendo ampliado com a colaboração de gravadoras e discotecas, museus brasileiros e acervos particulares, sendo que no futuro, ainda serão disponibilizados entrevistas e depoimentos on-line.

1.2. O centro de referência e memória da MPB

A idéia inicial é a formação de um acervo bibliográfico, fotográfico, cinematográfico, de vídeos, DVDs e fonogramas através de convênios com institutos, bibliotecas, museus, rádios e canais de TV.

O primeiro convênio foi firmado com a Fundação Padre Anchieta (Centro de Documentação) e prevê a catalogação e digitalização de 5.000 títulos.

O Centro de Memória de Imagens é fundamental para o projeto de extensão, uma vez que todos os espetáculos do teatro são gravados e passam a integrar seu acervo. No entanto, a ‘master’, e sua eventual exploração comercial, é de propriedade do artista, sendo que a fundação não tem nenhum direito comercial sobre o registro.

1.3. Cursos de extensão na área cultural

O curso de gestão em show business compõe um dos pilares do projeto de extensão cultural. Organizado para que o aluno conheça o universo da organização de eventos e do show business no que tange às técnicas, equipe, comunicação, finanças, patrocínios, road show e direito.

Outros cursos serão ministrados como o de gestão de patrocínio cultural e gestão de patrocínio esportivo. Em princípio, o que se pretende é que os estudantes dos cursos, através da fundação, conheçam o teatro, a rádio, o espaço expositivo, enfim, formem público.

2.0. ANÁLISE DO PROJETO DO TEATRO FECAP

2.1. Parâmetros de análise

Além da compreensão da concepção conceitual e física do teatro, o trabalho procurou analisar seu papel de disseminador da MPB, cuja presença tem relevância no âmbito de nossa cultura, e enquanto forma de preservação de uma memória coletiva. Dessa forma, os objetivos da análise são: compreender como o público entende a MPB, de quais maneiras o teatro vem dialogando e sendo conhecido de seu público (programação/espço físico/política de preços) e qual o perfil de público que “consome” e valoriza (simbólica e economicamente) esse tipo de música.

2.2. O teatro FECAP

O teatro é fruto do ideal de Horácio Berlinck Neto (presidente do Conselho de curadores da FECAP) de disseminar e preservar a memória da música popular brasileira. Horácio está ligado à história dos musicais da MPB como produtor. Juntamente com Eduardo Muylaert, organizou o show O Fino da Bossa (Teatro Paramount – maio/1964) que também emprestou seu nome ao programa semanal de televisão da Record, estrelado por Elis Regina e Jair Rodrigues. Além disso, foi um dos produtores da Primeira Audição e do programa Bossaudade de Elizeth Cardoso.

A experiência de profissionais como Horácio Berlinck Neto e Homero Ferreira, com importantes atuações no cenário musical e reconhecidamente respeitados em suas posições, legitimam valor simbólico aos espetáculos e ao próprio teatro FECAP, através da participação ativa na sua concepção, projeto e manutenção/programação do espaço.

Atualmente, o teatro é, sem dúvida, o maior expoente do projeto de extensão cultural da FECAP, o que alcançou maior visibilidade. Em referência à sua proposta inicial, o teatro parece estar tecendo seu papel de difundir a MPB, com uma programação exclusiva e de qualidade, exposições sobre o tema, preços atrativos e um espaço, com acústica e som privilegiados, que possibilita a gravação dos shows que integrarão o acervo do Centro de Memória de Imagens da MPB.

2.3. Referências teóricas

As análises são pautadas em conceitos apresentados por John B. Thompson, segundo o qual:

“A inserção das formas simbólicas em contextos sociais estruturados implica que, além de serem expressões de um sujeito, essas formas são, geralmente, produzidas por agentes situados dentro de um contexto sócio-histórico específico e dotados de recursos e capacidades de vários tipos; as formas simbólicas podem carregar os traços, de diferentes maneiras, das condições sociais de sua produção. A inserção das formas simbólicas em contextos sociais também implica que, além de serem expressões para um sujeito (ou para sujeitos), são, geralmente, recebidas e interpretadas por indivíduos que estão também situados dentro de contextos sócio-históricos específicos e dotados de vários tipos de recursos; o modo como uma forma simbólica particular é compreendida por indivíduos pode depender dos recursos e capacidades que eles são aptos a empregar no processo de interpretá-la. Outra consequência de sua inserção contextual consiste em que elas são, freqüentemente, objeto de complexos processos de valorização, avaliação e conflito”. (Thompson, 2000: p. 193)

No estudo em questão, considerando-se as relações apresentadas por Thompson, procurou-se conhecer: quem produz as formas simbólicas; de quais maneiras são valorizadas e quem a legitima; como são interpretadas e em qual contexto social e momento histórico elas surgem.

Dessa maneira, para um melhor conhecimento do diálogo estabelecido entre o teatro e seu público é interessante que se compreenda o contexto histórico em que a MPB surgiu.

O uso da sigla MPB tornou-se corrente a partir da década de 1960, passando a ser adotada por uma geração universitária de cantores, compositores e admiradores. Para o historiador Jairo Severiano, MPB *“É uma sigla. Deveria ser usada para designar a música de qualquer gênero, moderna ou antiga, boa ou ruim. Mas passou a ser a música popular brasileira de elite”* e caminhou para a elitização em 1958, com o surgimento da bossa nova. José Ramos Tinhorão, em seu livro *Pequena história da música popular: da modinha ao tropicalismo*, afirma que: *“O estabelecimento de uma linha de classe na música popular, baseada na coincidência de só uma maioria de jovens brancos das camadas médias alcançarem o nível cultural necessário para torná-los capazes de incorporar os signos musicais altamente sofisticados da bossa nova, valeu por uma clara divisão entre os ritmos e canções cultivados pelas camadas urbanas mais baixas e a música produzida ao nível da alta classe média. Dividida assim em duas grandes tendências, a partir da década de 60, a música popular urbana passou a evoluir numa perfeita correspondência com a situação econômico-social dos diferentes*

tipos de público a que se dirigia". Isso é o que vale dizer que a MPB, foi e ainda é uma música eminentemente urbana, e que naquele momento foi tocada por uma classe média branca de jovens completamente desligados da tradição da música popular, e que ainda hoje, ela dialoga diretamente com essa classe média detentora de capital cultural e que através dele procura ser assimilado em posições superiores à sua.

2.4. Metodologia e apresentação dos dados coletados

Para o melhor conhecimento do teatro e perfil de público foram realizadas entrevistas abertas com Homero Ferreira (diretor artístico), Thygo Braúlio (produtor executivo) e Luiz Fernando Carvalho (bilheteria/produção), e aplicados questionários, com 8 pessoas do público, cujos objetivos eram: obter dados sobre a faixa etária/nível de escolaridade/local de moradia; saber se eram frequentadores do teatro e de quais mídias se utilizavam para conhecer a programação; se consideravam a programação do teatro de boa qualidade; verificar se o teatro apresentava algum diferencial com relação às outras salas de espetáculos; conhecer hábitos de "consumo" como locais de espetáculos e atividades culturais que costumavam frequentar; se consideravam a política de preços atrativa e, qual seria, na opinião deles, a definição de MPB.

Nas entrevistas realizadas com profissionais do teatro, foi observado que a qualidade da programação do teatro, estabelecida por Homero Ferreira, é em grande parte devida à sua convivência, relacionamento e influência no meio artístico, acrescentando-se ainda o fato de ter sido casado com a cantora e historiadora de samba Cristina Buarque. Ciente do papel do teatro na programação cultural da cidade, Homero faz questão de manter o preço dos ingressos a preços "populares". E como comentou uma das entrevistadas do público: *"A política de preços do teatro é muito importante, pois São Paulo é uma cidade muito cara e se você ainda tiver que penalizar a cultura..."*.

A FECAP utilizou recursos próprios quando da realização do projeto de extensão cultural. A Lei Rouanet é usada pelo teatro, há cerca de um ano (out/2008), para captação de recursos para o financiamento de parte dos espetáculos. No entanto, a intenção maior do teatro é a total autonomia dos patrocínios culturais.

Apesar de o projeto ser voltado também para os alunos, professores e funcionários da FECAP, segundo Luiz Fernando Carvalho, a presença da comunidade no teatro é um fato pouco frequente. O valor dos ingressos também não tem nenhum diferencial para essa comunidade.

O teatro não tem nenhum programa de formação de um público “consumidor” jovem. Apenas acordos firmados com escolas de música onde são destinados cerca de 15% (60 ingressos/semana) dos ingressos dos shows para estudantes de escolas de música cadastradas (30). Em contrapartida, essas instituições divulgam através de cartazes e folhetos a programação do teatro. A iniciativa teve início em Janeiro de 2009.

Por meio das entrevistas e observação local, constatou-se que o público, em sua maioria, tem idade média entre de 30 a 65 anos, sendo que dos oito entrevistados, seis deles têm formação superior, vindos de várias regiões da cidade (bairros Paraíso, Santo Amaro, Pinheiros, etc, de outros estados e brasileiros que moram fora do país) e, cerca da metade dos entrevistados, já foi ao teatro FECAP mais de 4 vezes, sendo que a maior parte, cerca de 90%, é frequentadora da rede SESC, citando ainda locais como Memorial da América Latina, Teatro Municipal, Sala São Paulo e atividades culturais como teatro e cinema. Todos os entrevistados consideram a programação do teatro muito boa, assim como a política de preços, sendo que alguns chegaram a mencionar que o valor dos ingressos não é muito alto quando comparado à qualidade dos shows. Segundo as entrevistas, o diferencial do teatro reside em suas qualidades técnicas (acústica e som), facilidade de acesso, instalações novas e bom atendimento. Para os entrevistados a MPB é: música de qualidade feita por brasileiros, e como muitos disseram: “*É Brasil*”.

O teatro nunca realizou uma pesquisa formal para conhecimento do perfil de seu público.

2.5. Interpretações das entrevistas

O que se pode inferir através da análise do questionário feita com o público é que, de maneira geral, eles pertencem à classe média, com formação superior e detentora de um capital cultural e que tem o hábito de frequentar espaços culturais, principalmente o teatro e shows musicais.

Segundo entrevista com Luiz Fernando Carvalho, o teatro definiu como público alvo, as classes A e B, de profissionais autônomos, com idade acima dos 30 anos. Entretanto, por uma constatação desta pesquisadora, o público que frequenta o teatro FECAP privilegia a qualidade da programação, infraestrutura e política de preços, sendo interessante considerar que o teatro talvez não fosse uma opção muito atrativa para classes economicamente mais privilegiadas, que procurariam outras casas de espetáculo por uma questão de estatus (apesar de o teatro apresentar, por vezes, os mesmos artistas) e

localização, onde, para uma parcela considerável, o centro da cidade poderia ser considerado “precário”, longínquo e até mesmo pouco seguro.

O público de entrevistados são de diversas regiões da cidade e também residentes fora do país (2 entre 8), que são atraídos pela qualidade da programação, recursos técnicos, localização, atendimento e política de preços adotada.

A programação e a qualidade do teatro são semelhantes à da rede SESC, daí a grande maioria ser frequentadora de ambos. A política de preços também atrai, de maneira geral, um público de aposentados (meia entrada para estudantes, aposentados e professores). E, segundo Thompson:

“As estratégias de valorização simbólica empregadas pelos indivíduos situados em posições intermediárias estão, freqüentemente, caracterizadas por moderação: os indivíduos valorizam positivamente aqueles bens que sabem estar ao seu alcance, e, enquanto indivíduos cujo valor futuro pode não estar inteiramente seguro, podem valorizar mais aquelas formas simbólicas que os possibilitam empregar seu capital cultural enquanto preservam seus limitados recursos econômicos”. (Thompson, 2000: p. 208)

A citação vem ao encontro do questionário aplicado junto a um casal de aposentados que considerava os preços dos ingressos muito atrativos, pela qualidade dos shows apresentada e também pelo fato de pagarem meia entrada.

A idéia inicial dos cursos de gestão, como um dos pilares do projeto de extensão cultural, era de captar esse “público” potencial para o teatro. No entanto, os próprios alunos dos cursos da FECAP e de outras instituições de ensino da região, frequentam muito pouco os shows musicais. Os convênios firmados pelo teatro privilegiam escolas de música, onde, em teoria, já se encontram apreciadores de música. Ainda não há uma preocupação formal na formação de um público jovem “consumidor” de MPB.

Considerando outras casas de espetáculo, pode-se dizer que a divulgação do teatro na mídia local caminha para uma estratégia de “timidez”, apenas na revista Veja, a Folha e o Estadão. A direção do teatro acredita muito na divulgação “boca-a-boca”, considerando que com isso o público que frequenta o teatro será mais selecionado. No entanto, o teatro aprecia a mídia espontânea que tem se tornado expressiva: no programa Metrópolis, aeroportos e internet.

É política do teatro a doação da master da gravação dos shows para os artistas que se apresentam. Em contrapartida, o teatro requisita que os CDs/DVDs contenham a informação do local de gravação. Cabe ao artista explorar o material da forma que lhe convier. Esta parece ser uma maneira interessante e politicamente correta de divulgar o teatro dentro da comuni-

dade artística, já que agora, decorridos três anos de sua existência, os artistas “procuram” o teatro para apresentação de seus shows.

Como o projeto de extensão é relativamente recente, foi observado que alguns procedimentos ainda não são completamente concretizados, como é o caso do acervo de gravações dos espetáculos para o Centro de Memória e Referência da MPB. As cópias dos shows ainda não foram transferidas para o centro e estão em seu estado original, ou seja, ainda não são passíveis de consulta por pesquisadores.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O teatro FECAP (Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado) é uma iniciativa cultural de qualidade, apresentando nomes importantes da música brasileira, tanto veteranos como jovens talentos. Em seu objetivo maior de divulgar e preservar a MPB, o teatro, juntamente com o espaço expositivo, a rádio e o centro de memória, tem cumprido seu papel, mesmo que dialogando com um público específico. A cidade de São Paulo tem uma nova opção de espaço cultural, onde o projeto de acústica e arquitetura são uma reverência aos artistas, público e a própria música.

Em seu papel disseminador, é importante considerar a política de preços “populares” do teatro, já que seu maior público é de uma classe média que tem em seu capital cultural uma forma de “resistência intelectual” como forma de se manter ou ascender a outro patamar sócio-econômico, no qual financeiramente, talvez, não fosse possível. *“Os indivíduos situados em posições intermediárias podem, assim, empregar a estratégia de pretensão, fingindo ser o que não são e buscando, dessa forma, assimilar-se a posições superiores às suas”.* (Thompson, 2000: p. 209)

Horácio Berlink Neto (presidente) é sem dúvida o grande mentor do teatro-estúdio, que tem em Homero Ferreira (diretor artístico) seu grande aliado e legitimador do projeto. Entretanto, apesar de o teatro ter o apoio da fundação, é preocupante o fato dele ser o ideal de praticamente um homem, cujo passado musical como produtor do programa O Fino da Bossa (e outros shows), pode esclarecer, em parte, sua paixão pela MPB. Preocupante com relação à continuidade do projeto, que apresenta um espaço e programação de qualidade para a cidade a preços atrativos. Uma programação ousada, em que Homero, afim de apresentar a música popular brasileira em sua abrangência, realiza o Primeiro Instrumental FECAP, com arranjadores brasileiros, mas um público que lota apenas 40% do teatro. Atitude admirável de

não apresentar apenas nomes consagrados dando ao público a possibilidade de um conhecimento mais amplo de nossa música, mas até quando e a que preço?

O presente trabalho também teve como objetivo investigar de que maneira os recursos públicos captados pela Lei Rouanet são empregados no teatro. Constatou-se que os recursos auxiliam na manutenção da programação anual, que almeja ser independente de patrocínios fiscais. Apesar do patrocínio, constatou-se que a exposição da marca, tanto da empresa patrocinadora (folder da programação) como do teatro FECAP, não é feita de maneira abusiva ou agressiva como temos constatado como prática corrente do mercado.

O que se pode concluir com o trabalho é que, de certa maneira, o teatro também foi feito para renovar uma instituição centenária, atrelando seu nome à cultura, colocando seu nome constantemente na mídia local e o público em contato com a Fundação/cursos, ou seja, a fundação atinge seu público alvo através de um projeto cultural, divulga seu nome e reforça os laços com a comunidade local. O teatro passa a ter um importante papel na produção, transmissão e acumulação de formas simbólicas.

Para finalizar, mesmo que o teatro insira-se num circuito cultural já formado, sem uma proposta inovadora em termos de conceituação musical, buscando atingir um público já definido e que tivesse apenas objetivos mercadológicos de auto-promoção e divulgação, ainda assim, o ganho para a cidade enquanto opção cultural seria relevante.

4. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CESNIK, Fábio de Sá. *Guia do Incentivo à Cultura*. Manoel, 2007.

COELHO, Teixeira. *Dicionário crítico de política cultural*. São Paulo: Iluminuras, 2004.

Enciclopédia da música brasileira: popular, erudita e folclórica. São Paulo: Art Editora, 2000.

FERREIRA, Maria Nazareth. *Alternativas metodológicas para a produção científica*, 2006.

Lei Rouanet. Lei nº 7.505. 1991.

ORTIZ, Renato. *Cultura brasileira e identidade nacional*. São Paulo: Brasiliense, 2006.

REIS, Ana Carla Fonseca. *Marketing cultural e financiamento da cultura*. São Paulo: Cengage Learning, 2003.

SALDANHA, Rafael Machado. *Estudando a MPB: reflexões sobre a MPB, nova MPB e o que o público entende por isso*. São Paulo: 2008. Trabalho de conclusão de curso do Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea no Brasil da Fundação Getúlio Vargas.

SANTOS, José L. dos. *O que é cultura?* São Paulo: Brasiliense, 1985. 3a ed.

SEMERARO, Giovanni. *Gramsci e os novos embates da filosofia da práxis*. São Paulo: Idéias e Letras, 2006.

THOMPSON, John B. *Ideologia e cultura moderna*. São Paulo: Editora Vozes, 2000.

TINHORÃO, José Ramos. *História social da música popular brasileira*. São Paulo: Editora 34, 1998. 4a ed.

TINHORÃO, José Ramos. *Pequena história da música popular: da modinha ao tropicalismo*. São Paulo: Art Editora, 1928.

Sites

http://www.rodaviva.fapesp.br/materia/257/entrevistados/jose_ramos_tinhorao_2000.htm acessado em 25/08/2009 - Programa Roda Viva - O polêmico historiador da cultura brasileira critica a influência estrangeira no Brasil e fala sobre a história social da música.

ANEXOS

As entrevistas foram realizadas por telefone, mas se por vezes não foram transcritas com as mesmas palavras dos entrevistados, certamente continuam fiéis às idéias principais transmitidas por eles.

Entrevista realizada com Luiz Fernando Carvalho (assistente de produção)
Dia 12/08/2009

Quando foi inaugurado o teatro FECAP?

R.: Em setembro de 2006.

O teatro FECAP parece que ainda não é muito conhecido do público, pelo menos com relação às pessoas que questionei. Poucas conhecem o espaço. O teatro não tem interesse numa divulgação maior?

R.: Na verdade, o teatro prefere a divulgação “boca-a-boca” por considerar que desta forma o público frequentador será mais selecionado.

Em quais mídias vocês divulgam a programação do teatro?

R.: Na revista Veja, o caderno da Folha e o jornal o Estadão. Temos também uma ótima mídia espontânea: o programa Metrópolis que está sempre aqui, a internet e os aeroportos.

Desde quando o teatro utiliza a lei Rouanet?

R.: Há cerca de um ano o Bradesco é nosso patrocinador.

De que forma o Bradesco patrocina o espetáculo?

R.: O banco patrocina parte do show, pagando os artistas.

Vocês tem alguma política de formação de público jovem?

R.: O teatro entrou em contato com escolas de música e cadastrou 30 delas, dependendo do porte da instituição, e doamos cerca de 60 ingressos por semana para os estudantes.

E qual a contrapartida?

R.: Não é bem uma contrapartida. As escolas divulgam o teatro através de cartazes e folders da programação que deixamos na instituição.

Depois de 3 anos de abertura do teatro ele é conhecido pelos artistas?

R.: Sim, agora os artistas é que nos procuram para se apresentarem no teatro.

Pelo que entendi os shows são gravados e a master doada para o artista, sendo que uma cópia integra o acervo da FECAP. O teatro não tem nenhum ganho comercial com isso. Há exigência de alguma contrapartida?

R.: Não, apenas que seja colocado no CD ou DVD que a gravação foi feita no teatro. Muitas vezes também, os artistas quando conhecem o projeto de extensão cultural, fazem doações de seus CDs para nosso acervo de MPB.

Um pesquisador pode consultar o arquivo de shows do acervo?

R.: Sim, é possível. No entanto, os shows ainda estão em backup no teatro, ou seja, precisamos ainda colocá-los num formato que seja possível a pesquisa.

Entendo, na verdade eles ainda não foram enviados para o acervo. Acredito que como o projeto seja relativamente recente ainda há muita coisa na teoria e que precisa ser implantada formalmente, não?

R.: Sim, é verdade o projeto é muito recente.

Entrevista realizada com Luiz Fernando Carvalho (assistente de produção)
Dia 24/08/09

Qual o perfil de público que o teatro quer atingir?

R.: Segundo a direção, um público das classes A e B, de profissionais liberais, acima dos 30 anos. Atualmente, a faixa etária varia entre 18 e 70 anos.

O teatro já fez alguma pesquisa para conhecer o perfil de público que o frequenta?

R.: Iniciamos uma vez, mas não demos continuidade.

Como é a lotação do teatro?

R.: Com artistas consagrados, o teatro lota 100% , algumas vezes com temporadas prorrogadas, mas com artistas jovens e menos conhecidos, ou como no 1º Instrumental FECAP, a lotação chega a 50%.

Existe também o caso em que os artistas fazem uma temporada no SESC e depois no teatro FECAP, por isso não temos o teatro lotado.

Há abertura para um artista jovem apresentar-se no teatro?

R.: Sim, ele deve enviar seu trabalho para ser avaliado pelo Homero.

Os alunos da FECAP ou de outras instituições da região frequentam o teatro?

R.: Muito pouco...sei porque trabalhei na bilheteria.

Como o Homero faz a programação do teatro?

R.: Geralmente, como ele é bastante conhecido no meio artístico, ele faz o contato com os artistas e depois nós cuidamos dos detalhes da produção.

Entrevista realizada com Thyago Bráulio (produtor executivo)

Dia 13/08/2009

Qual a missão do teatro FECAP?

R.: Divulgar e preservar a memória da MPB.

O teatro faz parte do projeto de extensão cultural?

R.: Sim, juntamente com a área expositiva, a rádio e o centro de memória.

E o curso de gestão de business também, não?

R.: Sim, mas não estou muito a par desse curso. O melhor seria você conversar como o coordenador da área. O que sei é que agora existem dois cursos: o de gestão de patrocínio e o de gestão de patrocínio esportivo.

E como esses cursos se articulam com o projeto de extensão cultural?

R.: O que acontece é que os estudantes que fazem o curso, entram em contato com a fundação e por meio dela conhecem o teatro, a rádio, ...

Na verdade você está falando em formar um público para o teatro, não?

R.: Sim.

Existe alguma preocupação em formar um público “consumidor” jovem para o teatro?

R.: Na verdade, temos apenas o convênio firmado com escolas de música. No entanto, não acredito que os jovens estejam muito interessados em MPB...pelo menos no que pude constatar em conversas com alguns deles.

A fundação utilizou recursos próprios para o projeto do teatro FECAP?

R.: Sim. A lei Rouanet é utilizada há apenas um ano.

E como funciona?

R.: Fazemos a captação para uma parte do show, o que nos permite pagar os profissionais do espetáculo.

O teatro ainda é pouco conhecido do público, não?

R.: É...você não é a primeira a me dizer isso. Mas temos um espaço e programação de qualidade.

Entrevista aberta realizada com Homero Ferreira (diretor artístico)

Dia 18/08/2009

Como surgiu a idéia do teatro FECAP?

R.: Horácio me procurou com a idéia do teatro-estúdio. Disse que minha presença era fundamental no projeto. Eu mesmo achei a idéia fantástica: um teatro-estúdio para gravações de alta qualidade ao vivo e dedicado à MP. Veja que o Horácio poderia muito bem continuar apenas cuidando de sua empresa e na diretoria da fundação (na qual ele não é remunerado), no entanto, optou pelo projeto diletante do teatro.

Para você conhecê-lo melhor ele foi o produtor do show “O fino da Bossa” e é o proprietário desse nome. Aliás, já ofereceram muito dinheiro pelo nome...mas ele nunca teve a intenção de vendê-lo.

Ainda temos muito o que fazer. Nós temos apenas três anos de teatro e muitas idéias.

Com relação à política de preços do teatro...

R.: Sempre lutei internamente para que tivéssemos ingressos a preços “populares”.

Esta é, em parte, a essência da entrevista com Homero, alguns assuntos foram suprimidos pois não se relacionavam diretamente com o tema. No entanto, a idéia é que a entrevista pudesse continuar num outro momento, mas isso não ocorreu, pois o entrevistado, por problemas de saúde, foi obrigado a ausentar-se do teatro por cerca de 30 dias.

Entrevistas realizadas com o público do teatro FECAP, na área expositiva, antes do show de Mônica Salmaso.

Dia 29/08/2009

Entrevistado 1

Faixa etária: 40 anos Nível de escolaridade: superior - arquiteto

Bairro em que mora: Paraíso

É a primeira vez vem ao teatro? Quantas vezes já esteve no teatro?

R.: Não. Cerca de 5 vezes.

Gosta da programação? Dos shows? Por quê?

R.: Muito, são de excelente qualidade.

Por quais meios ficou conhecendo o teatro?

R.: Amigo.

O teatro tem algum diferencial para você com relação às outras salas de espetáculos?

R.: Sim, a ótima acústica, a visibilidade, localização e atendimento.

Quais outros locais de espetáculo tem o hábito de frequentar?

R.: SESC e Tom Brasil.

Tem outras atividades culturais?

R.: Exposições e cinema.

A política de preços praticada no teatro (ingressos entre R\$20,00 e R\$40,00) é atrativa?

R.: Sim, muito. Os preços são justos.

O que é MPB para você? (o que você entende com sendo MPB)

R.: É uma produção musical eminentemente urbana, produzida a partir da década de 60.

Entrevistado 2

Faixa etária: 30 anos

Nível de escolaridade: superior - musicista

Bairro em que mora: Em Minas Gerais, de Extrema.

É a primeira vez que vem ao teatro? Quantas vezes já esteve no teatro?

R.: Sim.

Gosta da programação? Dos shows? Por quê?

R.: Gostei da programação, no entanto é a primeira vez que venho ao teatro trazida por minha amiga.

Por quais meios ficou conhecendo o teatro?

R.: Internet.

O teatro tem algum diferencial para você com relação às outras salas de espetáculos?

R.: Ainda não sei dizer.

Quais outros locais de espetáculo tem o hábito de frequentar?

R.: Em São Paulo: SESC, Memorial da América Latina e o Teatro Municipal.

Tem outras atividades culturais?

R.: O teatro.

A política de preços praticada no teatro (ingressos entre R\$20,00 e R\$40,00) é atrativa?

R.: Sim, muito.

O que é MPB para você? (o que você entende com sendo MPB)

R.: Música do país.

Entrevistado 3

Faixa etária: 60 anos

Nível de escolaridade: superior - professora de literatura portuguesa

Bairro em que mora: Estados Unidos - Califórnia

É a primeira vez que vem ao teatro? Quantas vezes já esteve no teatro?

R.: Não. Cerca de 2 vezes.

Gosta da programação? Dos shows? Por quê?

R.: A programação é excelente. Tem qualidade musical e ótimos instrumentistas.

Por quais meios ficou conhecendo o teatro?

R.: Irmão.

O teatro tem algum diferencial para você com relação às outras salas de espetáculos?

R.: Sim, é aconchegante, moderno, limpo, simpático e com ótima acústica.

Quais outros locais de espetáculo tem o hábito de frequentar?

R.: OSESP, Cultura Artística e bares com música ao vivo.

Tem outras atividades culturais?

R.:

A política de preços praticada no teatro (ingressos entre R\$20,00 e R\$40,00) é atrativa?

R.: É muito importante. São Paulo é uma cidade cara, se você ainda tiver que penalizar a cultura...

O que é MPB para você? (o que você entende com sendo MPB)

R.: É Brasil. A cultura brasileira se diferencia pela literatura e pela música.

Entrevistado 4

Faixa etária: 30 anos

Nível de escolaridade: superior - arquiteto

Bairro em que mora: Vila Anglo Brasileira

É a primeira vez que vem ao teatro? Quantas vezes já esteve no teatro?

R.: Não. No teatro FECAP umas 4.

Gosta da programação? Dos shows? Por quê?

R.: Gosto muito, pois o teatro proporciona uma programação variada e de muita qualidade. Ainda mais com foco na música brasileira. As condições técnicas (acústicas) do teatro também fazem com que seja atraído para escutar os músicos que se apresentam.

Por quais meios ficou conhecendo o teatro?

R.: Jornais/imprensa.

O teatro tem algum diferencial para você com relação às outras salas de espetáculos?

R.: Condições técnicas e facilidade de acesso.

Quais outros locais de espetáculo tem o hábito de frequentar?

R.: SESC, Tom Jazz, Municipal.

Tem outras atividades culturais?

R.: Teatro e exposições com mais frequência. Museus um pouco menos. Frequento muito cinema..

A política de preços praticada no teatro (ingressos entre R\$20,00 e R\$40,00) é atrativa?

R.: Sim, muito.

O que é MPB para você? (o que você entende com sendo MPB)

R.: Entendo como MPB a música feita por brasileiros e que possui as influências de ritmos tradicionais e ou que foram criados por brasileiros.

Entrevistado 5

Faixa etária: 20 anos

Nível de escolaridade: superior

Bairro em que mora: Pinheiros

É a primeira vez que vem ao teatro? Quantas vezes já esteve no teatro?

R.: Sim.

Gosta da programação? Dos shows? Por quê?

R.: Não sei dizer, sou convidada.

Por quais meios ficou conhecendo o teatro?

R.:

O teatro tem algum diferencial para você com relação às outras salas de espetáculos?

R.:

Quais outros locais de espetáculo tem o hábito de frequentar?

R.: SESC, Memorial da América Latina e Centro Cultural Vergueiro.

Tem outras atividades culturais?

R.: Sim, o teatro.

A política de preços praticada no teatro (ingressos entre R\$20,00 e R\$40,00) é atrativa?

R.: É justa.

O que é MPB para você? (o que você entende com sendo MPB)

R.: É qualidade.

Entrevistado 6

Faixa etária: 60 anos - casal de aposentados

Nível de escolaridade: superior

Bairro em que mora: Santo Amaro

É a primeira vez que vem ao teatro? Quantas vezes já esteve no teatro?

R.: Não. Duas vezes.

Gosta da programação? Dos shows? Por quê?

R.: Sim.

Por quais meios ficou conhecendo o teatro?

R.: Jornais, o Estadão.

O teatro tem algum diferencial para você com relação às outras salas de espetáculos?

R.: É um teatro novo, com bom atendimento, fácil acesso e estacionamento.

Quais outros locais de espetáculo tem o hábito de frequentar?

R.: SESC, Teatro Abril e Sala São Paulo.

Tem outras atividades culturais?

R.:

A política de preços praticada no teatro (ingressos entre R\$20,00 e R\$40,00) é atrativa?

R.: É ótima, bem acessível. Pelo que oferece, é ótima.

O que é MPB para você? (o que você entende com sendo MPB)

R.: É a música feita por brasileiros.

Entrevistado 7

Faixa etária: 60 anos

Nível de escolaridade: colégio clássico

Bairro em que mora: Estados Unidos

É a primeira vez que vem ao teatro? Quantas vezes já esteve no teatro?

R.: Sim.

Gosta da programação? Dos shows? Por quê?

R.:

Por quais meios ficou conhecendo o teatro?

R.:

O teatro tem algum diferencial para você com relação às outras salas de espetáculos?

R.:

Quais outros locais de espetáculo tem o hábito de frequentar?

R.: SESC.

Tem outras atividades culturais?

R.:

A política de preços praticada no teatro (ingressos entre R\$20,00 e R\$40,00) é atrativa?

R.: Sim, é razoável.

O que é MPB para você? (o que você entende com sendo MPB)

R.: É música de muita qualidade. É Brasil.

Entrevistado 8

Faixa etária: 40 anos Nível de escolaridade: Primeiro grau - fotógrafo

Bairro em que mora: Pirituba

É a primeira vez vem ao teatro? Quantas vezes já esteve no teatro?

R.: Não, cerca de 10 vezes.

Gosta da programação? Dos shows? Por quê?

R.: Muito.

Por quais meios ficou conhecendo o teatro?

R.: Internet

O teatro tem algum diferencial para você com relação às outras salas de espetáculos?

R.: O teatro é confortável e tem boa acústica.

Quais outros locais de espetáculo tem o hábito de frequentar?

R.: SESC.

Tem outras atividades culturais?

R.:

A política de preços praticada no teatro (ingressos entre R\$20,00 e R\$40,00) é atrativa?

R.: Geralmente sou convidado, mas pela qualidade dos shows não acho os ingressos caros.

O que é MPB para você? (o que você entende com sendo MPB)

R.: É a melhor música do mundo, não sei se consigo viver sem ela.