

figac . 2016

www.figacipvc.wordpress.com



02 e 03 junho

VII

2016

fórum
internacional de

**gestão artística
e cultural**

GESTÃO CULTURAL: FORMAÇÃO E PROFISSIONALIZAÇÃO



Título: **FIGAC 2016 – Gestão Cultural: Formação e Profissionalização**
Organização: **Manuel Gama**
Capa: **Play Bleu**
ISBN: **978-989-8756-11-4**
Depósito Legal: **422784/17**
Formato: **E-Book, 160 páginas**
Data de publicação: **2017, março**

Editor: **Escola Superior de Educação
Instituto Politécnico de Viana do Castelo
Viana do Castelo**

© **Escola Superior de Educação de Viana do Castelo 2017. Todos os Direitos Reservados.**
A presente publicação encontra-se disponível gratuitamente em www.figacipvc.wordpress.com.

Mecanismos de Internacionalização de Projetos Artísticos – O Caso das Artes de Rua

Bruno Costa

bc23.bc23@gmail.com

Escola das Artes, Universidade Católica Portuguesa

Portugal

Luís Teixeira

lteixeira@porto.ucp.pt

Escola das Artes, Universidade Católica Portuguesa

Portugal

Mariana Barbosa

mbarbosa@porto.ucp.pt

Escola das Artes, Universidade Católica Portuguesa

Portugal

Notas Biográficas

Bruno Costa é mestrando em Gestão de Indústrias Criativas pela Universidade Católica Portuguesa, com a investigação para a dissertação a incidir sobre as dinâmicas de internacionalização para os artistas de rua. Bruno Costa integra a direção criativa e gestão de projeto do festival Imaginarius, desenvolvendo, ainda, outros projetos de consultoria e assessoria nos domínios cultural e criativo. [<http://www.degois.pt/visualizador/curriculum.jsp?key=9110074233720140>]

Luís Teixeira é doutorado em Engenharia Eletrotécnica e de Computadores pela Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto. Mestre e Licenciado em Engenharia Eletrotécnica e de Computadores pela Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto. Professor Auxiliar Convidado da Escola das Artes. Docente em Som e Imagem. [<http://www.degois.pt/visualizador/curriculum.jsp?key=8443619925656864>]

Mariana Barbosa é doutorada em Psicologia da Justiça pela Universidade do Minho. Coordena o Grupo de Investigação e Intervenção em Psicologia da Paz (GIPP) e é investigadora no Group on International Perspectives on Governmental Aggression and Peace. Tem desenvolvido investigação na área da Psicologia da Paz, em torno da compreensão dos processos de legitimação da violência e dos fenómenos de exclusão social. [<http://www.fep.porto.ucp.pt/pt/docentes-mariana-barbosa>]

Resumo

A difusão internacional de projetos artísticos revela-se, atualmente, como um dos fatores limitantes para o sucesso de artistas num contexto europeu cada vez mais amplo. A capacidade de comunicação através de ferramentas adequadas e a utilização dos sistemas de promoção ou apoio à difusão poderão revelar-se como fatores facilitadores dos processos de difusão internacional. Estudaram-se os modelos e estratégias de funcionamento de 3 modelos distintos de suporte à internacionalização, observando as características de alguns exemplos concretos, com foco específico nas Artes de Rua. A autopromoção, os agentes de representação públicos e privados e as redes de cooperação são os três eixos explorados durante o trabalho. A observação das diferentes ferramentas revelou as dificuldades resultantes do trabalho isolado ao nível da autopromoção, em contraste com os resultados mais sólidos de alguns dos agentes de representação a atuar no mercado. Por outro lado, a maioria das redes de cooperação revelam-se estruturas mais fortes ao nível da representação de programadores e estruturas, com impacto mais reduzido na atividade dos artistas.

Palavras-chave: Internacionalização; Artes de Rua; Difusão; Cooperação

Costa, B.; Teixeira, L. & Barbos, M. (2017). Mecanismos de Internacionalização de Projetos Artísticos – O Caso das Artes de Rua. In Gama, M. (ed.), *FIGAC 2016 – Gestão Cultural: Formação e Profissionalização*, Escola Superior de Educação de Viana do Castelo, 7ª Edição do Fórum Internacional de Gestão Artística e Cultural, 2-3 junho 2016, (77-97). Disponível em www.figacipvc.wordpress.com.

INTRODUÇÃO

As artes de rua são um contexto artístico com longa tradição na Europa e uma grande expressão a partir das décadas de 60 e 70 do século passado, aquando de uma grande contestação do movimento artístico, que conduziu a transformações profundas na forma de encarar a expressão artística no espaço público (Rubio, 2011). No entanto, a “generalização” deste contexto artístico no mercado europeu aconteceu apenas nas décadas de 80 e 90, numa quase reação à industrialização do mercado da cultura. Neste período, a Europa, e também Portugal, assistiu ao surgimento de um grande número de companhias organizadas e ao nascimento das criações de grande formato para o espaço público (Floch, 2007).

A conquista de políticas e a criação do mercado único europeu foram fatores que, há muito, potenciaram o incremento na mobilidade de artistas à escala continental, potenciando a transdisciplinaridade, o trabalho conjunto ou a circulação de espetáculos. Nas últimas décadas, os fatores facilitadores da contratação ao nível legal e as facilidades ao nível das fronteiras foram motivos centrais para uma maior mobilidade de artistas.

O relatório de estado da arte da performance no espaço público na Europa, elaborado pelo Hors Les Murs para o Parlamento Europeu em 2007, dá conta da existência de mais de 600 festivais de rua na Europa, sendo 250 deles em França. Deve atender-se a que este relatório reporta a situação antes da crise financeira, mas poderá ceder-nos dados dos níveis de circulação e da mobilidade de artistas (Floch, 2007). Assim, em 2007, o orçamento dos festivais de rua europeus variava entre os 50 mil euros e milhão e meio de euros, sendo mais de 70% deles realizados no período entre Maio e Setembro. As companhias britânicas, belgas, alemãs, holandesas e espanholas eram as que atingem maiores níveis de circulação internacional. Já nesta altura a relação contratual dos festivais com os artistas se revestia de diversos modelos, que vão desde a cobertura total das despesas e caches artísticos ou a sistemas mais restritivos de cobertura parcial ou apenas ajudas de custo (Floch, 2007).

Na última década, a Europa mergulhou numa crise económica complexa que a fez repensar a sua forma de estar e as conexões entre os diversos estados membros. De uma forma geral, a evolução verificada entre 2007 e 2013 revela uma diminuição quase generalizada no acesso e participação culturais, sendo que as artes de rua e outras atividades performativas não são exceção (Vitorino, 2014). Num contexto de crise social, com algumas questões étnica e xenófobas patentes, a política central de Bruxelas tem seguido medidas de promoção da mobilidade entre os estados membros para as mais diversas áreas da economia, capazes de aumentar a diversidade e os desafios para a comunidade, reduzindo as tensões sociais e rumando para a identificação de uma identidade única europeia (European Commission, 2014a).

Atualmente a tradicional abordagem artística, focada em diversos conceitos meramente culturais e conceptuais, tende a ser substituída por uma abordagem a um mercado mais complexo e dinâmico, onde os conceitos das indústrias criativas ganham terreno, levando os diversos *players* a adaptarem a sua interação com o mercado, no sentido de uma comercialização mais vincada dos projetos artísticos, em detrimento de abordagens mais específicas.

A compreensão da situação atual do mercado europeu de artes de rua, no que à mobilidade diz respeito, será um fator imperativo para uma análise ponderada das tendências no sentido da internacionalização de projetos artísticos na Europa.



Figura 1 – Agentes do mercado europeu das artes de rua e suas interligações

MECANISMOS DE INTERNACIONALIZAÇÃO DE ARTISTAS DE RUA

Os processos de internacionalização correspondem a um conjunto base de características, que dependem em forte medida do contexto político, social e económico a cada momento. Atualmente, a União Europeia representa um território privilegiado para a difusão, através de políticas de mercado livre e geração de projetos de intercâmbio, promotores de uma circulação mais vasta de artistas no seu território.

Em 1993, o Tratado de Maastricht trouxe à União Europeia um novo conceito de mobilidade de pessoas, bens e serviços sem qualquer tipo de restrições. Neste contexto global, os artistas e a atividade criativa cultural estão integrados nesta dinâmica, rumo à criação de uma Europa única e plural. Ao longo das últimas décadas, o foco do financiamento tendeu a rumar no sentido das parcerias internacionais, alargando a visão das parcerias e colaborações entre diferentes estados membro e, com isso, potenciando a exportação de bens e serviços culturais. A mobilidade dos profissionais do setor cultural e criativo é, atualmente, uma das prioridades estratégicas da Comissão Europeia (Hynes, 2013).

Em 2010, as exportações de bens culturais no espaço europeu eram bem mais significativas do que as importações, representando 0,6% do total de exportações, contra 0,4% ao nível da importação. O Reino Unido (1,8%), a Estónia (0,7%) e a França, Chipre, Letónia e Áustria (0,6%) eram, à data, os países da União Europeia com maior expressão de exportação no seu setor cultural (European Union, 2014a). Também em Portugal a tendência de crescimento é notória ao nível da exportação de bens culturais, com uma média de incremento de 10% ao ano (Augusto Mateus & Associados, 2013).

De uma forma sintética, poderemos considerar duas grandes etapas na cadeia de valor da criação artística, sendo que cada uma delas incorpora uma fase intelectual, criativa ou de estratégia e uma outra de operacionalização e/ou produção, como se pode observar na Tabela 1 para cada uma destas etapas, iremos encontrar e definir diferentes ferramentas facilitadoras de internacionalização.

Criação & Produção	Promoção & Difusão
. auto gestão	. auto-promoção
. centros de criação	. agências e promotores
. redes de criação	. redes de difusão

Tabela 1 – Modelos de gestão e fatores facilitadores da difusão e sua atuação na cadeia de valor da criação artística

Estudos recentes relativos à estrutura dos festivais artísticos identificam 3 diferentes correntes de pensamento e programação (Getz, 2010). As correntes clássicas de pensamento colocam os festivais como espaços de pensamento antropológico e sociológico, explorando os impactos da arte e da criatividade na sociedade e na cultura. Já a perspectiva do turismo de festivais introduz um discurso experimental, que foca o marketing e o desenvolvimento económico como fatores centrais dos impactos a montante do festival. Numa perspectiva mais arrojada, encontramos a corrente da experimentação que encara os festivais como momentos potenciais de teste de novas ideias e projetos, *quasi* laboratórios artísticos (Getz, 2010). Esta última corrente será de valor acrescentado na difusão e promoção de novos projetos, funcionando os festivais enquadrados nesta corrente como ferramentas de valor acrescentado para a difusão.

Autopromoção

A autopromoção corresponde ao tradicional formato de autonomia dos artistas, em que além da criação, estes são também responsáveis pela sua promoção e gestão da difusão. Este modelo tem revelado funcionar para pequenos artistas emergentes e para projetos de larga escala com boas estruturas administrativas internas que possam suportar os processos mais burocráticos.

Da experiência dos artistas, este processo é tido como duro e complexo, limitador do tempo criativo e da verdadeira função artística, pelo que seja, regra geral, visto por estes como algo complexo e difícil de concretizar.

Em países onde o mercado das artes de rua é pequeno, como Portugal ou na Europa de Leste, este continua a ser o modelo mais utilizado, até pela falta de alternativas estruturadas e com *know-how* nesta área. Mas outros países de pequena dimensão, como a Irlanda, estão já a desenvolver pequenas estruturas capazes de suportar artistas, com especial foco para artistas emergentes, mimetizando as grandes potências das artes de rua (Espanha, França e Itália).

Assim, este modelo de sustentabilidade tende a cair em desuso, pelo menos para estruturas artísticas de pequena e média dimensão, ficando restrita às grandes companhias internacionais, sustentadas pela necessidade de uma estrutura mais complexa de funcionamento de recursos humanos especializados.

Agentes & Promotores

Como resposta às limitações da autopromoção, ao longo das últimas décadas o conceito de agentes, inicialmente aplicado aos artistas de âmbito musical, foi alargado a outras áreas artísticas, sem esquecer a performance e as artes de rua. Estes, são essencialmente agentes privados que elaboram um catálogo e/ou portefólio de artistas e/ou espetáculos fazendo o trabalho de venda a nível local, regional, nacional ou internacional consoante o seu âmbito de atuação.

No início da década passada este processo era embrionário e semiprofissional, sendo que hoje encontramos algumas estruturas de tal forma sólidas que são capazes *per si* de organizar *showcases* paralelos a feiras performativas ou mesmo vender pacotes de programação para alguns festivais menos estruturados.

Considerando as múltiplas realidades em diferentes países, os próximos parágrafos expõem de forma sucinta a estrutura de funcionamento de alguns dos agentes e promotores privados a atuar no mercado europeu.

Frans Brood Productions¹

Frans Brood Productions é uma agência de produção e distribuição internacional, com sede em Gent (Bélgica), fundada em 1983. O seu foco de ação centra-se na dança contemporânea e em diversos géneros de teatro, circo e performance para o espaço público. Atualmente, a Frans Brood atua em toda a Europa, tendo, ainda, uma seleção de artistas com internacionalização regular para a Austrália e a Nova Zelândia.

A sua atividade inclui parcerias com artistas externos ao Benelux – espaço geográfico central da sua atividade, nomeadamente de Espanha e França. A sua ligação a múltiplos *stakeholders* faz desta agência uma das mais fortes da Europa e um parceiro estratégico da primeira agência de promoção das artes de rua das Flandres, assim como diversas parcerias de circulação com o governo holandês, que habitualmente desenvolve trabalho específico nesta área. O portefólio da Frans Brood inclui um conjunto de companhias e artistas de grande relevo na intervenção para o espaço público, com destaque para Cie Oposito, Circus Ronaldo, Collectif Malunés, Kamchàtka, Grupo Puja! e TUIG.

¹ <http://www.fransbrood.com/>

HH Producties²

A HH Producties é uma agência de promoção de projetos teatrais e performativos, com sede em Amsterdão (Holanda), que opera com companhias nacionais e internacionais, com o objetivo de divulgar o seu trabalho em teatros, festivais e outros eventos. Oferece um conjunto de serviços e está presente em diversos festivais de toda a Europa, com projetos de circo contemporâneo, artes de rua, instalação e performance.

O portefólio da HH Producties integra alguns dos nomes mais vinculados do panorama atual das artes performativas para o espaço público, com destaque para Cie Artonik, Cie Willi Dorner, Delinus, Les Commandos Percu e Le Cirque du Platzak.

International Show Parade³

A International Show Parade é uma agência de artistas de rua, com sede em Roma (Itália), fundada em 1998, por Fulvio Trifelli e Paola Censi. Tendo o seu *background* artístico, mais do que agenciar, esta empresa organiza eventos, paradas e diversos géneros de espetáculos e festivais no espaço público um pouco por todo o Mundo (Europa, Ásia, Emirados Árabes Unidos e Estados Unidos da América), em colaboração com alguns dos artistas mais prestigiados. Este é um projeto que aborda o mercado de uma forma mais comercial, tendo em consideração de forma bastante vinculada os eventos privados e diversas abordagens artísticas a projetos de comunicação cooperativa e de marketing empresarial.

La Maleta dels Espectacles⁴

La Maleta dels Espectacles é uma estrutura de agenciamento e promoção de artistas de circo, magia e teatro de objetos da Catalunha (Espanha), direcionando a sua atividade na circulação dos espetáculos no mercado espanhol e na exportação para outros mercados europeus. O portefólio integra, entre outros, Anna Montserrat, Compañía B, Estropicio, Ne Me Titere Pas, Los Caneca, Produccions Essencials e Acetato Teatro.

² <http://www.hhproducties.nl/>

³ <http://www.internationalshowparade.com/>

⁴ <http://www.lamaletadelsespectacles.com/>

23 Arts⁵

23 Arts é uma empresa, sediada em Barcelona (Espanha), dedicada à produção e distribuição de espetáculos de artes de rua, teatro visual, teatro de objetos e, ainda, circo e teatro de sala. A sua atividade fundamental prende-se com o agenciamento e a promoção de várias dezenas de espetáculos e artistas de diversas nacionalidades, de onde se podem destacar Claire Ducreux, Circ Bover, Circ Panic, Acrojou, David Moreno, Vol'e Temps, Les Bleus de Travail e Mimbre.

Artekale⁶

A Artekale é a associação das artes de rua do País Basco (Espanha) e opera num modelo de cooperação entre companhias e agências de promoção, rumo à divulgação dos artistas de rua desta região do norte de Espanha nos mercados interno e externo. Este sistema de promoção integra 3 agências a trabalhar em unísono: a Aire Aire, a Infinita Escena e a Portal 71 Producciones e, ainda, 7 festivais, com o objetivo comum de promover dezenas de companhias e artistas do País Basco.

Fool's Paradise⁷

A Fool's Paradise foi a primeira agência britânica dirigida à performance para o espaço público. Fundada em 1991, é atualmente uma referência internacional na promoção da circulação e difusão de pequenos artistas e projetos de rua de todo o mundo. A experiência de longa data levou esta empresa a ir mais longe, sendo que atualmente responde de forma ativa a solicitações de gestão de programação de eventos e não apenas à venda exclusiva de artistas por catálogo. Do portefólio da Fool's Paradise destacam-se alguns nomes de referência do panorama internacional, tais como Artizani, Dream Engine, George Orange, Urban Canvas ou Whalley Range All Stars.

Ute Classen⁸

Ute Classen é uma agente individual alemã, que trabalha ao nível da gestão de artistas ao nível das artes performativas. O seu foco de atenção no desenvolvimento, produção, promoção e distribuição de

⁵ <http://www.23arts.com/>

⁶ <http://www.artekale.org/>

⁷ <http://www.foolsparadise.co.uk/>

⁸ <http://www.ute-classen.de/>

novos projetos e espetáculos à escala global. O portefólio desta agência inclui os italianos Ondadurto Teatro além de outros projetos artísticos.

Promotores Públicos

A promoção de artistas pode, ainda, ser cooperada por agentes públicos que, embora com responsabilidade limitada na contratação, podem ter uma importância extrema na comunicação e divulgação de projetos, com especial enfoque no mercado internacional. O *Flanders Arts Institute* e o programa *Creative Catalonia* são dois exemplos vindados do envolvimento dos Governos Regionais na promoção dos seus artistas de rua, numa lógica de exportação, com exemplos de sucesso muito vincado no panorama europeu, onde estas duas regiões são capazes de exercer um papel central na difusão de projetos artísticos para o espaço público.

Redes de Criação e Difusão

As redes de artistas e festivais, que atuam nos dois eixos centrais da cadeia de valor da criação artística, são, cada vez mais, ferramentas de uso generalizado para a criação e difusão de projetos artísticos. Nas próximas páginas são descritas as principais redes a atuar na europa, com destaque para o seu modo de funcionamento e principais características de apoio.

Circostrada Network⁹

A Circostrada Network é a maior rede europeia de promoção das artes de rua e do novo circo. O seu principal foco está na observação e informação sobre o mercado, promovendo, ainda, eventos de partilha capazes de potenciarem o trabalho em rede transnacional. A missão centra-se na procura de melhores condições de trabalho para os profissionais desta área, com base em avaliações à escala europeia e projetos de parceria alargada. Esta rede, criada em 1993, tem sede em Paris, no Hors Les Murs, o maior centro europeu de investigação para as artes de rua e novo circo, que, em cooperação com o programa Europa Criativa, é o principal financiador do projeto.

Atualmente integram a rede 65 membros de 22 países, que em conjunto operam um vasto leque de atividades, suportadas num programa cofinanciado pela União Europeia, que pretende reforçar a missão da Circostrada e abrir novos eixos de atuação: intercâmbio profissional, partilha de informação e

⁹ www.circostrada.org

comunicação; trabalho em diferentes escalas e contextos, aprendendo sobre diversas realidades; apoio às artes de rua e novo circo à escala europeia; integração profissional.

O projeto em desenvolvimento atual (2014-2017) foca eixos de ação e investigação muito específicos que servem de base a todo o trabalho no terreno: inovação: desenvolvimento de novos modelos, diálogo com outros sectores, novas experiências de desenvolvimento; educação de públicos; cooperação com outras redes; observação: criação de ferramentas de observação do mercado, atendendo às especificidades das regiões; diversidade.

Com base nestes pressupostos, a Circostrada desenvolveu um plano de trabalho ambicioso que se divide em 3 áreas: atividades nucleares da rede; programas piloto; atividades específicas.

As atividades nucleares incluem as assembleias gerais bianuais, que concentram, ainda, as atividades centrais dos grupos de trabalho específicos; as atividades de informação e comunicação; e a organização de seminários internacionais anuais na linha da advocacia (ECoC Seminar) e específicos de área de atividade (Fresh Circus e Fresh Street), em regime de alternância.

Os seminários ECoC acontecem anualmente numa antiga Capital Europeia da Cultura, com o objetivo de compreender os efeitos do evento no mercado do novo circo dessa cidade, fazendo paralelismos com outras Capitais Europeias da Cultura. Estes seminários pretendem ter uma ação direta na avaliação das políticas culturais adoptadas, com o objetivo de colaborar na definição de políticas mais adequadas nos projetos do futuro.

Os eventos “FRESH”, são, tal como o nome indica, espaços de encontro aberto e plural para os profissionais das artes de rua e do novo circo. Estes eventos, dividem a atividade da rede nas suas duas áreas dominantes, fazendo avaliações específicas e individualizadas em anos alternados. Nos anos ímpares acontece o FRESH STREET e nos anos pares o FRESH CIRCUS. Na prática, estes seminários são eventos bem mais largos que os seminários ECoC, abertos ao grande público, mas que se sustentam numa massa crítica sólida e sustentável que possibilita uma discussão com objetivos e resultados.

As próximas edições destes seminários produzirão 2 documentos, a ser traduzidos em todas as línguas da União Europeia, com linhas orientadoras profissionais que serão entregues à Comissão Europeia com o objetivo de redesenhar as políticas do sector, a médio prazo.

A Circostrada desenvolveu também 3 projetos piloto, com o objetivo de responder a alguns anseios de explorar temas inovadores e perspetivar ferramentas futuras. O CS Lab pretende aplicar um novo modelo de *brainstorming*, em que 8 a 10 pessoas discutem abertamente, num workshop, um assunto da ordem do dia, estabelecendo nesse período um conjunto de ideias escritas e fundamentadas. O CS

Hubble é uma estrutura de observatório que pretende identificar as boas práticas profissionais e mapear as artes de rua e novo circo nos países da União Europeia. O CS Audience funciona como uma base de dados que centraliza toda a informação de projetos inovadores no âmbito da educação de públicos.

No âmbito do programa específico a 3 anos, a Circostrada desenvolve, ainda, outras atividades em momentos ocasionais, como seminários de treino e formação, *focus meetings* sobre variados assuntos, *off the record sessions* integradas em eventos de parceiros da rede e um novo projeto de universidade de Verão exclusiva para membros da rede.

IN Situ ^{10 11}

O IN Situ nasceu como um núcleo de parcerias e promoção da criação a uma escala internacional, promovida pelo Lieux Publics, um centro francês de criação para as artes de rua, com sede em Marselha. Após um apoio do programa Cultura da União Europeia, o projeto piloto estabeleceu um conjunto de parcerias à escala europeia, promovendo a circulação dos projetos parceiros por diversos países.

Programa evoluiu para uma plataforma à escala europeia que pretende transformar-se, a médio prazo, numa referência para os artistas e as Artes de Rua na Europa, através do trabalho em rede no apoio a artistas emergentes na sua ação para o espaço público e na construção de uma identidade europeia. Em simultâneo, pretende aumentar a mobilidade à escala europeia, sendo exemplo disso os cerca de 80 artistas apoiados entre 2011 e 2014 (IN Situ, 2014).

Numa segunda fase, também esta rede é cofinanciada pelo novo programa Europa Criativa, sendo para o efeito desenvolvida uma nova rede, com 19 parceiros de 14 países, esta focalizada na criação para o espaço público, que tem como objetivos para o programa em curso o desenvolvimento de um conjunto específico de ações dirigidas à promoção da criação artística e sua difusão:

- i. *Métamorphoses* – programa dirigido à promoção de condições para o desenvolvimento de criações partilhadas entre diversos *players*;
- ii. *Ville en partage* – programa de criações *site specific*, com vista ao desenvolvimento de ações dirigidas a uma cidade e a comunidade envolvente;
- iii. *Écrire côte à côte* – programa em que 20 artistas e 20 programadores participam em conjunto num workshop de escrita;

¹⁰ <http://www.lieuxpublics.com/fr/in-situ>

¹¹ http://ec.europa.eu/culture/news/2014/documents/in-situ-press-release_en.pdf

-
- iv. *Walk In Progress* – programa de criação nómada, onde 9 artistas circulam por vários pontos da Europa rumo à incorporação de novos elementos num projeto transnacional e multidisciplinar;
 - v. *Artistes au chevet des villes* – discussão de linhas orientadoras a nível político e social para a melhoria da convivência em comunidade através da arte no espaço público;
 - vi. *Arpenter l'Europe* – programa de promoção da difusão dos artistas na Europa;
 - vii. *Européens à l'international* – apoio à circulação de artistas europeus para outros continentes.

Esta plataforma, apesar de mais pequena do que a Circostrada, representa *per si* cerca de 30 festivais de rua da Europa, com uma audiência anual superior a 1 milhão de pessoas.

EFFE^{12 13 14}

O EFFE – Europe for Festivals/Festivals for Europe é um projeto da European Festivals Association (EFA) que visa mapear os festivais artísticos da Europa, fazendo, em simultâneo, uma avaliação das suas características, com vista à atribuição de um selo de qualidade, com base numa *checklist* pré-definida.

No futuro, o EFFE pretende ser uma plataforma para profissionais e cidadãos descobrirem os festivais artísticos da Europa, incrementando a diversidade cultural e disponibilizando informação atual e privilegiada, de forma a enriquecer o panorama artístico e concorrer para a excelência e inovação na produção dos festivais europeus. Em cada país, o EFFE tem uma entidade responsável pelo projeto, sendo que em Portugal este papel cabe à ADDICT – Agência para o Desenvolvimento das Indústrias Criativas.

A primeira edição do EFFE está em fase final de concretização, realizou-se em Setembro de 2015 a primeira assembleia geral da rede de festivais e a primeira gala de atribuição de prémios, em Paris. Este primeiro momento do projeto conta com mais de 760 festivais distinguidos, comprovando a diversidade e a qualidade de festivais de múltiplos géneros à escala europeia. Os festivais portugueses receberam um enorme destaque nesta edição do EFFE, com a atribuição de 65 selos de qualidade e uma taxa de sucesso na ordem dos 90%.

¹² <http://www.effe.eu/>

¹³ <http://addict.pt/effe-european-festivals-label/>

¹⁴ <http://www.efa-aef.eu/en/festivals/>

N.E.S.T. ¹⁵

O N.E.S.T. – New Emerging Street Talent é um projeto de apoio a artistas emergentes do ISACS, a Irish Street Arts, Circus & Spectacle Network, uma rede nacional da Irlanda que une os artistas e festivais desse país rumo ao desenvolvimento de um mercado mais forte. O projeto junta o festival Spraoi (Waterford), o National Circus Festival of Ireland (Tralee) e o festival Out There (Great Yarmouth), como a base para o desenvolvimento e difusão sustentados das criações dos artistas selecionados. Anualmente são selecionados 3 artistas emergentes irlandeses, através da pertinência artística dos seus projetos para intervenção no espaço público, para integração neste programa de acompanhamento, desde a criação até à difusão, com especial enfoque na comunicação nacional e internacional. Em 2015, os artistas integrantes do programa são: Michaela Heyer – Funky Fidelma, Henrik Gard – Circomara Sailing Circus and Brian O’Connell – Circus Fergus.

Open Street – AISBL ¹⁶

A Open Street – International Association for Open Cooperation in Street Arts é um projeto que ganhou algum relevo nos últimos 5 anos, após a concretização de 3 *showcases*, cofinanciados pelo programa Cultura da União Europeia, o último deles em Milão (2014). Esta associação tem por base a difusão de artistas por entre os promotores num modelo de cooperação. Para cada *showcase* são convidados cerca de 50 festivais e selecionados cerca de 50 espetáculos de entre os mais de 400 candidatos a integrar o programa oficial.

Neste projeto, apenas os membros efetivos (com quotas pagas) podem submeter projetos ou inscrever-se como programadores. Esta base de financiamento, permite sustentar as deslocações e a logística de todos os intervenientes no *showcase*, sem que haja qualquer *cache* pago aos artistas. O ganho efetivo e a vantagem comercial estarão no compromisso cooperativo dos programadores presentes, que assumem a compra de, pelo menos, dois espetáculos do *showcase* para a sua próxima edição. Os resultados das últimas edições não são públicos, sendo claro que os resultados da edição de Milão não terão sido tão positivos quanto o esperado pela organização, questionando-se as vantagens do conceito meramente cooperativo para a comunicação de projetos artísticos.

¹⁵ <http://www.isacs.ie/n-e-s-t/>

¹⁶ <http://www.open-street.eu/>

XTRAX ¹⁷

A XTRAX é um sistema independente de promoção de artistas de rua britânico, com sede em Manchester, que promove um conjunto de eventos e um sistema *online* de divulgação de companhias, artistas e espetáculos. O sistema nasceu, com financiamento do Lottery Found, e destinado ao mercado britânico, tendo gradualmente alargado o seu âmbito. Atualmente, a XTRAX trabalha no Reino Unido com foco em toda a Europa, promovendo a divulgação de artistas britânicos dentro e fora de fronteiras e, ainda, a promoção de artistas externos ao Reino Unido para esse mercado.

Anualmente, a XTRAX promove eventos destinados a profissionais das artes de rua, paralelos aos maiores festivais britânicos (Greewich + Docklands International Festival ¹⁸, Londres e MintFest, Kendal) com uma enorme capacidade de atração de profissionais. O evento de Londres ultrapassa as 2 centenas de creditações de todo o Mundo, sendo o MintFest mais modesto, mas conseguindo cerca de 1 centena de creditações de toda a Europa. Nestes eventos, desenvolveu-se um modelo inovador de *pitch* e promoção que passa por sessões curtas e interativas de divulgação das espetáculos para uma plateia exclusivamente de programadores. Os eventos XTRAX Shorts, incluídos nos dois eventos profissionais anuais, são atualmente uma referência e um momento essencial na divulgação de projetos artísticos para circulação no ano seguinte.

A XTRAX desenvolveu, ainda, uma plataforma *online* de divulgação de artistas e espetáculos que funciona numa base de dados incorporada no site da plataforma e que, atualmente, inclui o registo de mais de 1000 artistas de toda a Europa, funcionando com uma plataforma dinâmica de compreensão e acompanhamento do mercado.

Without Walls ¹⁹

A Without Walls é um consórcio de organizações artísticas e festivais britânicos de artes de rua, que colaboram no sentido da produção e difusão de novas produções artísticas de rua no Reino Unido, contribuindo, ainda, para a sua internacionalização. O trabalho em rede, possibilita a criação de comissões e grupos de trabalho para áreas específicas, potenciando as co-produções e uma melhor gestão de recursos e de verbas rumo a um objetivo comum a todos os intervenientes.

Entre 2007 e 2013 a Without Walls produziu ou apoiou 61 novas produções de rua, investiu em 20 estudos e projetos de desenvolvimento, suportou a difusão de espetáculos em 22 países e, ainda, 9

¹⁷ <http://xtrax.org.uk/>

¹⁸ <http://www.festival.org/>

¹⁹ <http://www.withoutwalls.uk.com/>

espetáculos para surdos e pessoas com mobilidade condicionada e 8 projetos com a diversidade cultural como ponto de partida da criação.

Rede ESMARK ²⁰

A rede ESMARK é projeto lançado por 3 festivais europeus (Feira de Teatro de Castilla y León – Ciudad Rodrigo, Espanha; Festival Don Quijote – Paris, França; FITEI – Porto, Portugal), que tem como principal objetivo promover uma política de internacionalização e promoção da exportação de pequenos artistas e companhias a uma escala global, promovendo o seu conhecimento a novos públicos e novos mercados. Os festivais parceiros devem promover programas de suporte à difusão internacional, assim como políticas de apoio a artistas emergentes e à promoção externa da cultura e do património europeus.

Deste modo, a rede funciona em 3 distintos eixos de ação, que consubstanciam o crescimento e a consolidação da difusão de companhias e artistas profissionais para mercados externos: criação de um mercado virtual para as artes performativas; partilha profissional de agentes a operar nas artes performativas; educação, treino e formação de novos públicos.

A rede ESMARK não atua exclusivamente nas artes de rua, mas a todo o nível de projetos no domínio das artes performativas.

IETM ²¹

A IETM – International Network for Contemporary Performing Arts é uma rede de dimensão global, que reúne num só polo de discussão intervenientes de todas as áreas artísticas no âmbito das artes performativas. Esta é uma plataforma genérica, não focada nas artes de rua, mas atendendo ao seu crescimento nos últimos anos, transformou-se numa ferramenta com um enorme potencial, de tal forma que esteja a ser usada por programadores, artistas e mesmo redes específicas das artes de rua para exercer o seu lobby no sentido do reforço do posicionamento das artes para o espaço público.

A missão da IETM foca o estímulo da qualidade e o desenvolvimento de contextos performativos contemporâneos num ambiente global, potenciando o contacto entre profissionais e facilitando relações de parceria à escala global, através de eventos e *networking*, com transferência de *know-how* e exemplos de boas práticas.

²⁰ <http://www.esmark.org/>

²¹ <https://www.ietm.org/>

COFAE ²²

A COFAE – Coordenadora de Ferias de Artes Escénicas atua no mercado espanhol, tendo sido constituída em 2006 com o objetivo de reunir as maiores feiras de artes performativas espanholas para que, a partir das especificidades de cada uma, seja possível caminhar com um objetivo comum e intrínseco de interligar profissionais de forma a facilitar o intercâmbio comercial e de comunicação.

A COFAE atua nos domínios da comunicação, dinamização de parcerias, realização de estudos de mercado e difusão do conceito de feira de artes performativas pelos profissionais e companhias, tanto a nível interno como externo. Esta estrutura está, ainda, mandatada para a promoção de parcerias e colaborações entre diversas entidades e organismos, sejam públicos ou privados, com vista à promoção das artes performativas.

Atualmente a coordenação da COFAE está entregue à Fira Tàrrega, que pelo seu contexto de festival de teatro de rua, conceptualiza uma época de reforço da aposta do mercado espanhol na intervenção para o espaço público, com conseqüente acréscimo das oportunidades disponíveis nesta área.

ISAN – STREET ARTS NETWORK ²³

A ISAN é uma rede de organizações estratégicas britânicas para o apoio ao desenvolvimento das artes de rua, fundada em 1990, que cooperam no sentido da melhoria das condições de divulgação e circulação dos artistas. As atividades desta rede integram a partilha de informação, a formação, o trabalho em parceria, a investigação e a formação tanto ao nível dos artistas como do público, desenvolvendo novas competências e novos públicos potenciais.

Funcionando como a grande voz independente das artes de rua no Reino Unido, a ISAN tem por missão o desenvolvimento do setor artístico para o espaço público, integrando numa só plataforma agentes, artistas, companhias, curadores, programadores, festivais, organizações promotoras do financiamento, produtores independentes e, ainda autoridades locais. Este sistema amplo e plural permite a integração de mais de 130 entidades.

²² <http://www.cofae.net/>

²³ <http://www.streetartsnetwork.org.uk/>

Feiras & Mercados Artísticos

Os festivais de rua tradicionais começam a esgotar-se na sua perspetiva de montra para o público num conceito festivo de envolvimento da cidade e sua comunidade, sendo que novas abordagens começam a emergir. Atualmente, a envolvente aos festivais de maior dimensão ou mesmo a sua estrutura base tende a convergir no sentido da criação de montras artísticas para profissionais, transformando-se os festivais em verdadeiras feiras de promoção de artistas, agentes e centros de criação, numa dinâmica crescente à escala europeia.

Historicamente, o festival de Aurillac ²⁴ deu o primeiro passo, ainda na década de 90 do século passado, ao assumir um espaço na sua programação para artistas emergentes, externos à programação oficial, num modelo que atualmente conhecemos como programação OFF. Ao longo de anos, a estrutura deste que é conhecido como o maior festival de rua da Europa foi pensada fortemente através desta vertente, estando hoje em curso uma mudança para um equilíbrio com o sistema de mercado de artistas desenvolvido em Espanha ao longo das últimas duas décadas. A Fira Tàrrega ²⁵ será o exemplo máximo deste modelo espanhol, que transforma os festivais de artes performativas em espaços de mostra, compra e venda, funcionando o público como elemento central para o teste ao vivo dos espetáculos, perante centenas de profissionais (artistas, agentes e programadores). O modelo desenvolvido em Tàrrega centra-se num espaço profissional de exibição e *stands*, com mostras e *showcase* paralelos, que têm como objetivo *major* o contacto dos artistas com os programadores, com o consequente agendamento de reuniões de apresentação e o convite para as sessões dos espetáculos integradas na programação oficial do festival. Assim, na atualidade, encontramos um modelo alternativo de festival que se desenha não apenas para o público mas com diferentes eixos de destinatário final, correspondendo a diferentes anseios e necessidades.

O modelo aplicado em Tàrrega, apesar de ser largamente superior em dimensão profissional aos concorrentes, não é exclusivo, desenhando-se hoje dezenas de outros festivais à escala europeia com o conceito de festival-mercado, capaz de atrair público e agentes profissionais, transformando por completo o modelo de festivais que conhecíamos. Os múltiplos exemplos do Reino Unido, o Spoffin ²⁶ da Holanda ou os *showcases* em modelo festival do OpenStreet, em Itália, serão alguns dos exemplos a considerar.

²⁴ <http://www.aurillac.net/>

²⁵ <https://www.firatarrega.cat/>

²⁶ <http://www.spoffin.eu/>

Este novo conceito ganha uma escala tão vincada que atualmente há autores que referem este conceito como uma festivalização da cultura, numa analogia ao que, em paralelo, aconteceu nas duas últimas décadas no mercado da música.

Centros de Informação e Formação

O desenvolvimento do mercado europeu de artes de rua deve, ainda, atender a um outro paradigma essencial, os centros de informação e formação, capazes de dar resposta sustentada às redes e aos sistemas de suporte à criação, funcionando como plataformas essenciais para a sustentabilidade e o *upgrade* contínuo do mercado e dos artistas.

A longa experiência do mercado francês nas artes para o espaço público dá-lhe destaque absoluto neste domínio, com uma abordagem única e plural no suporte à formação e criação através da *Fédération Nationale des Arts de la Rue* e, ainda, pelo trabalho essencial do *Hors Les Murs*²⁷ no domínio da investigação e desenvolvimento de novas políticas sustentadas e do primeiro centro de formação artístico para a rua a nível mundial, a *FAI-AR - Formation Avancée et Itinérante des Arts de la Rue*²⁸.

DISCUSSÃO

O desenvolvimento deste estudo permitiu a compreensão do desenvolvimento efetivo de sistemas de apoio à internacionalização e à mobilidade com um número crescente de países e entidades a apoiarem esta linha estratégica. Neste prisma, os artistas poderão encontrar sistemas sólidos de apoio à sua circulação e apresentação de espetáculos para públicos mais vastos. No entanto, num mercado cada vez mais global, o financiamento deixa ser o maior fator limitante para a difusão, sendo essencial encontrar plataformas de suporte à comunicação, que consigam atuar de forma direcionada e integrada, com vista a esse objetivo. A ação dos governos regionais é atualmente mais impactante nos resultados destas plataformas, sendo apenas concorrencial com os agentes privados de difusão artística, criando algumas assimetrias à escala europeia.

Pode, atualmente, constatar-se que as redes internacionais de artistas e de festivais/entidades de suporte à criação são os maiores agentes promotores da partilha e das atividades de conexão no sentido

²⁷ <http://horslesmurs.fr/>

²⁸ <http://www.faiar.org/>

da difusão internacional. No entanto, existem alguns fatores limitantes que condicionam o seu funcionamento e poderão ser corrigidos no futuro, seja a necessidade de dimensionar as redes, evitando a especialização exagerada que lhes confira um carácter minimalista e pouco indutor da inovação e da mudança; por outro lado, a vontade dos artistas em sentirem que estes projetos os acolham de outra forma, potenciando o contacto com os profissionais da programação; ou a necessidade de criação de atividades que levem os profissionais a conhecer novas realidades e possam abrir a sua mente e redesenhar a sua atividade e os seus projetos. Fica, ainda, patente a reduzida eficácia das redes de festivais com modelos cooperativos, como o OpenStreet.

Num outro patamar, deverão considerar-se os agentes públicos e privados de promoção de artistas, vulgarmente designados por agentes, que no contexto atual começam a ganhar uma enorme força na divulgação e difusão de projetos artísticos, também ao nível das artes de rua. Nesta sequência, vários projetos a nível europeu começam a redesenhar-se, no sentido de construir novos modelos mais coesos, capazes de interagir com toda a cadeia de valor da criação artística, atingindo os objetivos de forma mais eficaz.

Através desta observação dos sistemas ativos no mercado europeu, fica patente um momento de viragem no paradigma das artes de rua. Um momento em que os artistas e os festivais se adequam a uma nova realidade de financiamento, cada vez mais internacional e fruto de parcerias, com novos desenhos de promoção e divulgação e, ainda, com a transformação de alguns festivais em mercados de artes performativas, capazes de reunir profissionais das mais diversas áreas nas suas atividades profissionais, sem esquecer o objetivo principal do festival: o contacto com o público.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Demartin, M. (2014). *Artists' Mobility and Administrative Practices related to Social Security and Taxation in the European Union*. European Expert Network on Culture.

European Commission (2014a). *Report on the role of public arts and cultural institutions in the promotion of cultural diversity and intercultural dialogue*. Brussels.

European Commission (2014b). *Good Practice Report on the Cultural and Creative Sector's Export and Internationalisation Support Strategies, European Agenda for Culture, Workplan for Culture 2011-2014*. Brussels.

Floch, Y. (2007). *Street Artists in Europe*. Paris: Hors les Murs.

-
- Gomes, R.; Lourenço, V. & Martinho, T. (2010). *Mobilidade Internacional de Artistas e Outros Profissionais da Cultura*. Lisboa: Observatório das Actividades Culturais.
- Hall, F. (2002). *Strategy and Report on Street Arts*. England: Arts Council.
- Hynes, M. (2011). *Mobility Matters: Programmes and Schemes to Support the Mobility of Artists and Cultural Professionals - Final Report*. European Commission.
- Mateus, A. (2010). *O Setor Cultural e Criativo em Portugal*. Lisboa: Ministério da Cultura.
- Mateus, A. (2013). *A cultura e a criatividade na internacionalização da economia portuguesa*. Lisboa: Secretaria de Estado da Cultura.
- Mateus, A. (2015). *3 Décadas de Portugal Europeu*. Lisboa.
- Memphis, D. (2014). *Policy Handbook: Promotion of Creative Partnerships; European Agenda for Culture 2011-2014*.
- Observatório das Atividades Culturais (2010). *Mobilidade de Artistas e Outros Profissionais da Cultura*.
- Rubio, J. (2011). *Organising an artistic event in the public space – practical guide*. Paris: Hors les Murs.
- Vitorino, N. (2014). *Criação de Instrumentos Financeiros para Financiamento do Investimento na Cultura, Património e Indústrias Culturais e Criativas*. Lisboa: GEPAC - Gabinete de Estratégia, Planeamento e Avaliação Culturais.