
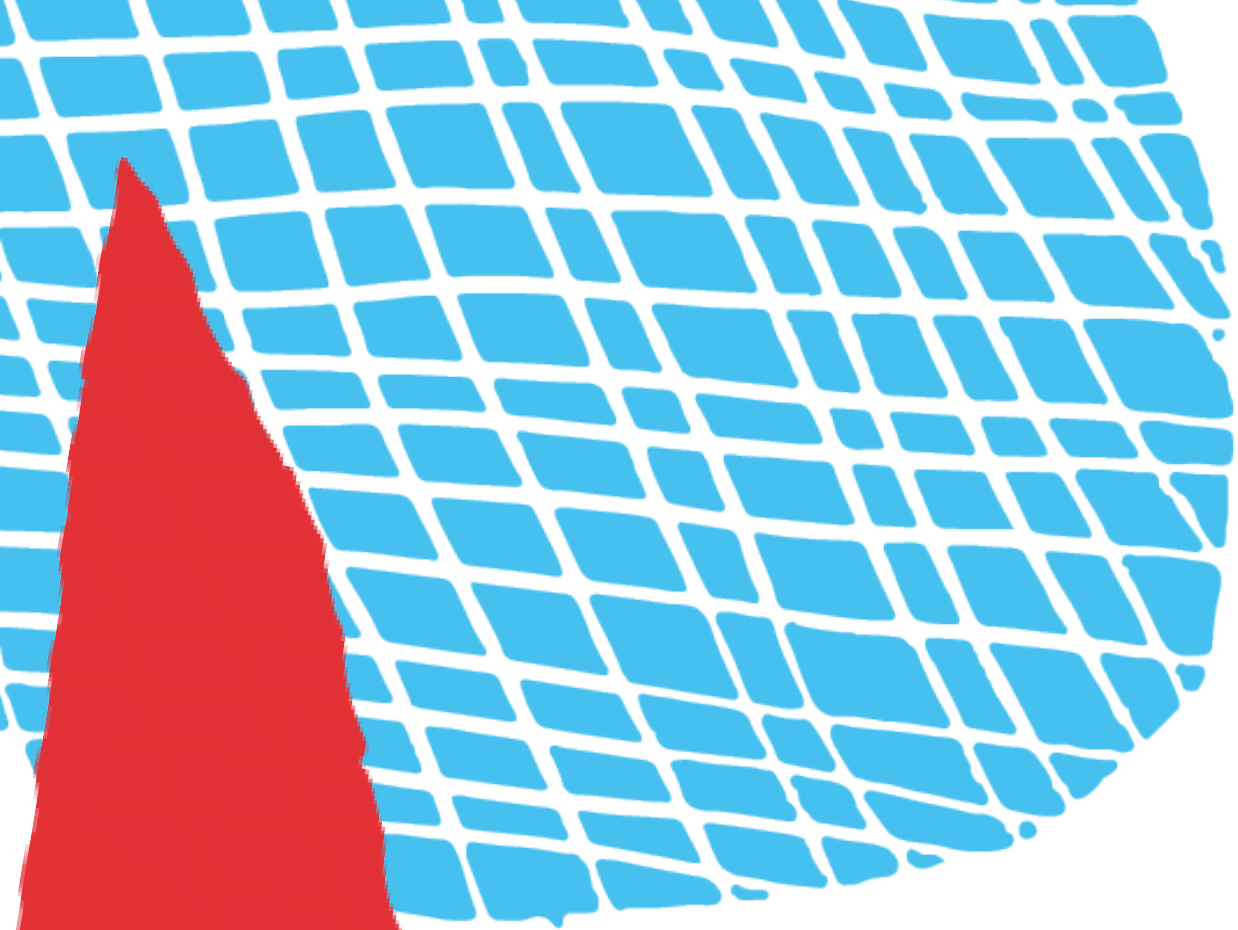




# REDES CRIATIVAS

**ECONOMIA CRIATIVA**  
para jovens do ensino público

— MATERIAL DE APOIO —

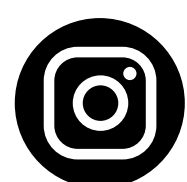


O projeto “REDES CRIATIVAS - ECONOMIA CRIATIVA PARA JOVENS DO ENSINO PÚBLICO” oferece atividades multiculturais em áreas como audiovisual, artes midiáticas, patrimônio e memória para alunos de 15 a 20 anos de seis municípios de Minas Gerais. Todas as ações são gratuitas e divididas em três eixos temáticos: economia criativa, produção artística e práticas socioculturais.

Na primeira etapa, o projeto marca presença em Belo Horizonte, Ribeirão das Neves, Vespasiano, Santa Luzia, Ibirité e Nova Lima.

O projeto é realizado com o apoio de parceiros locais e conta com a participação de artistas, educadores e produtores para a execução de rodas de conversa, oficinas, vivências artísticas e imersões, além de visitas guiadas a equipamentos culturais e outras atividades.

Quer saber mais? Acompanhe as redes sociais do projeto.



**redes.criativas**





# ECONOMIA CRIATIVA

## Já se perguntou o que é economia criativa?

Ela pode ser compreendida como um conjunto de produtos, serviços, atividades ou ações que vêm da criatividade humana e se relacionam com a cultura e, em muitos casos, com a tecnologia.

A economia criativa corresponde a um setor econômico, ou seja, as indústrias criativas transformam aquilo que o ser humano cria em algo que possa ser vendido ou distribuído, gerando emprego e renda.

Isso mesmo: é possível trabalhar unindo criatividade, inovação e tecnologia.

Quer saber como a economia criativa está presente no seu dia a dia? O tempo todo, em todo lugar. Desde o momento em que você acorda e escuta uma música, até em suas horas de lazer. Desde a escolha da roupa para sair, até o filme que você assiste.

É um setor muito amplo e variado. Por isso, nem sempre é fácil definir e saber tudo o que compõe a economia criativa. Até mesmo porque o mundo muda rapidamente e as novidades não param, não é mesmo? Muitas instituições já tentaram organizar quais áreas compõem a economia criativa, inclusive a Organização das Nações Unidas (ONU).

Não há um consenso sobre tudo o que deve integrar a economia criativa, mas podemos indicar as seguintes áreas: música, teatro, dança, patrimônio, artesanato, gastronomia, folclore, museologia, revistas, livros, moda, filmes, séries, novelas e outros programas de TV, publicidade e muito mais.

Também compõem a economia criativa a arquitetura, o planejamento de ambientes e projetos paisagísticos (jardins, áreas verdes e espaços abertos, por exemplo), o design de produtos, incluindo as criações gráficas e multimídias que você vivencia quando usa o celular. Os games e aplicativos são uma parte muito importante do setor.

Para que esses produtos e serviços façam parte das nossas vidas, contamos com a tecnologia e a inovação. O resultado? Criatividade transformada em atividades de trabalho, desenvolvimento social e fortalecimento cultural.



## AUDIOVISUAL

No Redes Criativas - economia criativa para jovens do ensino público, três áreas marcam presença nas oficinas e demais atividades: audiovisual, artes midiáticas e patrimônio e memória.

O audiovisual é uma forma de comunicação que combina sons e elementos visuais para transmissão de uma mensagem. Séries, filmes, documentários, vídeos, animações, videoclipes e muitos outros formatos integram o campo do audiovisual, que também possui interlocução com a arte.

No projeto, a primeira etapa consiste na produção de um documentário a partir de minidocumentários que os participantes criam em cada município. O documentário, que será exibido em Belo Horizonte, Vespasiano, Ibirité, Ribeirão das Neves, Santa Luzia e Nova Lima, apresenta registros das oficinas, entrevistas e informações que envolvem não somente o projeto, como também cada um dos territórios-sede das atividades.

Para essa produção, é importante recordar alguns conceitos trabalhados nas oficinas.

# Etapas para produção de um vídeo:

## IDEIA

Uma referência para o que será produzido, uma representação da proposta.

## ARGUMENTO

Apresentação geral da ideia, dos personagens, do conflito, de onde e de quando a história se passa.

## ROTEIRO

Descrição de tudo o que será feito. Escrita de falas, indicação de ações de personagens, principais movimentações em cena.



## PRÉ-PRODUÇÃO

Organização de cronograma, planejamento das filmagens, escolha das locações.

## PRODUÇÃO

A filmagem em si, executando o que foi proposto pelo roteiro.

## EDIÇÃO E MONTAGEM

Utilização do material produzido e previamente selecionado para gerar o produto final.

# CONHEÇA MAIS SOBRE O TEMA

[Projeto Cultura na Praça](#)

**MAKING OF DAS PRODUÇÕES:**

[Canaã dos Carajás \(Pará\)](#)

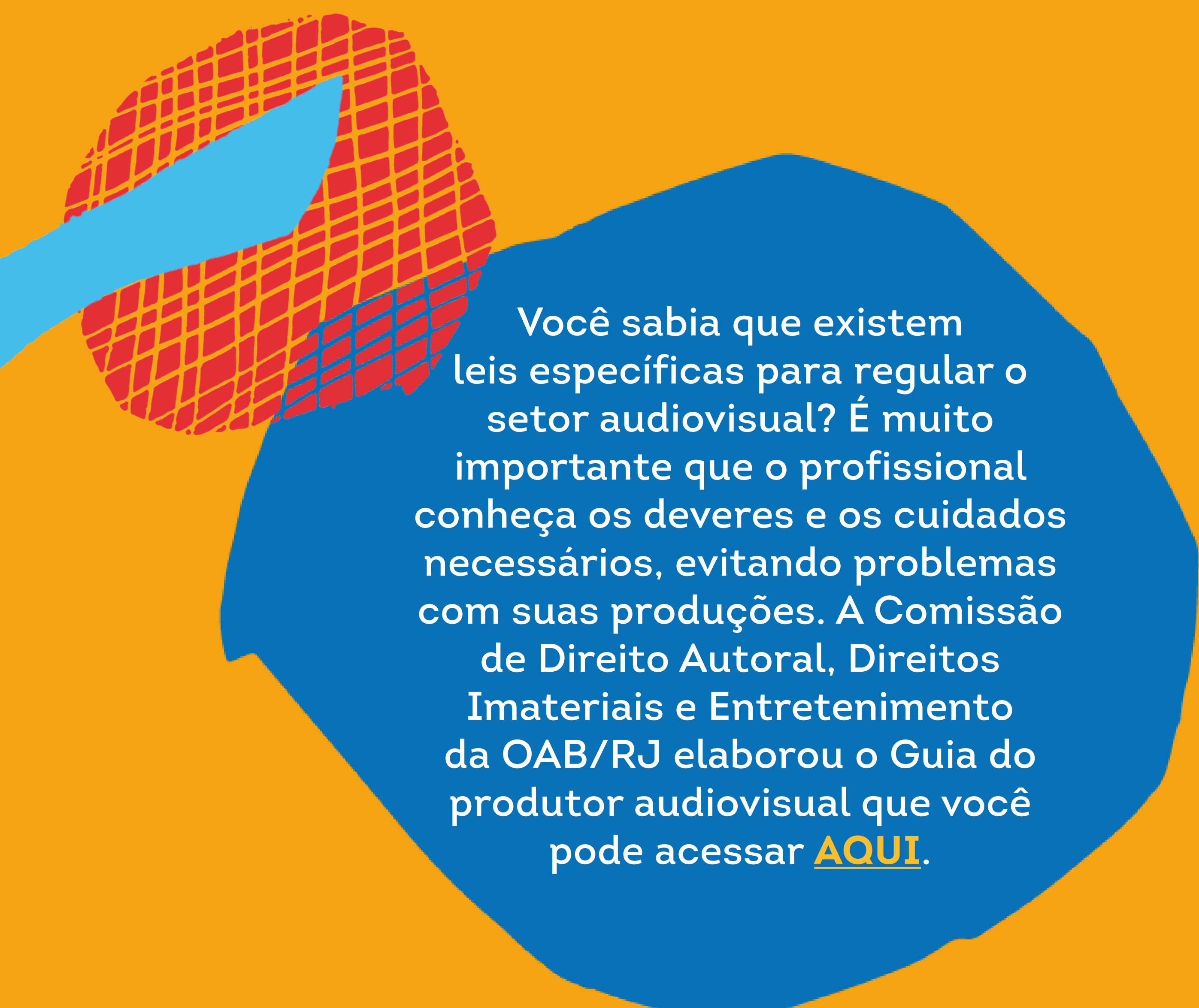
[Ourilândia do Norte \(Pará\)](#)

[Parauapebas \(Pará\)](#)

[Açailândia \(Maranhão\)](#)

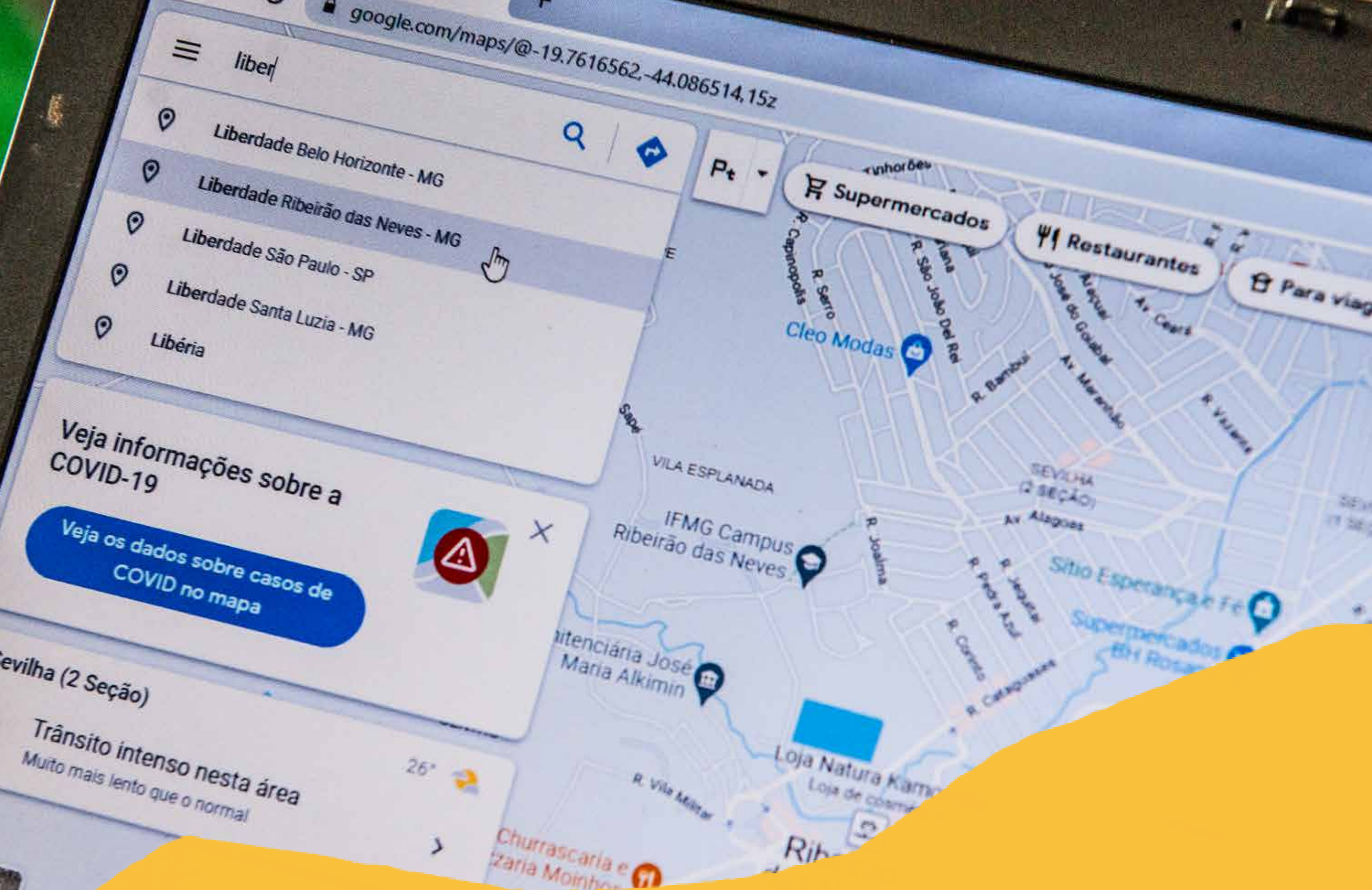
[Bom Jesus do Tocantins \(Pará\)](#)

[Igarapé do Meio \(Maranhão\)](#)



Você sabia que existem leis específicas para regular o setor audiovisual? É muito importante que o profissional conheça os deveres e os cuidados necessários, evitando problemas com suas produções. A Comissão de Direito Autoral, Direitos Imateriais e Entretenimento da OAB/RJ elaborou o Guia do produtor audiovisual que você pode acessar [AQUI](#).





# ARTES MUDIÁTICAS

A oficina de artes midiáticas, no projeto Redes Criativas, dialoga com as oficinas de audiovisual e patrimônio e memória. Ela apresenta referências de produções de mídia digital e/ou analógica que usam a experimentação e várias linguagens para mostrar as possibilidades de criação artística. Durante a oficina, é estimulada a reflexão sobre o papel das mídias e das tecnologias digitais na vida cotidiana e na nossa relação com o espaço e o território.

Mas, afinal, o que são artes midiáticas?

São as criações artísticas que utilizam recursos tecnológicos em diversos tipos de mídia. Elas podem estar no campo das artes visuais, dança, performance, audiovisual e muitos outros.

Videoarte, projeções mapeadas (ou video mapping) e instalações multimídias são alguns exemplos de como a arte e o digital se encontram.

# CONHEÇA MAIS SOBRE O TEMA

## “MÉDIA”

Metáfora sobre a dominação pela mídia e pela informática, animação Tcheca de 2000. (5 min.)

## “VÍDEOPOEMA, POR ZERÊ”

## “VÍDEOPOEMA, POR GISLAINE REIS”

Videopoemas com projeção via Kinect do Coletivo Terra Firme, de Ibirité/MG. Os dois vídeos acima foram realizados em uma oficina de produção audiovisual, em 2018, durante o projeto “Boralacomunicar”, da Oficina de Imagens - Comunicação e Educação.

## “DIADORIM: FEMININO EM VEREDAS”

Vídeo-mapping da VJ Letícia Pantoja/RJ, produzido para a primeira edição do Cerrado Mapping Festival, em 2020. O vídeo tem como referência a obra “Grande Sertão Veredas”, de Guimarães Rosa. O festival é uma realização da Oficina de Imagens e Darklight Studio de Barcelona/ES.

## “PUTA PRECONCEITO”

Vídeo realizado na oficina de “Reciclagem de Mídia” sobre preconceito étnico-racial com adolescentes do Programa Liberdade Assistida da PBH, em 2015.

## “CIRCUITO DIAMANTINA”

## “CIRCUITO SABARÁ”

Os dois vídeos acima são do Circuitos Audiovisuais Interativos, segunda edição do projeto “Ocupar Espaços”, realizado pela Oficina de Imagens, em 2008, nos municípios de Diamantina/MG e Sabará/MG.

# CONHEÇA MAIS SOBRE O TEMA

## “COLETÂNEA DE VÍDEODISPOSITIVOS”

Vídeos produzidos na primeira edição do projeto “Ocupar Espaços”, em 2006, no Aglomerado Serra e Barragem Santa Lúcia/BH.

## DARKLIGHT STUDIO

Site referencia para pesquisa de video-mapping

Canais do YouTube para estudo, referência e inspiração.

## OFICINA DE IMAGENS

## CERRADO MAPPING FESTIVAL

## EMBOLEX

## PROJETEMOS






## PATRIMÔNIO E MEMÓRIA

Ao sair de casa e ir a algum lugar, você percorre um caminho. Durante o trajeto, alguns locais podem ser importantes para a história da sua comunidade. Eles mostram como são os hábitos das pessoas que vivem ali, contam um pouco sobre a história da região e, até mesmo, integram memórias de outras regiões.

Alguns espaços, monumentos ou mesmo edifícios exercem o papel de marcos históricos, pela sua importância. Para além das construções em si, contam a história de pessoas, seus modos de vida e seus territórios.

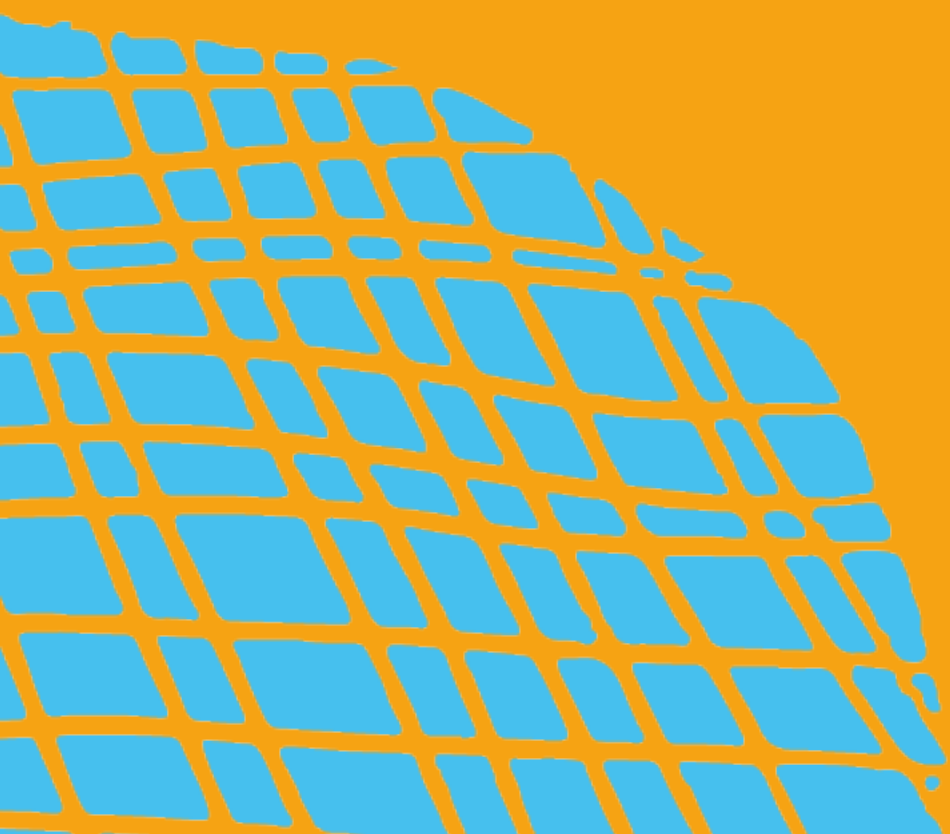
Se os espaços e elementos materiais podem possuir valor histórico como fontes de informação, outros bens imateriais também são importantes para conhecermos, compreendermos e valorizarmos as conexões entre o passado e o presente. Danças, rituais, hábitos alimentares e costumes são exemplos de bens com valor histórico, cultural e social e podem constituir um patrimônio.



O patrimônio cultural corresponde a elementos simbólicos e que representam aspectos da cultura e da história de um povo, caracterizando-o. Esses elementos podem ser materiais, como monumentos, igrejas e outras construções, ou imateriais, como festas e manifestações folclóricas. Em Minas Gerais, por exemplo, o centro histórico de Ouro Preto possui um conjunto arquitetônico (material) que é considerado um patrimônio mundial, tamanha a sua importância histórica e cultural. Já a capoeira é um patrimônio cultural imaterial da humanidade.

No contexto da formação do Redes Criativas, os lugares, percursos e memórias são abordados por meio do uso de um aplicativo de geolocalização e da apropriação de suas principais ferramentas. A proposta é construir coletivamente uma “cartografia afetiva”, conectando espaços e vivências mediante a referência à memória individual e coletiva. Além disso, essa primeira abordagem também tem como objetivo estimular a reflexão sobre a produção e compartilhamento de imagens.

Como provocação inicial, os participantes (divididos em grupos de cerca de três pessoas) são convidados a buscar seu bairro no aplicativo e conhecer seus limites territoriais. Em seguida, acessam o recurso Street View, que permite circular no espaço, simulando a experiência de uma caminhada. Após o momento de

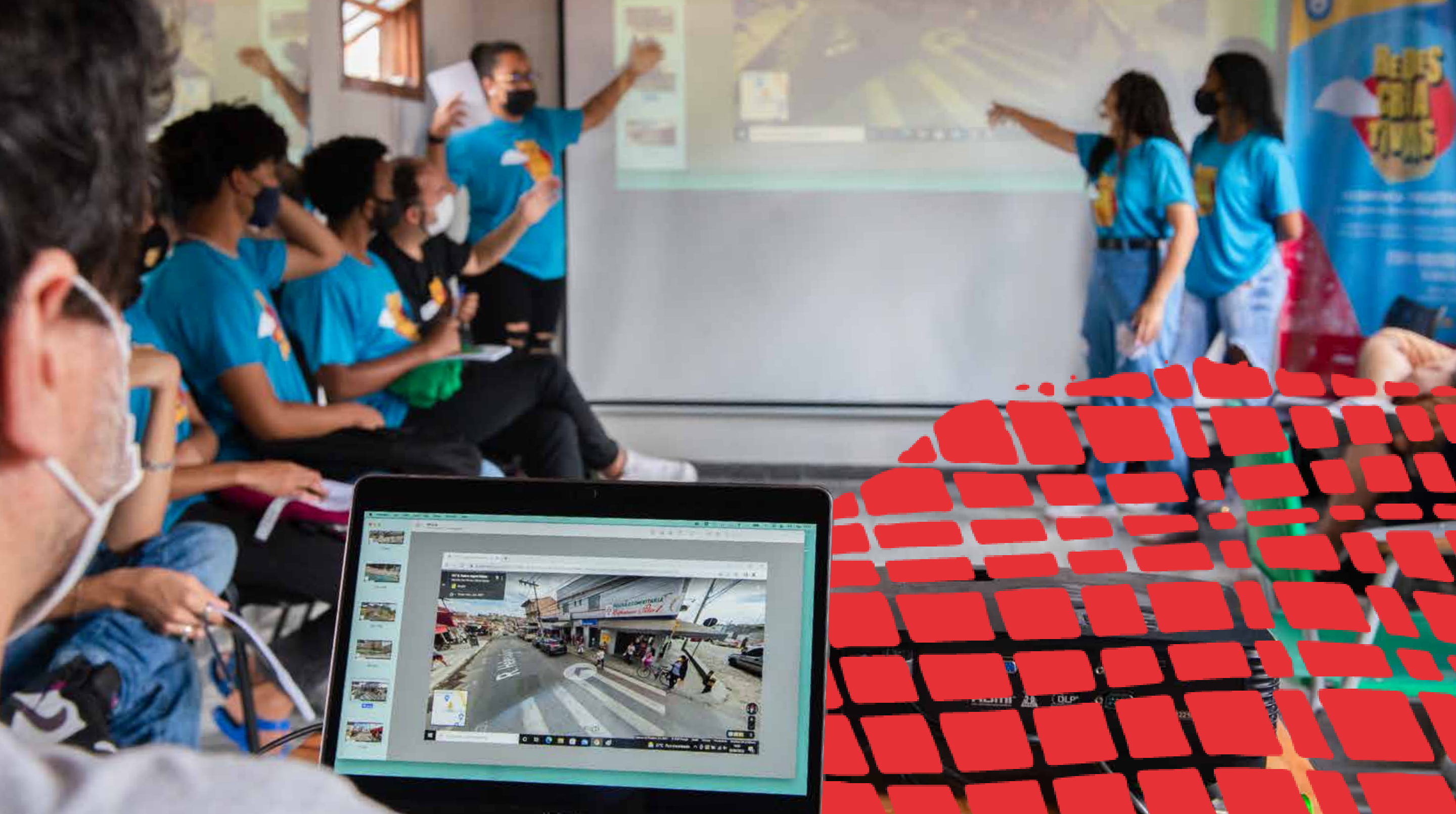


reconhecimento, os participantes são chamados a produzir imagens específicas a partir dessa caminhada no bairro. Essas imagens são registradas com o recurso PrintScreen e, em seguida, são salvas de acordo com uma sequência de provocações que cada grupo recebe. Apesar da possibilidade de excluir ou incluir novas provocações, as principais foram assim definidas:

Na busca pelo Google Street View, “fotografe”:

- 1) O lugar mais antigo que encontrar.
- 2) O ponto ideal para encontrar os amigos.
- 3) Um lugar misterioso, que quase ninguém conhece.
- 4) Um lugar onde você já jogou bola.
- 5) Um espaço religioso.
- 6) Uma casa amarela.
- 7) Uma casa vermelha.
- 8) Uma janela de madeira.
- 9) Uma varanda.
- 10) A maior árvore que encontrarem.
- 11) Três comércios.
- 12) Dois graffitis.
- 13) Dois pixos.
- 14) Uma casa com um andar.
- 15) Uma casa com dois andares ou mais.
- 16) Um ponto que você adora.
- 17) Um ponto que você detesta.
- 18) O lugar mais importante daquele território.





Duas questões estão implícitas nesse processo de produção de imagens. A primeira é que o ato de fotografar utilizando uma câmera ou celular foi substituído por um processo de geração de imagens mediado por imagens já existentes, produzidas automaticamente por um complexo mecanismo que efetivamente circulou naqueles espaços. A segunda é que as provocações têm como objetivo fazer o grupo refletir, discutir e chegar a um consenso sobre diferentes questões que tratam tanto do aspecto material, quanto imaterial do patrimônio partilhado pelos alunos. Esse momento também é importante para o reconhecimento de elos entre os participantes.

Após a seleção, registro e organização das imagens, os participantes têm suas fotografias projetadas e são convidados a apresentar suas escolhas aos demais participantes. A apresentação tem como objetivo também ressaltar o protagonismo das diversas juventudes que compartilham aquele espaço. Por meio desse ciclo, é possível reforçar, com um exercício prático, que eles são os principais conhecedores da sua comunidade, que eles detêm saberes que nenhum dos professores detêm e que essa discussão pode estar na base da construção de um conteúdo audiovisual inédito e potente.



**CONHEÇA MAIS SOBRE O TEMA**

METODOLOGIA DE INVENTÁRIO CULTURAL  
PARTICIPATIVO ELABORADA PELO IEPHA MG

VÍDEO “NUNCA É NOITE NO MAPA DE  
ERNESTO DE CARVALHO”







## EQUIPE

**Produção executiva**  
Hiperativa Promo

**Coordenação de produção**  
Christiany Telles

**Coordenação geral e relacionamento institucional**  
Carina Bismarck

**Coordenação de projeto**  
Luciana Rezende

**Produção Executiva**  
Bruna Bizzotto

**Direção do minidocumentário**  
André Amparo

**Arte-educadores**  
André Amparo, Lucas Menezes e Bernardo Brant

**Coordenação de comunicação, produção de  
conteúdo e assessoria de imprensa**  
Luciana Praxedes

**Design Gráfico e Plataforma Digital**  
Patuá Comunicação e Cultura - Dila Puccini

**Redes sociais**  
Luiza Lisboa

**Fotografia**  
Maíra Cabral

# REDES CRIATIVAS

## PATROCÍNIO



## APOIO:



CULTURA



## REALIZAÇÃO:



CULTURA E  
TURISMO



CA: 2018.13602.0122

SECRETARIA ESPECIAL DA  
CULTURA

MINISTÉRIO DO  
TURISMO



N.º PRONAC: 211107