

## HotSpot quer ver as pessoas fazendo arte, no bom sentido

Natália Flach (nflach@brasileconomico.com.br)

17/09/12 14:12



**Concurso nacional pretende lançar novos nomes em várias áreas, entre elas arquitetura, moda e design.**

Stefanie Mello Dias, Camilla Girardi Martins, Romulo Correa dos Santos e Miguel Soll não são nomes conhecidos. Fazem parte da nova geração de talentos que está disposta a tirar a economia criativa do segundo plano. Eles se inscreveram em um movimento que pretende dar vez e voz a artistas criativos no Brasil, chamado HotSpot.

No momento, os seus trabalhos estão sob análise de 26 curadores – entre eles, Alexandre Herchcovitch, Ronaldo Fraga, João Falcão, Marcelo Rosenbaum e Duda Molinos. Se forem selecionados, vão percorrer 10 capitais brasileiras expondo suas ideias e trocando experiências.

Passada essa etapa, os 60 selecionados vão participar de uma imersão de três semanas de onde sairão os vencedores do concurso nacional. Os primeiros colocados das 11 categorias – arquitetura, beleza, cenografia, design, design gráfico, filme e vídeo, fotografia, ideia, ilustração, moda e música –

ganham R\$ 10 mil.

O melhor designer de moda leva ainda R\$ 150 mil para montar uma coleção que será apresentada no Fashion Rio ou no São Paulo Fashion Week, enquanto a melhor ideia recebe R\$ 200 mil para que saia do papel.

"Nosso objetivo é dar oportunidade. Vai ser um ambiente de trocas coletivas e colaborativas. Esse ambiente compartilhado é o novo caminho de desenvolvimento", afirma Graça Cabral, organizadora do Movimento HotSpot e diretora de parcerias estratégicas da Luminosidade.

"Não é apenas um concurso nacional, queremos deixar um legado para as cidades de economia criativa, por isso estamos fechando parcerias com governos e com centros de referência em inovação", adianta, acrescentando que existem conversas com a equipe do Porto Digital, em Pernambuco.

Lala Deheinzelin, especialista em Economia Criativa, Sustentabilidade e Futuros e uma das curadoras do movimento, diz que o prêmio em dinheiro é o que menos importa.

É que os artistas vão ter contato com empresas e distribuidores e vão aprender como funciona toda a cadeia de produção.

"Economia criativa não é o produto, é o processo. Não adianta ter uma peça de artesanato – tem que ter o designer, comunicador, parte de marketing, distribuição. Para isso, depende de ativadores desses processos,

que é o caso do Hot Spot", afirma.

Ao todo, 1.642 pessoas se inscreveram no projeto de Norte a Sul do país e as categorias que mais receberam projetos foram moda e ideia – que reúne projetos que não podem ser encaixado nas outras categorias, como o desenvolvimento de um tecido, por exemplo.

O portal já recebeu mais de 350 mil visitas e o alcance social do projeto nas redes já ultrapassou a marca de 7 milhões de pessoas. "Isso é muito bom, porque mostra que é possível ser bem-sucedido nessas áreas. Queremos reverter a ideia de que não havia saída. É um início", diz Graça. "Estamos aprendendo muito com essa troca. O movimento não está pronto, não é um modelo fixo, está em transformação".

Lala explica que esse movimento só se tornou possível agora por causa das mídias sociais e tecnologia. "É o elemento do futuro, que possibilita que a economia criativa seja a economia do futuro."

Para ela, economia criativa não é apenas os 11 setores, são eles em relação a outros atores, como empresas e governos. "A economia criativa tem a ver com recursos intangíveis. A outra é de recursos tangíveis, como petróleo, ouro, mas é insustentável com o passar do tempo. Já os recursos intangíveis se multiplicam com uso. O problema é que não tem avaliar ou perceber importância. Por isso, precisamos criar outras métricas."

## **Roteiro**

As inscrições foram encerradas no início do mês e a expectativa é que até o fim do ano já se saiba os nomes dos selecionados para a segunda etapa. As cidades a serem percorridas, a partir de fevereiro do ano que vem, são Porto Alegre, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Natal, Salvador, Recife, Brasília, Belém, São Luis e Vitória.

"Vai ser um momento de troca com pessoas de todas as categorias e com o público dos festivais. Não vamos olhar apenas a criatividade, mas também a capacidade de absorver e repassar ideias", afirma Graça.

Em seguida, serão selecionados 60 candidatos que passarão três semanas em junho acompanhados pelos curadores, que mais podem ser chamados de padrinhos. Eles vão lançar desafios e auxiliar os participantes. A entrega dos prêmios para os primeiros colocados será em um festival, em São Paulo, em julho.

"Não queremos que essa seja uma edição única do movimento. A ideia é ter uma a cada 18 meses. Nossos patrocinadores (Vale e Riachuelo) já se mostraram interessados na continuidade do projeto", afirma Graça, acrescentando que o Sebrae é outro parceiro. "A gente quer fazer arte. No bom sentido."