

IV SEMINÁRIO NACIONAL DE SOCIOLOGIA

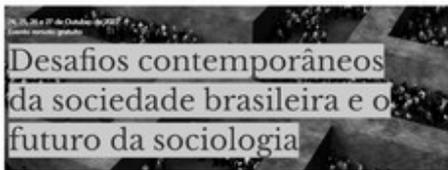
---

24 a 27 de Outubro de 2022  
Programa de Pós-Graduação em Sociologia da  
Universidade Federal de Sergipe

**GT 01 – O futuro da vida nas cidades: desafios do con-viver**

**Consumo cultural e identidades pós pandemia: eventos culturais brasileiros  
em Miami e Broward**

Fabiana Bartira de Souza Brito  
(PPGS/UFS)



## **Consumo cultural e identidades pós pandemia: eventos culturais brasileiros em Miami e Broward**

Fabiana Bartira de Souza Brito<sup>1</sup>  
(PPGS/UFS)

### **Introdução**

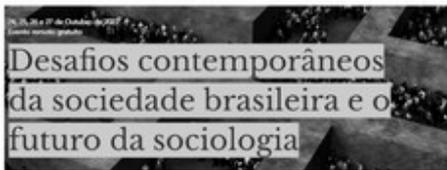
Este artigo resulta do fragmento da minha pesquisa de tese de doutorado Consumo cultural e identidades pós pandemia: festivais culturais brasileiros em Miami e Broward que propõe investigar o estilo de vida e as relações de consumo de eventos culturais na região, antes durante e após a pandemia da COVID-19.

Neste momento inicial da tese, foi realizada a primeira análise documental dos elementos que cercam o objeto e a mobilização de mundo relacionado a ele para tomada de decisão sobre recorte, caminhos e metodologia a serem aplicados. Para este artigo, apresento bases teóricas iniciais e uma análise documental de notícias publicados em sites na internet, além de documentos obtidos com o Consulado da do Brasil, em Miami, com o objetivo de contribuir com o entendimento do estilo de vida e das relações de consumo de cultura brasileira, além de entender o impacto da pandemia neste consumo.

A relevância deste estudo se dá pelo fato de pesquisadores, há muitos anos, empenharem-se no estudo dos fatores formadores das identidades e sobre a maneira que essas se expressam socialmente. Parto do pressuposto de que tal consumo é mais que uma simples aquisição material, envolve a obtenção de elementos simbólicos incorporados em 3 fases: antes, durante e pós pandemia, com destaque às novas ocupações do espaço urbano, por influência da presença mais acentuada de novos atores e contextos urbanos.

---

<sup>1</sup> Doutoranda no Programa de Pós-graduação em Sociologia (PPGS) na Federal do Sergipe (UFS). Pesquisador CAPES do Laboratório Laboratório de Estudos Urbanos e Culturais e da pesquisa HABITAR. E-mail: bartirab@academico.ufs.br. Editora-Jr Revista TOMO PPGS-UFS.



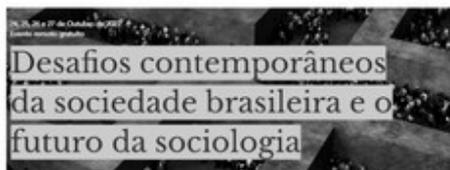
## 2. Marcos teóricos

Inserido entre a Sociologia urbana (estudo de modos e estilos de vida) e a Sociologia da Arte (estudo do público consumidor), esta investigação se justifica por poder dar uma contribuição a um melhor entendimento da relação entre identidade e consumo cultural. Conhecer os fatores influenciadores do comportamento do consumidor é um tema central nos estudos sobre identidades contemporâneas, na medida em que permite apreender as diferentes variáveis que operam escolhas e lastros referenciais de conduta.

O comportamento das pessoas é influenciado por padrões diversos de identidade cultural. Pesquisadores, há muitos anos, empenham-se no estudo dos fatores formadores das identidades e sobre a maneira que essas se expressam socialmente. Dentre elementos avaliados como reflexo identitário está o consumo cultural. Mais que isso, pressupõe-se que consumir bens e serviços culturais é mais que uma simples aquisição material, envolve a obtenção de elementos simbólicos incorporados a esses produtos.

O foco no consumo cultural, especialmente de eventos culturais brasileiros no exterior, se dá pela importância do estudo para a compreensão da cultura urbana e das práticas de consumo cultural e identidade, além de ser uma oportunidade de entender o processo de oferta cultural em uma comunidade fora do Brasil após a restritiva fase de circulação ocasionada pela pandemia, contrariando a tendência defendida por teóricos de que o investimento em capital cultural é gerador de fortalecimento de identidades e pela possibilidade de conversão em valor econômico. Assim, considerar-se-á a oferta, o envolvimento dos brasileiros residentes em Miami-Dade e Broward e seus hábitos, redes de relacionamento e a influência midiática na escolha dos eventos culturais brasileiros consumidos para, através disso, entender o ambiente social construído a partir do consumo destes bens culturais.

Em se tratando dos estudos urbanos cabe uma reflexão sobre o uso subjetivo dos espaços urbanos para consumo cultural, a partir do entendimento dos espaços de realização efêmera de eventos como espaços de sociabilidade e convivialidade discutidos

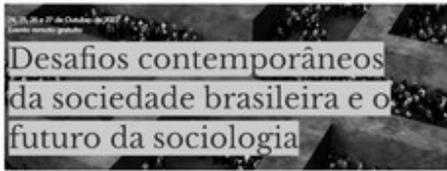


por Carlos Fortuna. Diferentes grupos de uma mesma cidade frequentam *espaços urbanos* de uso comum, mas os transformam em *lugares* diferentes de acordo com as suas percepções grupais reconhecidas sobre as ações e símbolos compartilhados neste lugar. Rogerio P. Leite propõe a classificação do caráter *híbrido e fragmentário* dos lugares. Entre os grupos a serem estudados, sinalizações do caráter híbrido dos *lugares* possivelmente serão encontradas. A construção e qualificação do espaço público através das interações entre pessoas e atribuição de sentido por uso dos espaços descentralizados no sentido de construção de uma imagem da região ocupada por brasileiros.

Fheatherstone destaca que os espaços de consumo urbanos também apresentam tendências pós-modernizadas que assinalam uma estetização maior do urbano e do cotidiano das pessoas com o aparecimento de “novos redutos de consumo e lazer”, como os parques temáticos e shoppings centers. Complementarmente, Certeau contribui para o entendimento dos significados dados às cidades pelos usos e consumo dos indivíduos. Ademais, os espaços de consumo urbanos também apresentam tendências que assinalam uma estetização maior do urbano e do cotidiano das pessoas com o aparecimento de “novos redutos de consumo e lazer” (Mike Fheatherstone).

Nestor Canclini (1996), para investigar o consumo, propõe como definição “o conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e o uso dos produtos”. Já Michel de Certeau (2007) argumenta que existem dois tipos de ações possíveis de um homem, uma relativa à *produção racionalizada, expansionista, centralizada, barulhenta e espetacular* e outra descrita como consumo que discretamente influencia a aquisição de bens ditados pelos controladores da economia vigente.

Estudiosos dos processos de consumo cultural defendem que o consumo ideal é nada mais que a resposta involuntária às necessidades e desejos das pessoas, coletados e identificados para ajustes de produtos ofertados. Ora, se é consensual a influência da indústria do consumo na opção de compra, tal resposta poderá se tratar de ato involuntário, mas induzido por ferramentas de apelo emocional, social e psicológicas. Além disso, os consumidores imaginam, muitas vezes, ter decidido suas compras a partir



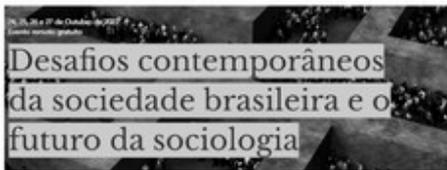
da sua vontade ou conhecimento, quando, na verdade, podem estar movidos pelo condicionamento cultural, produto do convívio em grupos de identidade cultural semelhante. Bourdieu (1996) defende que o consumo é construtor de identidades sociais e que o estilo de vida, grupos e a hierarquia social refletem a estrutura de poder de uma sociedade baseada nos hábitos de consumo. Explica que o padrão de consumo do indivíduo é o espelho da sua posição na hierarquia social. Sendo assim, é provável que se consiga classificar socialmente os grupos a serem pesquisados a partir dos seus padrões de consumo de cultura brasileira. Cabe-se questionar a ordem desse processo: o consumo é produto do condicionamento cultural e das influências midiáticas comerciais, mas o histórico deste é relatório à classificação social.

Warde, ao investigar as mudanças nos padrões de consumo, cita o conceito de comportamento do consumidor como meio de exteriorizar o capital cultural que se justifica pela conversão do capital cultural em capital econômico (Featherstone, 1990, p. 137). As identidades locais e regionais, por vezes, são acentuadas como parte da “dialética global-local” após a internacionalização da produção e da comunicação (Savage and Warde, 1997).

É pressuposto que os bens de consumo são criados para satisfazer necessidades e desejos dos consumidores e que, para isso, as instituições públicas ou privadas oferecem produtos e serviços de consumo cultural para os consumidores de acordo com o perfil de cada grupo de pessoas. Adiciona-se o uso dos meios de comunicação para fazer chegar ao consumidor a mensagem de que o que ele procura ou que não identificou ainda procurar já está ofertado. Assim, salvo exceções, cada nicho de mercado consome o produto destinado a este e, assim, estaria satisfatoriamente atendido de acordo com as suas expectativas.

Não é de hoje que a cultura brasileira ganha espaço entre as instituições públicas e privadas nos EUA. Associações, ONGs e o Consulado Brasileiro em Miami divulgam a cultura brasileira, criando um circuito de atividades para este público.

É possível que os números retratem um comportamento de consumo destes

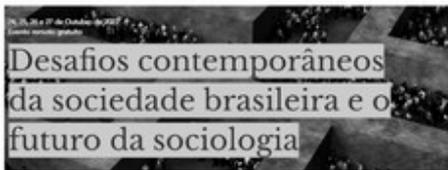


produtos culturais de forma compartilhada, prevendo-se, ainda, que imigrantes brasileiros incluem na agenda a participação coletiva e presencial, no período anterior a pandemia, coletiva virtual no período de isolamento e depois voltem a consumir presencialmente e permaneçam virtualmente consumindo esses produtos culturais. Assim, pode-se ter como elemento de investigação o consumo destes bens culturais de forma continuada pelos imigrantes pela necessidade de ancorar o reforço da sua identidade em solo americano. Os lugares de consumo também serão investigados como ambiente onde se desenvolvem os tipos e espaços de sociabilidade.

A confluência de valores atribuídos às identidades individuais e a influência da sociedade a qual está inserido conferem ao indivíduo a representação de uma possível identidade coletiva. Assim, os membros de uma comunidade nascem sob forte influência cultural, mas, constantemente e continuamente, modificam suas identidades, alimentados por várias fontes no tempo e no espaço. Para Stuart Hall, “a identidade torna-se uma celebração móvel, formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representadas ou interpelados dos sistemas culturais que nos rodeiam.” (Hall, 1999, p. 15). É importante entender sobre ocupações dos espaços urbanos em outro país por imigrantes como parte do resgate e fortalecimento de identidades continuamente modificadas. "A identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia"(Stuart Hall)

A volatilidade da identidade cultural é hoje mais acentuada em razão da facilidade de contato com outras culturas, que importam e exportam elementos, comportamentos e valores por todo o mundo. A modernidade favorece a essas trocas e entrega às sociedades a oportunidade de gerar novos conhecimentos de maneira rápida e universal. “As sociedades modernas são [...] sociedades de mudança constante, rápida e permanente.” (Hall, 2006, p. 14).

A globalização anunciada, já em fins do século XX, teve forte impacto na identidade cultural à medida que gerou deslocamento do *eu* interior e o substituiu não por um outro *eu*, mas por pluralidade de influências e arranjos de diversos grupos, gerando a



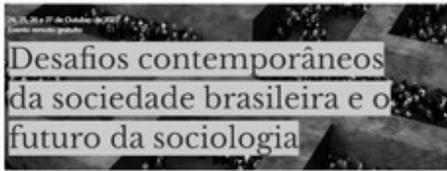
*fragmentação da identidade cultural*, característica do sujeito pós-moderno. A essa altura, não se espera encontrar nos imigrantes brasileiros traços fortes do sujeito sociológico (Hall, 2006) e da interação do “eu” com sua a sociedade isolada, mas grupos com identidade cultural fragmentada pela influência de modos de vida ajustados à permanência e convivência com elementos da cultura americana e de muitas culturas diferentes infiltradas naquela região.

Depois da globalização, as paisagens culturais de nacionalidade, classe, sexualidade, gênero, etnia e raça não mais oferecem “sólidas localizações” para os indivíduos sociais que estão descentrados. Aqueles que residem fora do país podem consumir produtos culturais tipicamente brasileiros, mas seguramente estes indivíduos estão expostos a muitos outros elementos de outras culturas, o que pode interferir nesta centralização que seria muito mais latente se estivessem ainda morando no Brasil. Os meios de comunicação, desde os mais tradicionais como o rádio, o cinema e a TV aberta, como os mais recentes, TV fechada, internet e celular, oferecem possibilidades de contato e interação sem fronteiras no âmbito *sociedade globalizada*.

Hall (1997) alerta para o papel crescente das grandes redes de comunicação que tendem a transmitir para o mundo “um conjunto de produtos culturais estandardizados, utilizando tecnologias ocidentais padronizadas, apagando as particularidades e diferenças locais e produzindo, em seu lugar, uma ‘cultura mundial’ homogeneizada, ocidentalizada. (...) Sendo assim, manter os velhos processos de transmissão da identidade cultural não mais se resume aos ensinamentos passados de pai para filho.

Não é mais preciso fazer uma viagem de retorno ao Brasil para reviver a cultura brasileira, basta ir ao parque no bairro, ou participar de um webinar em uma das comunidades brasileiras. Desta forma, há que se investigar se estes imigrantes, por habitarem for a do país, contradizem a tendência e buscam o consumo coletivo de cultura brasileira.

O grande desafio é digerir a diversidade cultural dinâmica e mutável que temos hoje proporcionado pela convivência impactante com produtos globais ou genuinamente



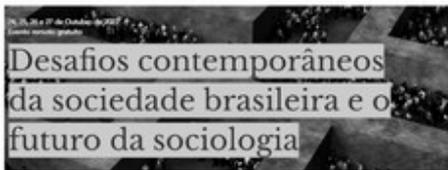
americanos. “Querer manter vivas nas práticas quotidianas características e funções identitárias quando elas já não são social e economicamente úteis é tentar combater a inelutável assimilação colectiva da mudança inerente aos processos de transformação identitária.” (PEIXOTO, 2004).

Stuart Hall explica que a vida local é inerentemente deslocada, que o local não tem mais uma identidade 'objetiva' fora de sua relação com o global. Parte-se da premissa de que o consumo cultural fora do país refere-se ao consumo de símbolos e de estilos de vida relacionados às memórias de identidade brasileiras, linhas de investigação alcançadas pela sociologia no que tange a análise de estilos de vida e identidades sociais. Ao participar de eventos e comunidades físicas ou virtuais, os brasileiros, possivelmente, se conectam com lembranças de casa mesmo em solo americano.

Em Miami e Broward possuem efervescência comercial e cultural que contribuem para a escolha do local para residência dos imigrantes latinos, especialmente Miami, transformada na cidade na mais latina dos Estados Unidos. A região é um dos principais destinos dos brasileiros.

Outro ponto importante a considerar é o impacto da pandemia que nos anos de 2020 e 2021 gerou mudança de hábitos de consumo e estilos de vida em razão do obrigatório isolamento social. As comunidades implantaram iniciativas para a manutenção do contato com a cultura brasileira e a experimentação de novos meios para consumo cultural durante o isolamento da pandemia contribui para a criação de novos hábitos. Os brasileiros residentes em Miami-Dade e Broward aparecem nesse cenário como indivíduos participantes de uma “subcultura” aberta à adaptação de consumo cultural brasileiro em busca de reforço da sua identidade e memórias da terra natal. Os estudos de Featherstone destacam os relacionamentos entre países no cenário globalizado que favorecem a busca pela coerência na constituição das identidades culturais nacionais. Essa construção também é influenciada pelas forças “existentes no interior dos Estados-nação”.

O retrato do consumo cultural de alguns centros urbanos é objeto de muitos



estudos em razão da inserção destes centros no cenário global. Os imigrantes brasileiros nos Estados Unidos transitam pelo espaço urbano das cidades e consomem elementos culturais agregadores das suas identidades. Este projeto propõe estudar a adaptação e retomada da oferta de produtos e serviços culturais com o objetivo de garantir a manutenção das identidades culturais de imigrantes brasileiros em uma cidade referência em acolhimento de imigrantes latinos.

Desde 2004, Sistema de Indicadores Culturais do Ministério da Cultura do Brasil considera como atividades econômicas diretamente relacionadas à cultura aquelas tradicionalmente ligadas às artes: livros, bibliotecas, televisão, rádio, música, teatro, cinema, arquivos, patrimônios históricos e museus. Para esta investigação serão objeto as iniciativas relacionadas aos eventos de lançamento de livros, música, filme, teatro, artes plásticas e mostras de artes.

### **3. Campo**

Na tentativa de recortar o público a ser pesquisado, considera-se, preliminarmente, dados do United States Census Bureau, instituição governamental Americana, que tem a missão de servir como fonte nacional de dados daquele país. O Censo Americano de 2020 registrou 94.047.000 residentes hispânicos e 289.335.000 não hispânicos.

A partir de bancos de dados do City-Data.Com que reúne e publica dados do United States Census Bureau e outras fontes de pesquisa com o objetivo de apresentar a distribuição demográfica nos Estados Unidos, reforçamos a identificação do campo com a identificação das concentrações de residentes brasileiros na Flórida para definição recorte do campo a ser pesquisado. Dois condados foram selecionados por apresentarem concentração de residentes brasileiros; o condado de Miami-Dade e o condado de States Broward.

O condado de Miami-Dade é um dos 67 condados do estado americano da Flórida. Também é conhecido como Miami. A sede e cidade mais populosa do condado é

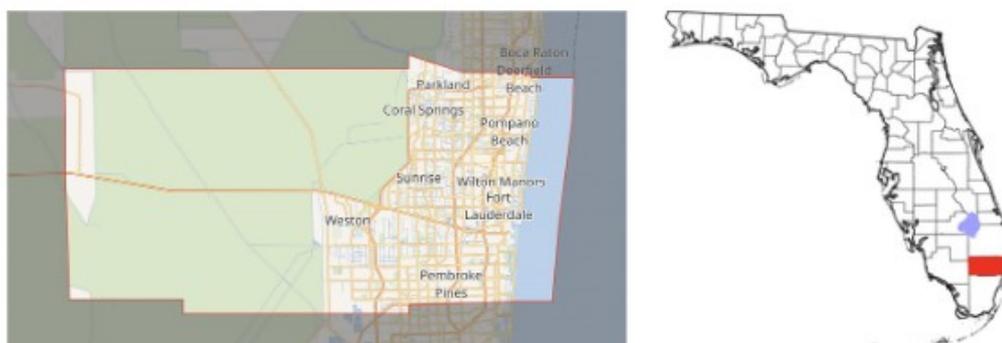
Miami. Foi fundado em 18 de janeiro de 1836 e possui área: 6.297 km<sup>2</sup> e população: 2,706 milhões, a partir dos dados do último Census, realizado em 2020 (figura 1).

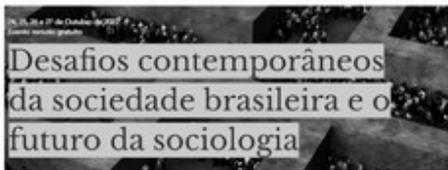
Figura 01: Mapa do Condado de Miami



O segundo condado da Flórida é o de Broward que tem como sede e cidade mais populosa do condado Fort Lauderdale. Tem área de 3.426 km<sup>2</sup> e última população registrada pelo Census (2020) de 1,942 milhão habitantes (figura 2).

Figura 02: mapa condado Broward





#### 4. Imigrantes brasileiros

Segundo o City-Data, o Estado da Flórida é o segundo estado americano mais habitado por brasileiros (diagrama 1) e 60% dos brasileiros que vivem na Flórida estão divididos entre as áreas de Miami-Dade, Broward e Palm Beach. Entre as cidades da Flórida, a que possui maior concentração é Miami (diagrama 2).

Diagrama 1: Estados com a maior porcentagem de residentes nascidos no Brasil. Fonte: city-data.com

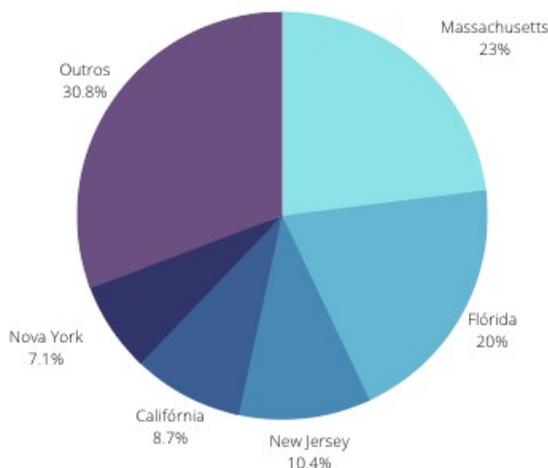
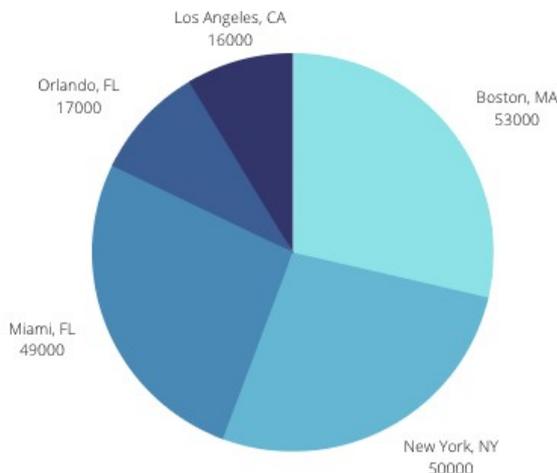
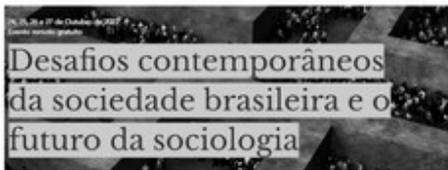


Diagrama 02: Cidades e Regiões Metropolitanas, com maiores concentrações de imigrantes brasileiros. Fonte: city-data.com



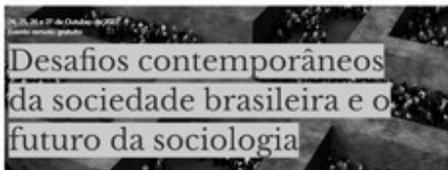
Através de matéria publicada pelo site CNN Brasil em setembro de 2021, o Itamaraty declarou que, segundo dados de 2020 do órgão, nos últimos 10 anos, a população de brasileiros nos EUA cresceu 36%. Só no período entre 2018 e 2020, foi registrado um crescimento de 16%.

## 5. Métodos e técnicas

Se é ponto de partida o mapeamento das iniciativas culturais para entender a dinâmica de uso do espaço urbano por imigrantes, cabe aqui discutir como mapear a incidência de eventos culturais em Miami e Broward.

Na primeira etapa, foi realizada análise documental a partir de sites de entidades e veículos de imprensa em Miami-Dade e Broward com o objetivo de mapear veículos de imprensa em língua portuguesa, organizações e entidades que divulgam, promovem ou incentivam iniciativas culturais brasileiras na região.

No segundo momento, buscamos identificar, a partir de informações publicadas os eventos culturais brasileiros realizados na região antes, durante e pós pandemia. Para esta etapa, realizamos recorte temporal do ano de 2018 a 2022 com o objetivo de



entender se ocorreu uma desaceleração ou alteração no modelo de ocupações urbanas ou canais de consumo de cultura brasileira.

A terceira etapa de análise documental teve como objetivo analisar os níveis e modos de ocupações urbanas por iniciativas culturais brasileiras na região estudada.

A quarta etapa foi a análise documental do relatório de atividades realizadas pela gestão do Cônsul-Geral do Brasil, João Mendes Pereira, que abrange o período compreendido entre os anos de 2018-2022.

Sendo um fragmento da tese, está no planejamento etapas metodológicas posteriores com entrevistas com promotores e/ou apoiadores de eventos e com frequentadores dos eventos (brasileiros residentes mapeamento de localizações nos condados) para entender da relevância do contato com a cultura brasileira pelos imigrantes.

## **6. Divulgação dos eventos culturais brasileiros nos condados**

Os primeiros levantamentos foram realizados na internet através dos sites da imprensa brasileira, em especial, sites e periódicos físicos que circulam na região.

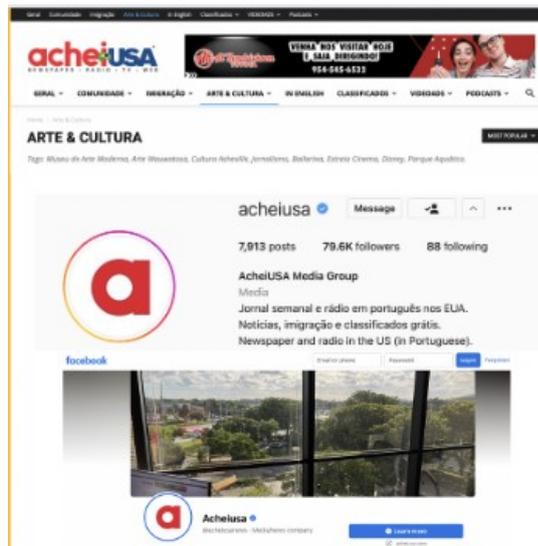
Encontramos sites sediados em Miami e Broward, em língua portuguesa, com canal digital. Pressupomos que tais veículos de informação são, por serem escritos em língua portuguesa, consumidos por brasileiros que residem nestas localidades.

O primeiro veículo acessado foi o ACHEI USA, que foi fundado em outubro de 2000. O AcheiUSA Newspaper é um jornal semanal, em português, com sede em Deerfield Beach. O jornal físico é distribuído gratuitamente em estabelecimentos comerciais brasileiros, americanos e hispânicos, espalhados pelo estado da Flórida. O conteúdo editorial deste periódico inclui notícias locais, imigração, cultura, agenda de eventos, cobertura social, negócios e classificados. Se declara como um popular portal para os brasileiros vivendo nos Estados Unidos. O periódico mantém redes sociais com



as seguintes audiências: Facebook: 76,421 curtidas e 89,053 seguidores e Instagram: 79.6K seguidores.

Figura 1: Site e redes sociais acheiusa.



O segundo periódico investigado foi a revista Acontece Magazine que completa seu vigésimo ano de existência em 2022. O grupo Acontece possui o website ([www.acontece.com](http://www.acontece.com)) e a revista (*Acontece Magazine*), com sede em Miami, FL. O veículo é uma revista mensal, em português, que declara em seus portais ter foco em *Life Style*<sup>2</sup> e entretenimento e business. O periódico mantém redes sociais com as seguintes audiências: Facebook: 8.2K curtidas e 8.7K seguidores e Instagram: 10.6K seguidores.

<sup>2</sup> *Life Style* do inglês significa estilo de vida.

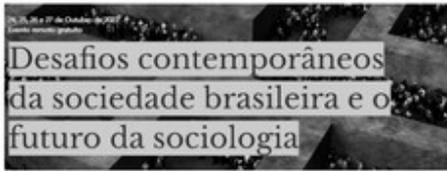
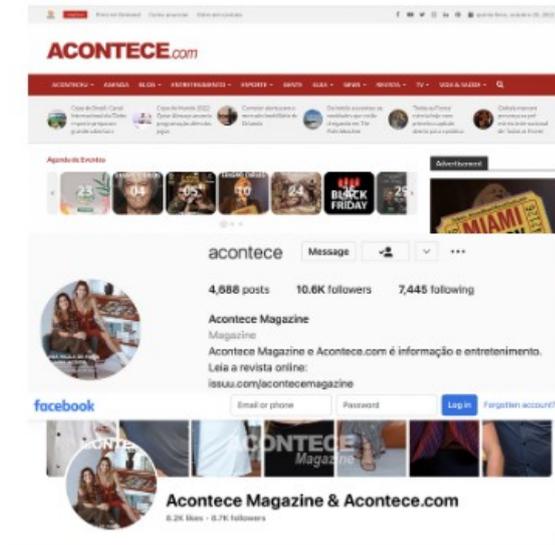


Figura 2: Site e redes sociais Acontece.com.



O terceiro portal acessado foi o *Gazeta Brazilian News*, que foi lançado em 1994 e declara em seu portal ter sido criado para atender à comunidade brasileira na Flórida. Com sede em Fort Lauderdale, o jornal *Gazeta* impresso semanalmente circula em mais de 400 pontos nas regiões de Miami, Broward, West Palm Beach e Orlando. O periódico mantém redes sociais com as seguintes audiências: Facebook: 47 mil curtidas e 52 mil seguidores e Instagram: 49.5K seguidores.

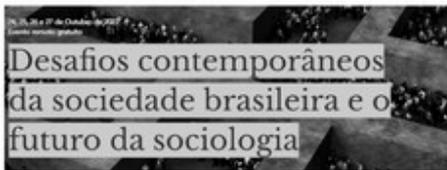
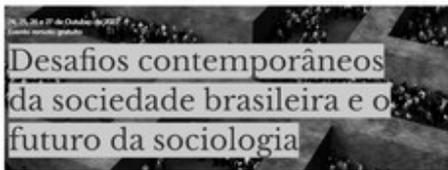


Figura 3: Site e redes sociais Gazeta Brazilian News.



Com o objetivo de realizar levantamento dos veículos de imprensa oficiais sediados nas regiões pesquisadas, através da internet, foi acessado o site da ANI (Associação Nacional e Internacional de Imprensa). A entidade lista mais sete outros veículos de imprensa na região, entre eles estão, periódicos, portais web, TVs e rádios com conteúdo editorial para brasileiros na região dos condados pesquisados, são eles: *Jornal Brazilian Paper*, *Jornal Gazeta Brazilian News*, *Revista Linha Aberta*, *Revista Sobre Rodas*, *Rádio Pompano Beach*, *Record International* e *Globo International*.

A análise dos conteúdos editoriais dos periódicos e portais acessados aponta para o entendimento destes serem veículos que publicam regularmente iniciativas culturais que são realizadas nas regiões foco da pesquisa, além de trazer notícias locais atualizadas sobre assuntos de interesse dos imigrantes brasileiros, bem como algumas notícias do Brasil. O que nos leva a considerar serem estes veículos centrais de informações para brasileiros residentes. Por essa razão, presume-se que a audiência de leitores seja prioritariamente de brasileiros na só por se tratar de veículos escritos na língua portuguesa, mas por também por seus conteúdos editoriais.



## 7. Realizadores e incentivadores dos eventos culturais

A etapa seguinte da análise documental tem desafio de apurar quais são as entidades com ou sem fins lucrativos que promovem ou apoiam a promoção de eventos culturais brasileiros que são divulgados nos portais de notícias que acabamos de discutir.

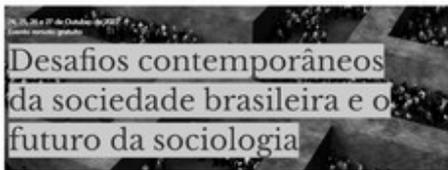
### 8.1 Consulado Brasil-Miami

A primeira organização consultada foi o Consulado do Brasil em Miami. O Governo do Brasil mantém em Miami uma das sedes da Embaixada do Brasil nos EUA com sede em 3150 SW 38th Avenue, Suite 100 - Miami, FL. Como os demais consulados brasileiros, a sede de Miami oferece serviço aos brasileiros, tais como: proteger e prestar assistência aos cidadãos brasileiros em sua jurisdição, respeitando-se os tratados internacionais vigentes e a legislação local, expedir passaportes e outros documentos de viagem, entre outros serviços. Regularmente incentiva, apoia, abriga e promove iniciativas culturais brasileiras. Por se tratar de uma entidade pública, o Consulado reuniu muitas informações a respeito dos eventos culturais realizados na região. Ele não assume na maior parte do tempo do recorte de pesquisa papel de promotor de eventos, apesar de ainda hoje realizar alguns em sua sede, mas ele centraliza a demanda de apoio e representação, contribuindo, assim com a manutenção dos laços dos brasileiros com o Brasil, seja através do incentivo ao ensino da língua, ou com atividades dos diversos campos da cultura.

Segundo o Cônsul em exercício desde abril de 2022, André Odenbreit Carvalho, “a expressiva comunidade e a riqueza das relações comerciais e culturais entre a Flórida e o Brasil oferecem muitas oportunidades de trabalho a serem exploradas”.

Em contato com o Setor Educacional e Cultural do Consulado-Geral em Miami, foi realizada consulta sobre as atividades culturais brasileiras desenvolvidas no exercício do Cônsul-Geral, anterior, João Mendes Pereira, que esteve em atividade entre 2018 e 2022, antes da chegada do André Odenbreit Carvalho.

Nos cinco anos de exercício, foram registradas atividades culturais presenciais, híbridas e virtuais, as duas últimas, no período da pandemia, com objetivo de manter



presente a cultura brasileira na região. As atividades incentivadas estão divididas no setor em artes visuais, audiovisual, esporte, literatura, moda, música, novas plataformas e relacionamento com instituições acadêmicas.

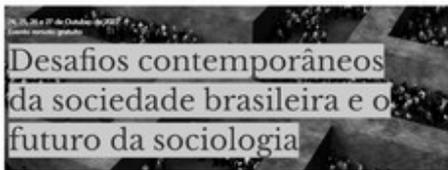
Segundo relatos do Consulado, a grande Miami (condados de Miami-Dade, Broward e Palm Beach) vêm se consolidando como uma das cenas culturais mais vibrantes dos Estados Unidos. Vultosos investimentos foram realizados nessa área, permitindo que eventos de repercussão internacional, como a *Art Basel*, possam ser realizados com grande sucesso na cidade. A modernização de bairros como Wynwood e a abertura de museus e galerias de arte trouxeram um dinamismo próprio para o setor de artes visuais, o que tem atraído diversos eventos e artistas para a cidade.

Não só no campo das artes visuais, mas principalmente nos setores audiovisual, musical e gastronômico, a maioria dos eventos realizados na cidade já são de produtores e artistas latino-americanos, incluindo brasileiros. Esses eventos buscam expandir novos mercados, além de lidar com o mercado do "saudosismo", tendo em vista as grandes comunidades de origem latino-americana que residem em Miami. (Cônsul-Geral, João Mendes Pereira, Relatório de atividades Culturais)

Em razão desse cenário, o consulado buscou aprofundar o relacionamento com parceiros tradicionais que já trabalham com a promoção da cultura brasileira na região. De maneira geral, esses produtores realizam os eventos sem apoio financeiro do Consulado, que oferece essencialmente apoio institucional e presta auxílio na divulgação de eventos.

Os projetos que participam da temporada cultural do Consulado utilizam a logomarca do Consulado, o que os diferencia dos demais eventos e alavanca sua capacidade de buscar parceiros e patrocinadores, principalmente empresas brasileiras sediadas na Flórida. Muitas áreas da cultura brasileira tiveram a atenção do Consulado, tais como:

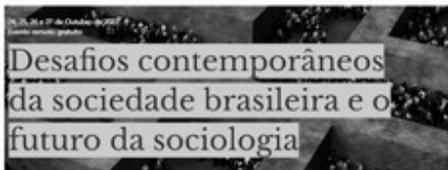
Na área educacional, considerando a importância do Brasil para a região, muitas escolas oferecem o português no seu currículo, seja com um programa bilíngue ou como português como língua estrangeira. Importantes universidades, como a Florida



International University e a University of Miami, também contam com um Departamento de Línguas Modernas, onde o Português, na sua variante brasileira, é ensinado. Além disso, tais universidades contam com professores brasileiros em diversas áreas, formando uma importante presença científica na região.

Apesar do papel da disseminação da língua portuguesa na região não estar no recorte inicial do objeto de pesquisa, entende-se que a criação de espaços de língua portuguesa incentiva o convívio entre brasileiros e ancoram elementos da brasilidade. O papel de incentivador do Consulado mantendo estreito relacionamento com as instituições educacionais e acadêmicas da Flórida, impulsionando as atividades de promoção da língua portuguesa já existentes, contribui para reforçar laços identitários entre os residentes. Assim, o Consulado desenvolveu um trabalho de aproximação com escolas (*Ada Merritt, Downtown Doral Charter Elementary School -DDCES e Downtown Doral Charter Upper School - DDCUS*) e universidades (*Universidade da Flórida - UF; Florida International University - FIU; e Universidade de Miami - UM*) americanas em Miami com o objetivo de reforçar o ensino da língua portuguesa. Além do ensino formal, apoiou a Fundação Vamos Falar Português (VFP) que oferece aulas gratuitas de língua portuguesa para a comunidade brasileira (português como língua de herança). A iniciativa, apesar de não constar no recorte do objeto da tese, assim como os apoios ao esporte, desencadeia festividades da cultura brasileira nos ambientes de ensino privado, tais como cerimônias de comemoração da Independência do Brasil, semanas de Herança Brasileira e outras comemorações típicas brasileiras (festa junina, carnaval, dia do folclore).

Durante a feira *Art Basel*, que faz parte da *Miami Art Week*, o consulado conectou-se a galerias e artistas brasileiros que participaram das exposições. Em 2018, a temporada cultural do Posto foi encerrada com a realização do coquetel de abertura da Seção Brasileira da feira de arte Pinta Miami.



Importante destacar que com a pandemia e o cancelamento grande parte da temporada cultural em 2020 e 2021, o Consulado adaptou o modelo de apoio receptivo, apenas respondendo aos pedidos de apoio para eventos presenciais, passando a adotar uma postura mais ativa no setor cultural, buscando manter um efetivo apoio aos artistas brasileiros locais e utilizando melhor o ambiente virtual, principalmente, por meio das redes sociais. Nesse novo cenário, o Consulado, a partir de julho de 2020, adotou uma postura mais proativa, com foco na manutenção de um efetivo apoio aos artistas brasileiros locais, utilizando o ambiente virtual através de suas redes sociais para apoiar as iniciativas. Assim, mesmo no contexto de pandemia, o Consulado-Geral lançou novos projetos de apoio à cultura brasileira, projetos estes que foram mantidos mesmo após o período restritivo, haja vista, a considerada excelente repercussão junto à comunidade local, segundo o Setor de Cultura do Consulado. Observa-se aqui uma interessante etapa adaptativa para a manutenção das atividades culturais.

A partir de julho de 2020, em razão das restrições ocasionadas pela COVID-19, o Consulado novos projetos de apoio à cultura brasileira, como o "Arte no Consulado", o "Conexão Musical" e o "Concurso de Fotografia". O projeto "Arte no Consulado" foi realizado em parceria com o Centro Cultural Brasil-USA da Flórida (CCBU) para dar destaque a artistas plásticos brasileiros, residentes na Flórida, que têm suas obras expostas no Consulado e nas redes sociais do posto. Durante as duas edições do "Arte no Consulado", 16 artistas expuseram suas obras no gabinete do Cônsul e no salão de atendimento consular.

Já o projeto Conexão Musical utiliza as mídias sociais do Consulado para promover músicos locais que vêm realizando um importante trabalho de difusão da música brasileira. Mais de vinte músicos ou grupos musicais foram convidados a enviar vídeos, que foram publicados nas páginas do Consulado, nas sextas-feiras, no período do projeto.

Em dezembro de 2020, o órgão governamental lançou o concurso de fotografia com o tema Olhares brasileiros. O concurso procurou exaltar a resiliência, a criatividade



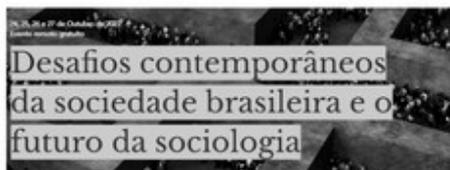
e a capacidade de adaptação do brasileiro frente à nova realidade. A comissão avaliadora, composta pelo Setor Cultural do Consulado e por três diretores do *The55Project*, escolheu as 10 melhores fotos dentre as mais de 150 imagens recebidas. O *The55Project* é formado por um grupo de brasileiros radicados em Miami, que tem como objetivo aumentar a visibilidade dos artistas plásticos nacionais, por meio de um calendário de eventos que inclui projetos individuais, exposições coletivas, residências, arte pública, palestras e programas educacionais que criam oportunidades de diálogo entre os artistas e as comunidades locais. A instituição participou ou realizou, ao longo do período investigado, outras iniciativas em parceria com o Consulado Brasil-Miami.

Com o fim das restrições relacionadas à COVID-19 na Flórida, reiniciou-se a temporada cultural e, em junho de 2021, foi realizada convocatória pública para a inscrição de projetos com aprovação de onze eventos. Em janeiro de 2022, mais dezenove propostas foram incluídas na temporada.

Dentre os eventos apoiados pelo Consulado no campo das artes visuais se reinicia a temporada cultural *A Journey Through Brazilian Experiences*, com diversos eventos de diferentes vertentes culturais.

Em 2021, o consulado realizou coquetel para a abertura da Casa Brasil Miami, projeto que contou com as curadorias de Giuliana Brandão e Jade Matarrazo, ambas da galeria virtual *The House of Arts* e que levou a Miami 30 artistas brasileiros, que expuseram suas obras em espaço montado a dois quarteirões da *Art Basel*. A Casa Brasil também ofereceu rodadas de negócios para os artistas, palestras, oficinas de pintura, experiências gastronômicas, entre outras atividades.

Durante a *Miami Art Week 2021*, o Consulado apoiou a exposição *Just Breathe*, organizada pelo *The55Project*, com obras de 17 artistas brasileiros, todos radicados nos EUA, e a exposição *Alagoas – The Brazilian Artisanal Soul*, do governo do estado brasileiro. Essa última atividade foi realizada em espaço de destaque da feira Pinta Miami e apresentou os trabalhos realizados por grandes artesãos e mestres alagoanos. Além do artesanato, o espaço destinado para Alagoas também trouxe informações sobre

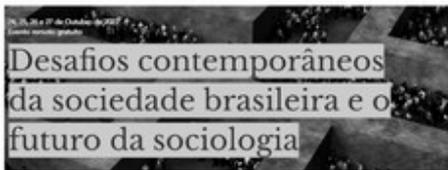


turismo no estado, unindo essas duas vertentes em uma das feiras mais movimentadas do período. Percebe-se aqui não só a promoção dos artistas brasileiros residentes, mas a importação de artistas e produtos do Brasil para expor sua arte ou oferta de destino em solo americano. Para este último, é possível que o público-alvo não sejam os brasileiros residentes.

Ainda dentro do campo das artes visuais, o *The55Proj* realizou com o apoio institucional do Consulado, entre 2019 e 2020, as exposições de Liene Bosquê (fevereiro/2019), Nádia Taquary (dezembro/2019), Mano Penalva (março/2020) e Gustavo Prado (novembro/2020), o projeto NEST, programa educacional que apresenta artistas plásticos brasileiros para crianças entre 5 e 12 anos, e ao projeto *Heart to Heart*, campanha de arrecadação de doativos para o Brasil, durante a pandemia de COVID-19, que se encerrou com a pintura de um painel no bairro de Wynwood.

No segmento audiovisual, o principal evento apoiado institucional e financeiramente pelo Consulado foi o tradicional *Brazilian Film Festival of Miami - BRAFF*, produzido pela Inffinito. Também deu o apoio institucional para a exibição de filmes brasileiros na cidade, especialmente no âmbito do *Miami Film Festival*. Em 2021, o Consulado ajudou na divulgação dos filmes "A Nuvem Rosa" e "Seiva Bruta", que estavam na programação do evento. Produções independentes também contaram com o apoio na divulgação de filmes como "Dois Papas", "Eduardo e Mônica" e o próprio "A Nuvem Rosa", em exibição em diferentes salas comerciais em Miami.

Apesar de não estar no recorte da pesquisa, o setor de esporte também tem espaço nos apoios do consulado em eventos que promoviam times e iniciativas brasileiras no setor de esportes, como o *Florida Cup* que acontece anualmente e é um evento poliesportivo e cultural, cujo foco é um torneio amistoso entre quatro grandes equipes de futebol, duas brasileiras e duas europeias. Em 2019, participaram da competição os times Flamengo, São Paulo, Ajax e Frankfurt Eintracht. Para encerrar o torneio, cultura brasileira com o show da cantora baiana Ivete Sangalo. No ano seguinte, em 2020, o mesmo torneio, também levou a mesma artista brasileira para o encerramento. Outro



evento esportivo apoiado pelo Consulado que integrou cultura brasileira foi o *Beach Tennis Festival*, campeonato de tênis de praia idealizado por brasileiros e voltado para a comunidade brasileira da região de Pompano Beach, realizado em 2021 como parte das comemorações da Data Nacional e trouxe comidas típicas e apresentações musicais brasileiras para a arena do esporte.

No campo da Literatura, o Consulado apoiou a realização do primeiro Festival Literário de Miami, FLI-MIAMI, realizado pelo Centro Cultural Brasil-USA da Flórida (CCBU).

A Moda também ganhou atenção do Consulado, em 2019 e 2021, com o evento Brazil Fashion Forum que alia desfiles de moda, rodadas empresariais com estilistas brasileiros e compradores americanos, exposição de arte, música e responsabilidade social. O Brazil Fashion Forum tem como objetivo atuar como uma plataforma para lançar novos estilistas brasileiros no importante mercado de Miami, que tem funcionado como porta de entrada para o concorrido mercado norte-americano.

Diversos eventos no segmento de música fizeram parte da temporada cultural do Consulado. O Brazilian Festival of Pompano Beach (posteriormente *Brazilian Festival of Florida*) trouxe importantes nomes da música brasileira para a cidade, como Elba Ramalho, Iza e Biquini Cavado. Além dos shows, o evento monta estrutura com estandes de comidas tradicionais e empresas brasileiras que têm interesse em divulgar seus serviços para a comunidade local.

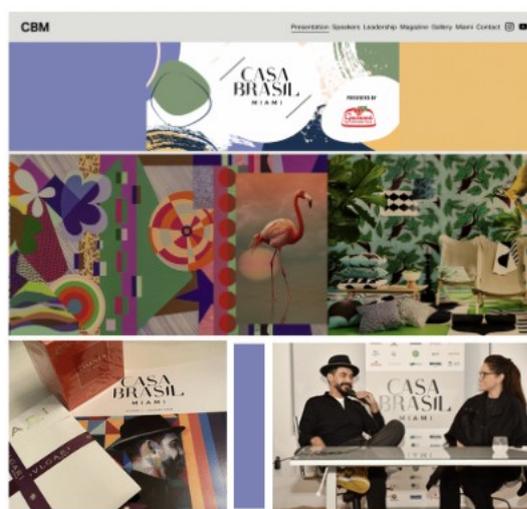
Em 2019, o Consulado apoiou o *Brazilian Music Institute - BMI* em Miami que acontece há mais de 20 anos e foi idealizado pelo músico e professor da Universidade da Flórida, Welson Tremura. O show de encerramento daquele ano intitulado Saudades do Brasil. O evento divulgar a música instrumental e vocal brasileira, por meio da troca de experiências com artistas convidados e professores. Durante uma semana, são realizados cursos, treinamentos e ensaios, com artistas, professores e alunos de música, brasileiros e estrangeiros. Em razão da pandemia, o BMI não ocorreu em 2020 e 2021, tendo em vista o caráter essencialmente presencial dos ensaios musicais.

Ainda na área musical, um dos principais parceiros do Consulado foi o produtor Gene de Souza que produz shows, programas de rádio e turnês com artistas da música brasileira e mundial há mais de 20 anos. Em Miami, o produtor apresenta um programa de rádio Café Brasil, único em FM no sul da Flórida totalmente dedicado à música brasileira. O programa tem como objetivo mostrar a imensa riqueza e variedade de estilos musicais brasileiros, incluindo samba, bossa nova, MPB, jazz, forró, pop, rock, reggae e muitos outros estilos instrumentais e regionais. Além do programa, o Consulado apoiou diversos shows realizados em Miami pela Brazilian Nites, entre eles, Lulu Santos, Yamandu Costa e Adriana Calcanhotto.

## 8.2 Casa Brasil Miami – CBM

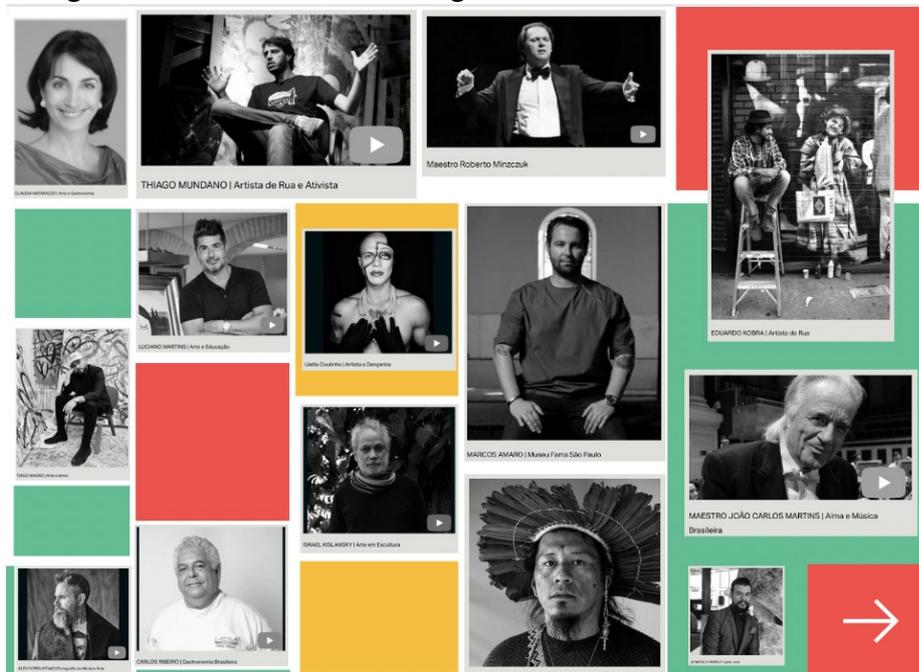
Casa Brasil Miami - Art Basel, promove o desenvolvimento de negócios e experiências que oferecem apoio à arte brasileira no mercado internacional. Promove anualmente a Semana Art Basel Miami: a próxima edição que se realizará nos dias 29 de Novembro a 03 de Dezembro de 2022.

Figura 4: Site CBM ([www.casabrasilmiami.com](http://www.casabrasilmiami.com))



É uma plataforma que conecta pessoas, marcas e propósitos. Defendem que o Brasil é reconhecido mundialmente pela sua arte, cultura e hospitalidade, a principal inspiração para a criação da Casa Brasil Miami - *Art Basel*. Para entender um pouco dessa diversidade reunida na Art Basel, apresento, a seguir a Figura 5, alguns dos palestrantes e homenageados da Casa Brasil Miami 2021

Figura 5: Palestrantes e homenageados da Casa Brasil Miami 2021



### 8.1. 8.3 Inffinito Foundation

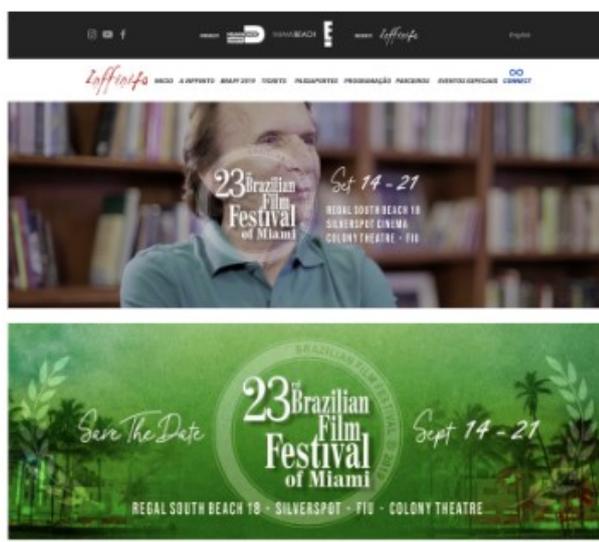
A Inffinito atua na realização de festivais de cinema, produção de eventos culturais, ações de capacitação, experiências em sustentabilidade e produção de conteúdo audiovisual para cinema e TV. A *Inffinito* é idealizadora do *Brazilian Film Festival of Miami* que já realizou mais de 23 edições. "O festival é uma ação de resistência. Fomos o primeiro Festival, com conteúdo exclusivamente brasileiro, produzido no exterior.

Nesses anos, a nossa missão foi incentivar o público a conhecer e consumir a cinematografia brasileira", comenta Adriana L. Dutra, cofundadora do Festival.

O festival traz filmes inéditos ou recém-lançados no Brasil para o mercado americano e ainda realiza outras atividades em paralelo, como encontros de negócios e palestras sobre o setor audiovisual brasileiro e norte-americano. Na edição de 2019, que contou com o apoio financeiro deste Consulado do Brasil, estima-se que o público tenha ultrapassado 4 mil pessoas, entre os 4 locais de exibição, sendo 70% desse número composto por estrangeiros.

A partir de 2020, em razão da pandemia de COVID-19, o evento passou a acontecer em formato híbrido, com grande parte das exibições ocorrendo pela plataforma de filmes Inff.Online. Em 2021, com a utilização de plataforma virtual para a exibição dos filmes, o número de visualizações ultrapassou 17 mil.

Figura 6: Web site Inffinito



#### 8.4 Centro Cultural Brasil-USA da Flórida (CCBU)

Fundado em Miami, em 1997, o Centro Cultural Brasil - USA da Flórida - CCBU é uma organização sem fins lucrativos, constituída por voluntários. O CCBU tem a missão de divulgar cultura brasileira no Sul da Flórida e com seus programas, busca

apresentar diferentes aspectos da cultura brasileira e contribuir para o enriquecimento a diversidade cultural de Miami, simultaneamente fortalecendo os laços entre o Brasil e a Flórida. Para realizar suas atividades, a organização busca firmar parcerias com instituições acadêmicas e culturais, universidades, bibliotecas e produtores culturais.

Em 2020, publicou o livro *BRAZILinMIAMI*, figura 7, organizado por Adriana Sabino, onde registra como as artes, a arquitetura, a música, a dança, a língua, os negócios, as celebrações culturais do Brasil e os próprios brasileiros tornaram-se parte integrante da mistura cultural de Miami.

Figura 7: capa do livro *BrasilinMiami*



O CCBU também promove Festival Literário de Miami, *FLI-MIAMI*. Em novembro de 2020, em razão da pandemia, optou por realizar o festival virtualmente e manteve o formato na edição de 2021, a 2ª edição do evento.

Segundo entrevistas capturadas no site da organização, o *FLIMIAMI* nasceu da necessidade de estabelecer uma plataforma onde autores brasileiros se encontrem com editores americanos e possam ser descobertos por um novo público. Também é um evento cultural que reflete a diversidade de Miami e a presença brasileira nela. O festival

vem sendo organizado de forma paralela à "Miami Book Fair International" e contou com a participação de nomes importantes da literatura contemporânea brasileira, como Mary del Priore e Jeferson Tenório, que receberam o prêmio Jabuti 2022.

O CCBU, com a pandemia e das restrições, também começou a explorar mais o ambiente virtual e passou a promover lives e exibições de filmes com temáticas que abrangem também cultura brasileira, como observamos nas figuras 8 e 9, respectivamente.

Figura 8: Live literária



Figura 9: Live artes



### 8.5 Minority Help

Criada em 2005, a *Minority Help* é uma organização sem fins lucrativos que promove o desenvolvimento comunitário etnicamente sustentável e estratégias de sobrevivência cultural, fornecendo programas de arte e outros serviços para a Comunidade Brasil-Americana do Sul da Flórida. Mantém website no endereço eletrônico [www.minorityhelp.org](http://www.minorityhelp.org).

A organização possui uma importante iniciativa registrada no seu site: o projeto BRACE (Projeto de Artes e Engajamento Cultural Brasileiro) que serve como um guarda-chuva cultural brasileiro. Patrocina programas baseados em arte durante todo o

ano e buscam selecionar atividades consideradas por eles “culturalmente únicas” capazes de representar a vitalidade cultural brasileira localmente.

Entre os campos de atividade estão: oficinas linguísticas e culturais, exposições semanais de patrimônio cultural de drama, poesia, narrativa, narração de piadas, concertos de música popular, laboratórios de artes e artesanato, instantâneos da vida comunitária, demonstrações de arte, concursos de comida típica, desfiles, festivais folclóricos, competições, entrevistas públicas, apresentações típicas de dança, exposições teatrais e apresentações artísticas em geral.

Em 2019, patrocinou o *Brazilian Folks Tour*: festival folclórico comunitário. Tal festival buscou aumentar a identidade e o engajamento da comunidade por meio da promoção de talentos e programas locais que promovam o desenvolvimento da comunidade, a capacitação, o engajamento e a celebração do patrimônio do Brasil. Entre as atividades, registraram apresentações de música ao vivo, show de capoeira (figura 11), dança, comida étnica, exposição de negócios locais e celebração das artes e patrimônio cultural brasileiros (figura 12).

Figura 11: Capoeira no Festival do povo brasileiro



Figura 12: Samba no Festival do povo brasileiro

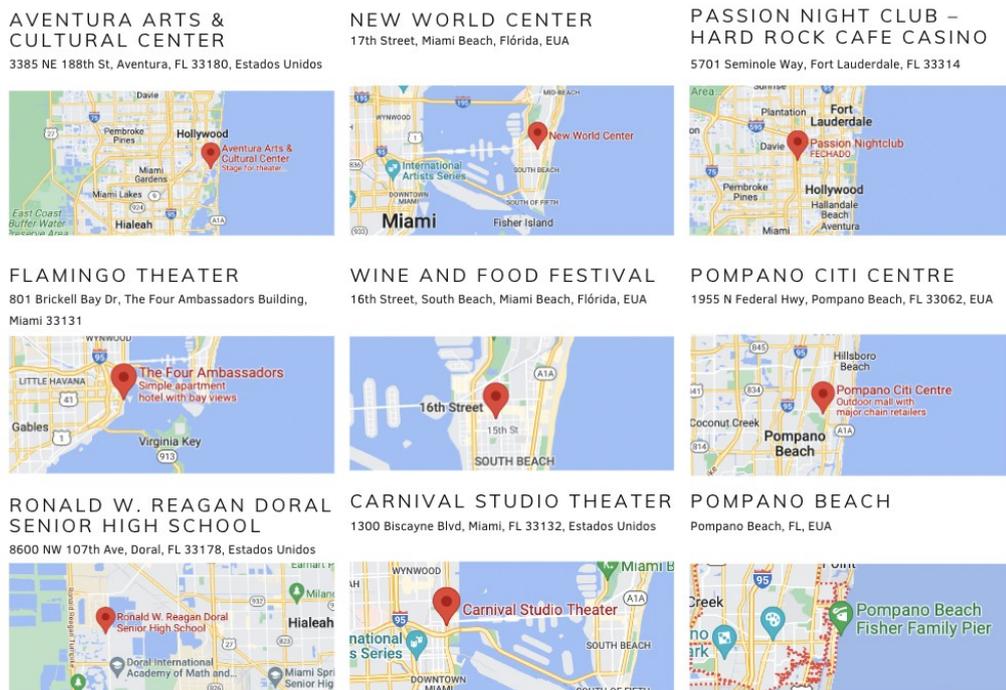


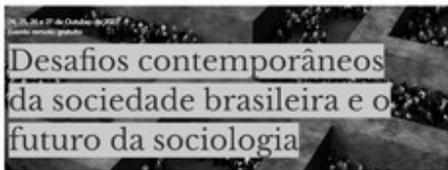
## 9. Ocupação de espaços urbanos públicos e privados

A identificação de registros da realização eventos culturais brasileiros, promovidos ou incentivados, pressupõe que estes foram realizados em locais na região de Miami e Broward. A análise de ocupação de espaços urbanos públicos e privados é estratégica para a tese haja vista que o levantamento de imigrantes residentes brasileiros legais aposta uma descentralização de domicílios.

A partir das divulgações dos eventos realizados no período compreendido entre 2018 e 2022, foi realizado um primeiro extrato do mapeamento dos espaços aonde tais eventos culturais brasileiros ou com participação de artistas brasileiros foram realizados. O objetivo aqui é destacar a curiosa distribuição pulverizada com ocupações de espaços urbanos pela cultura brasileira na região. Além dos espaços da figura 13, registra-se inicialmente mais outros 75 locais onde foram realizados eventos culturais brasileiros entre 2018 e 2022.

Figura 13: Espaços onde foram realizadas atividades culturais brasileiras





## **10. Registros da cultura brasileira em Miami e Broward**

A presença de arte e cultura brasileira na região aparece tanto em obras permanentes, como em eventos, festivais realizados em várias edições ou pontualmente. Alguns dos eventos registrados foram realizados isoladamente ou, ainda, fizeram parte de eventos maiores como festivais e mostras de arte. Assim, organizados em categorias, apresento alguns dos exemplos dessa presença catalogada nesta primeira análise documental nos setores: muralismo, música, festival, filmes, mostra de arte e literatura.

### **10.1 Muralismo**

#### **10.1.1 Artista: Eduardo Kobra**

Eduardo Kobra é um renomado muralista paulista que viaja por todo o mundo registrando sua arte em muros com temáticas globais ou, em alguns momentos, com representações do Brasil. Na região pesquisada, o artista esteve presente por mais de uma vez, no último projeto, pintou, em 23 dias (figura 14), seis obras nos EUA: “Hamlet” e “Einstein vai à praia”, ambos em West Palm Beach; “Sopa de Letrinhas”, no Chalk Festival de Arte em 3D, em Sarasota; e, no Art Basel, grande festival de arte urbana em Wynwood, Miami, fez três obras em um mesmo muro: “O anjo caído”, “Dê uma chance à paz” e “Stop Wars”. Ao todo, o “quarteirão de Eduardo Kobra” tem cerca de 80 metros de comprimento por cinco de altura. Uma curiosidade dessa concessão de espaço é que os muros dos novos trabalhos de Kobra pertencem ao famoso grafiteiro americano Brainwash, que cedeu o espaço para Kobra mostrar sua arte brasileira.

Figura 14: Eduardo Kobra enquanto pintava o quarteirão.



#### 10.1.2 Artistas: Camila Geoffroy e Diego Japia (Grupo Alma Salgada)

A participação dos artistas muralistas é parte do projeto do Consulado do Brasil-Miami, Arte no Consulado, em julho deste ano. Esse é um exemplo do incentivo à inclusão de artistas no cenário da região. O casal de muralistas convidado (figura 15), Camila e Diego, é pouco conhecido do grande público, mas levou uma obra colorida e instigante que reflete o clima, a alegria e o colorido brasileiro e da Flórida.

Figura 15: Camila e Diego a frente do mural produzido no Consulado Foto:

AcheiUSA.com



## 10.2. Música

### 10.2.1 Evento: Gafeira Rio Miami

O Gafeira Rio Miami, dedicado ao samba de gafeira, estreou, em novembro de 2021, novo evento mensal no Ironside Miami. A banda (figura 17) formada por músicos brasileiros residentes, passou a se apresentar todo primeiro domingo do mês, no Ironside Miami, um espaço aberto, com vários restaurantes e lojas ao redor.

Figura 17: Grupo Gafeira Rio Miami. Foto Planeta Música publicado por



GazetaNews.com

### 10.2.2 Evento: 6º *BrazilFoundation Gala Miami*

O *BrazilFoundation Gala Miami* é um evento anual para arrecadação de fundos para projetos sociais brasileiros. A edição aqui registrada celebrou a marca de 100 projetos já apoiados pela instituição através desse tipo de evento. A presença de artistas no cenário do evento quanto nas homenagens é percebida. Nesta edição os mestres de cerimônias foram a apresentadora Isabella Fiorentino e o ator Thiago Fragoso. Nesta edição também homenageou a pianista brasileira, Simone Leitão (figura 18), que lidera a Academia Jovem Concertante, tal projeto viaja o Brasil descobrindo novos talentos e levando a música de concerto para os lugares mais remotos do país. As bilheteiras dos projetos de Leitão são doadas a instituições que promovem inclusão social através da música. A *BrazilFoundation* reverte dos donativos dos eventos de Gala para organizações como NEOJIBA, Orquestra Jovem da Bahia, Orquestra da Grota do Surucucu, no Rio de Janeiro.

Figura 18: Pianista homenageada Simone Leitão Fonte: AcheiUSA.com



#### 10.2.2 Evento: Celebração da Independência do Brasil

O projeto musical foi elaborado organizado pelo Brazilian Music Institute 2022 celebrou os 200 anos da Independência do Brasil com música. O objetivo desta abordagem diferente na celebração foi promover e ensinar música brasileira combinando estilos musicais clássicos e populares. Incluindo a apresentação do grupo Brazilian Voices composto por mulheres cantoras brasileiras residentes em Miami.

Figura 20: cartaz virtual da Celebração da Independência. Fonte: *brazilianvoices.org*



### 10.3 Festival

#### 10.3.1 Evento: *Annual Brazilian Festival Pompano Beach*

A edição de 2019 do Brazilian Fest de Pompano Beach recebeu artistas brasileiros como a banca Biquini Cavado; o cantor Di Ferrero, vocalista do NX Zero, e Lucas & Vinicius, o duo country apresentado no programa de TV *The Voice Kids*. Bandas locais também se apresentaram durante todo o festival. A edição reuniu 22.000 pessoas no parque (figura 21) com arte, cultura, tradição e gastronomia tradicional brasileira, incluindo “Rodízio de Churrasco, Vatapá, Pão de Queijo e Pastel ao doce dos sonhos como Brigadeiros, Cocadas, Doce de leite, e Pamonha, apresentação de samba, capoeira e quatro concertos musicais divididos em dois palcos (figura 22).

Figura 21: foto divulgação da arena do evento. Fonte: *Brasianfestival.Org*



Figura 22: Foto show de música brasileira no palco do festival. Fonte:  
*Brasianfestival.Org*



## 10.4 Filme

### 10.4.1 Evento: 2º Festival Mulheres+ do Audiovisual

Entre os meses de março e abril de 2021, a Inffinito apresentou virtualmente no Brasil e nos Estados Unidos produções dirigidas, roteirizadas, fotografadas e produzidas por mulheres brasileiras durante o 2º Festival Mulheres+ do Audiovisual que teve exibição gratuita de mais de 50 filmes, dentre eles, o Filme Mulher Oceano dirigido por Djin Sganzerla (figura 24).

Figura 24: Foto divulgação André Guerreiro Lopes filme Mulher Oceano, publicado em AcheiUSA.com

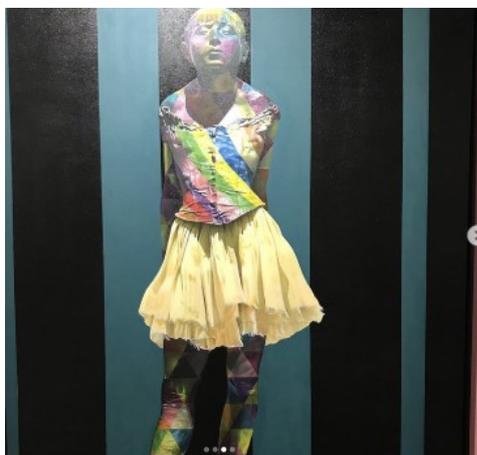


## 10.5 MOSTRA DE ARTE

### 10.5.1 Evento: Mostra de arte na *Goldman Global Arts*

Em julho de 2019, a *Goldman Global Arts Galery*, situada em Wynwood, apresentou entre outros artistas, uma releitura do trabalho do artista muralista Eduardo Kobra intitulado "Maior que a vida" (figura 25). "A energia da exposição do Kobra na GGA Gallery é contagiante", comentou em matéria para o site AcheiUSA.com, Peter Tunney, co-fundador da GGA Gallery e do Goldman Global Arts.

Figura 25: Menina Eduardo Kobra. Fonte: AcheiUSA.com



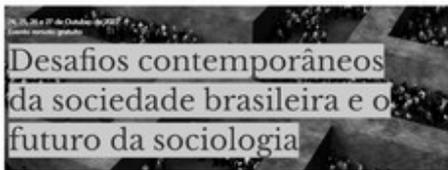
## 10.6 Literatura

### 8.1.1. Evento: 1º Festival Literário Brasileiro. Fonte: AcheiUSA.com

O Evento literário virtual foi promovido pelo CCBU para, durante a pandemia, reunir autores e leitores numa só plataforma. Aconteceu no final de 2020 e se propôs revelar talentos brasileiros que vivem nos EUA e promover um encontro com escritores já consagrados. O evento foi 100% online através da multiplataforma [www.flimiami.online](http://www.flimiami.online). A organização também utilizou peças virtuais para divulgar o evento (figura 26).

Figura 26: Cartaz divulgação do Festival Literário de Miami Online de 2020





Por fim, estes foram alguns dos eventos ocorridos no período pesquisado. Muitos outros eventos, menores, maiores, públicos e privados, fazem parte dessa análise documental, porém, o objetivo aqui é dar uma amostra de diversificação de temáticas e espaços físicos e virtuais onde ocorreram tais eventos.

## 11. Conclusões

Em se tratando de um extrato da tese de doutorado em andamento, os prévios levantamentos e análises dos conceitos que cercam a questão central apresentada, nos encaminha para conclusões parciais de que a ocupação de espaços públicos por imigrantes brasileiros em Miami cresceu e se estabeleceu nas últimas décadas e que durante a pandemia os hábitos de consumo reais foram temporariamente transferidos para ambientes públicos virtuais na tentativa de compensar a falta de permissão para acesso a espaços públicos físicos em razão da pandemia e, depois dela, assistimos a retomada do calendário de eventos culturais promovidos em áreas urbanas de Miami que tem participação ou presença parcial de iniciativas culturais brasileiras.

Ao iniciar esse levantamento documental, havia a impressão de que se encontraria uma curva descendente do número de eventos culturais. Ao final desta análise, contabilizamos o inverso em número de iniciativas e acesso aos artistas brasileiros para participar ou ainda, fazer participar o residente de eventos virtuais transmitidos do Brasil.

Parte desta reflexão sobre o esforço que viabilizar acesso a cultura brasileira, mesmo em período de restrições em razão da pandemia, é o que se observa com lançamentos de alguns festivais originalmente virtuais, como foi o caso do Festival Literário de Miami de 2020, promovido pelo CCBU e apoiado pelo Consulado.

Em se tratando das rodadas de negócios promovidas para artistas, é salutar a discussão sobre a real intensão da promoção e incentivo a cultura, uma vez que, em muitos momentos observamos a presença dos negócios culturais figurando no cenário da promoção cultural. E, parte, o papel do Consulado do Brasil nos parece pontualmente



incentivador, mas existe a preocupação em partes do relato da gestão do Cônsul João Mendes Pereira sobre a promoção ou viabilização de negócios em torno da arte.

Sobre a ocupação urbana pela cultura brasileira nos condados de Miami e Broward, foi identificada a estratégica pulverização das ocupações. Foram registrados eventos com algum tipo de cultura brasileira em espaços públicos e privados, dentro de festivais exclusivamente de cultura brasileira e como parte representativa de brasilidade em festivais locais de cultura mista, atividades pontuais de artistas residentes isoladas, atividades de incentivo a brasilidade em comunidades, em organizações públicas, como na sede do Consulado Brasil-Miami, nos prédios, nas galerias, na praia, nas ruas. A análise dos registros indica que existe uma consistente presença de arte e cultura brasileira nas regiões a serem pesquisadas.

### Referências Bibliográficas

ACHEIUSA.COM. **Arte & Cultura.** Disponível em: <<https://www.acheiusa.com/Noticia/category/arte-cultura/>>. Acesso em 16 out.2022.

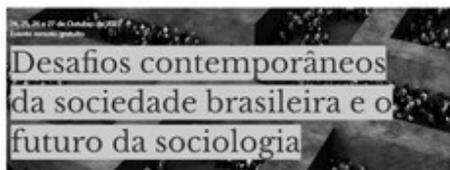
BOURDIEU, Pierre. 1996. **Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste.** Cambridge, Harvard University Press. 8o ed. Tradução: Richard Nice. Disponível em: <<http://web.mit.edu/allanmc/www/bourdieu1.pdf>> Acesso em: 25/05/2009.

CANCLINI, Néstor Garcia. Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 1996.

CERTEAU, Michel. “**Introdução**” e “**Caminhadas pela cidade**” In A invenção do Cotidiano: artes de fazer. Petrópolis, vozes, 1994.

CITY-DATA.COM. **CITIES, Florida Bigger. Over 6000 residents.** Disponível em: <<http://www.city-data.com/city/Florida.html>>. Acesso em 14 mar.2022.

\_\_\_\_\_. **Top 101 cities with the most residents born in Brazil (population 500+)** <<http://www.city-data.com/top2/h153.html>> Acesso em: 02/09/2021.



FEATHERSTONE, Mike. Cultura de Consumo e Pós-modernismo. São Paulo, Studio Nobel, 1995. \_\_\_\_\_. “Culturas globais e culturas locais” In: Fortuna, Carlos (org.) Cidade, Cultura.

ENTRETENIMENTO, Acontece.Com. Disponível em: <<https://acontece.com/1/entretenimento/>>. Acesso em 16 out.2022.

ENTRETENIMENTO, Gazetanews.com. Disponível em: <<https://www.gazetanews.com/entretenimento>>. Acesso em 16 out.2022.

HALL, Stuart. “**A Questão da identidade cultural**” in A identidade cultural na pós-modernidade. 11a Ed Globalização: ensaios de sociologia. Oeiras, Celta Editora, 2007.

FOUNDATION, Inffinito. Disponível em: < <https://www.inffinito.com/22nd-braff-miami>>. Acesso em 20 out.2022.

HELP, Minority. Disponível em: <<http://www.minorityhelp.org/about/>>. Acesso em 20 out.2022.

LEITE, Rogerio Proença. “**Política dos Usos: a construção dos lugares no espaço público**”. In: Contra- usos da Cidade: lugares e espaço público na experiência urbana contemporânea. 2a Ed. Campinas, Editora Unicamp/Editora UFS, 2007.

MIAMI, Casa Brasil. Disponível em: <<https://www.casabrasilmiami.com/>>. Acesso em 20 out.2022.

MIAMI. Consulado do Brasil em. Disponível em: <<https://www.gov.br/mre/pt-br/consulado-miami/>>. Acesso em 10 ago.2022.

NAKAGAWA, Fernando. **Número de brasileiros no exterior cresce e chega a 4,2 milhões.** CNN Brasil, São Paulo. Disponível em: < <https://www.cnnbrasil.com.br/business/numero-de-brasileiros-no-externo-cresce-e-chega-a-42-milhoes/>>. Acesso em 20 out.2022.

KOBRA, Eduardo. Disponível em: <<http://www.eduardokobra.com>>Acesso em 22 out.2022.



PEIXOTO, Paulo. “A identidade como recurso metonímico dos processos de patrimonialização”. Revista Crítica de Ciências Sociais, no70, Dez, 2004.

PEREIRA, João Mendes. **Relatório de atividades Culturais do Consulado do Brasil em Miami pelo Consul Geral.** Consulado do Brasil em Miami. Outubro, 2022.

USA, Centro Cultural Brasil (CCBU). **Sobre nós.** Disponível em: <https://www.centroculturalbrasilusa.org/about-us./>>. Acesso em 20 out.2022.

WARDE, Allan. “**Intermediação Cultural e alteração do gosto**” In: Fortuna, Carlos (org.) Cidade, Cultura e Globalização: ensaios de sociologia. Oeiras, Celta Editora, 2007.