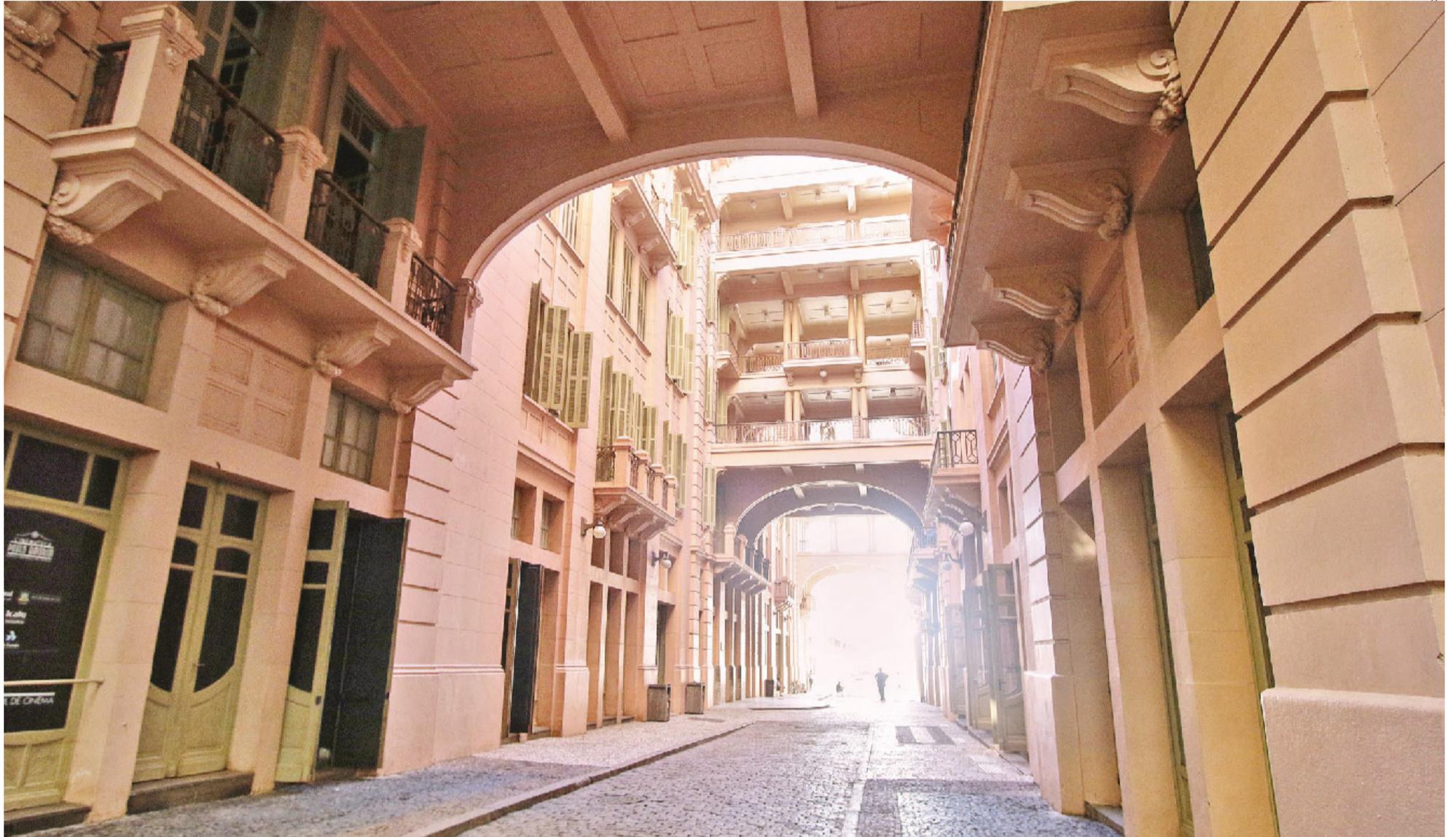


# Panorama

Editor: Igor Natusch  
igor@jornaldocomercio.com.br

THAYNÁ WEISSBACH/JC



Primeira etapa da campanha SOS Cultura RS, promovida pela plataforma de streaming Sulflix, está arrecadando recursos para retomada de operações nos espaços comerciais da CCMQ

## AUDIOVISUAL

# Apoio aos empreendimentos na Casa de Cultura Mario Quintana

Adriana Lampert  
adriana@jornaldocomercio.com.br

Com os negócios parados há quase 50 dias, os empreendimentos que ocupam os espaços comerciais da Casa de Cultura Mario Quintana são o foco de ajuda da primeira etapa da campanha SOS Cultura RS, promovida pela Sulflix. A plataforma de streaming de produções gaúchas (gerenciada pela Lança Filmes) está arrecadando, desde o início de junho, doações em dinheiro em troca do direito de acesso aos mais de 1 mil produtos audiovisuais que disponibiliza.

A meta, segundo a coordenadora da iniciativa, Gabrielle Gazapina, é alcançar R\$ 60 mil em fundos, para repassar R\$ 12 mil para cada uma das operações. Quatro delas estão localizadas na Travessa dos Cataventos: a loja Andaim, que teve parte de suas obras danificadas; o Térreo Bar, que per-

deu insumos; o Café Luciamaria, que além de insumos, perdeu mais de 50 mesas e cadeiras utilizadas para atender os clientes; e a Livraria Taverna, que teve mobiliário e livros estragados. A quinta operação é o Lola - Bar de Tapas, que fica no terraço da instituição cultural e, apesar de não ter sido atingido pelas águas, registrou grande quantidade de produtos perecíveis estragados.

“Além de contribuir para a recuperação de produtos, equipamentos e mobiliários estragados pela inundação na CCMQ, esse dinheiro também tem a finalidade de ajudar na limpeza pesada (como retirada de mofo nas paredes) dos espaços, e servir de auxílio aos funcionários dessas empresas, que estão todo esse tempo sem poder trabalhar - sendo que alguns igualmente tiveram suas casas afetadas pelas enchentes”, detalha Gabrielle. De acordo com

ela, que é produtora da Sulflix, 158 empresas de audiovisual que têm seus conteúdos na plataforma disponibilizaram suas obras para auxiliar na arrecadação da campanha.

“Esses produtores abriram mão de receber os valores a que têm direito por visualização de seus trabalhos, para que fosse possível viabilizar como recompensa o acesso gratuito à plataforma para os apoiadores da campanha”, explica a coordenadora da iniciativa, que ainda conta com a parceria das empresas Lince, Aro33, Apoia.se e Assessoria Flor em Flor. Gabrielle destaca que as doações podem ser feitas por cartão de crédito ou boleto no site da plataforma de financiamento coletivo ou diretamente por Pix (Chave: sosculturars@sulflix.com.br).

“No caso de quem optar pelo Pix, é necessário enviar o comprovante para o mesmo email da

chave de transferência. Em ambos os casos, o valor dará direito às recompensas. A prestação de contas da ação poderá ser acompanhada através dos canais da Sulflix (site e perfil do Instagram)”, emenda a produtora. As recompensas, explica ela, variam de acordo com os valores doados: acesso gratuito na plataforma de streaming por 30 dias (para contribuições a partir de R\$ 1,00); por 60 dias (para contribuições a partir de R\$ 100,00); por 90 dias (para contribuições a partir de R\$ 200,00) e por um ano (para contribuições a partir de R\$ 1 mil). Apoiando a campanha, o usuário poderá assistir filmes, séries, shows e espetáculos teatrais gaúchos.

“A destruição (das águas) não afetou apenas as estruturas dos espaços físicos desses locais (que serão beneficiados com as doações), mas também os sonhos e o sustento de diversas famílias

que dependem dessas atividades para viver”, reforça a criadora da Sulflix, Daniela Gouveia Menegotto. Ela comenta que a ideia da campanha se conectou com a própria história da distribuidora e das produtoras parceiras, que contam com a parceria da CCMQ e sua cinemateca em todos os seus projetos. “A Casa de Cultura é um dos nossos epicentros culturais, um lugar cheio de vida e que integra a história do nosso audiovisual, seja por fomentar nossas produções pela Cinemateca Paulo Amarin, seja por ser um espaço de criação e encontros.”

Gabrielle destaca que, após essa primeira etapa, a campanha SOS Cultura RS deve ser ampliada. “Quando conseguirmos atingir a meta de R\$ 60 mil, vamos partir para abraçar outros espaços do Centro Histórico, e, se possível, em um terceiro momento, também queremos apoiar os empreendimentos do 4º Distrito.”