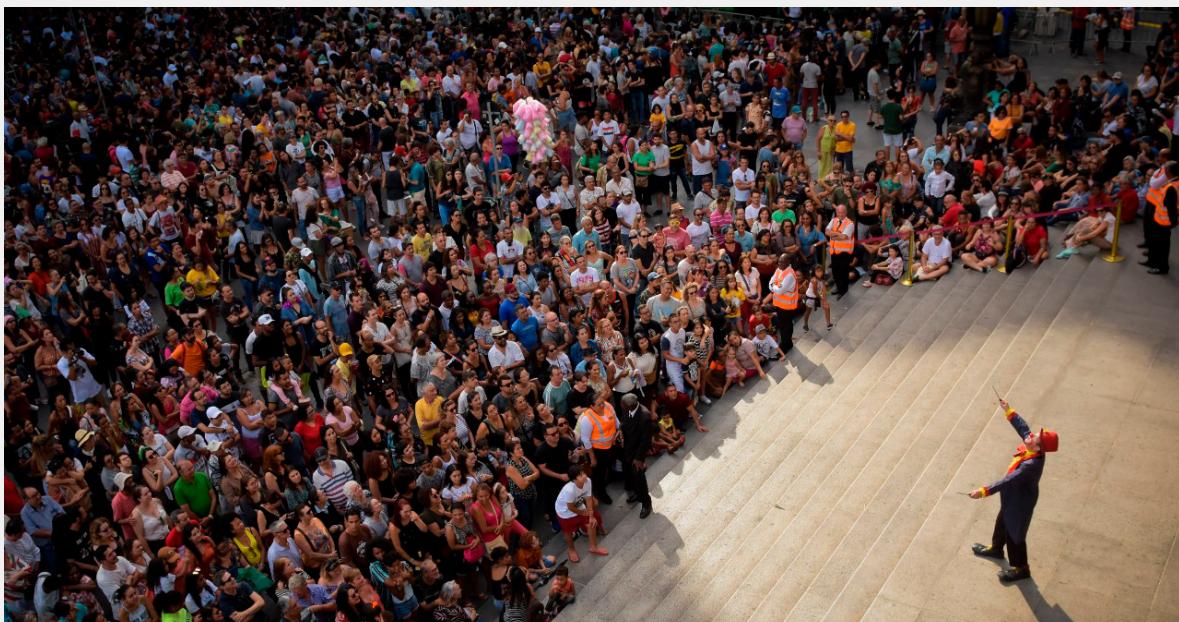


## “VIRADA CULTURAL”: PRODUCCIONES MULTICULTURALES SOCIALES, INCLUSIVAS Y AFECTIVAS A FAVOR DE LOS DERECHOS DE LA CIUDAD



### AGENDA 2030 - ODS



### CULTURA 21: ACCIONES - COMPROMISOS

3. CULTURA Y EDUCACIÓN
5. CULTURA Y ECONOMÍA
6. CULTURA, EQUIDAD E INCLUSIÓN SOCIAL
7. CULTURA, PLANIFICACIÓN URBANA Y ESPACIO PÚBLICO

SOSTENIBLE, ECONÓMICO, TRANSVERSAL, EDUCACIÓN,  
DIVERSIDAD, RED, ACCESO, ESPACIO PÚBLICO, COOPERACIÓN,  
ATRACTIVO, CULTURAL, SEGURIDAD, INCLUSIÓN, ARTE.

# 1. Contexto

En San Pablo viven más de 12 millones de personas, y por año la visitan 14,9 millones de turistas. Es el centro económico más importante de Brasil y la capital de la cultura en América Latina, además de ser polo gastronómico, contar con muchas opciones para el ocio, conocimiento y entretenimiento. San Pablo también es una ciudad innovadora, vanguardista y moderna que preserva una combinación de más de 114 nacionalidades en su arquitectura, arte y gastronomía, y es sede del carnaval callejero más grande del mundo.

# 2. São Paulo y la cultura

Creado por la Secretaría Municipal de Cultura en 2005 y promovido por el Municipio de San Pablo, *Virada Cultural* es uno de los eventos más grandes de América Latina que ofrece un programa cultural gratuito y variado durante 24 horas.

El objetivo del evento, así como el de la política cultural de la ciudad, es democratizar el acceso a la cultura, reforzar la dimensión cultural en la calidad de vida de la ciudad y su desarrollo sostenible, basándose en el patrimonio, la diversidad, la creatividad, las oportunidades para ejercer los derechos culturales, el conocimiento y la educación para todos, y los acuerdos de gobernanza adecuados.

## EL OBJETIVO DEL EVENTO ES DEMOCRATIZAR EL ACCESO A LA CULTURA, REFORZAR LA DIMENSIÓN CULTURAL DE LA CALIDAD DE VIDA EN LA CIUDAD Y SU DESARROLLO SOSTENIBLE.

*Virada Cultural* está estrechamente vinculado con la Agenda 21 de la Cultura. Permite que la gente acceda a sus propias expresiones culturales y las transmita en todo el territorio, prestando especial atención a los más vulnerables; promueve los productos culturales y el diálogo entre lo tradicional y lo moderno, lo regional y lo global; reconoce la importancia de la cultura en los espacios naturales, centros históricos y demás áreas de la ciudad y los ocupa sosteniblemente con expresiones artísticas y culturales y actividades educativas para la participación e interacción cultural; contribuye a la economía local y a la generación de puestos de trabajo e ingresos, y promueve el turismo cultural.

El objetivo de *Virada Cultural* fue reducir la distancia social e igualar el acceso a la cultura en una ciudad tan grande y diversa como San Pablo. Es por ello que la Secretaría de Cultura se asoció con otras áreas del gobierno, el sector privado y el tercer sector y las comunidades internacionales (ODS 17). Además, se realizan acciones transversales con otras políticas públicas, como ser el uso de los parques para atracciones culturales y la promoción de la educación ambiental (ODS Metas 4.7, 11.7, 13.3 y 15.a), la distribución de un kit para prevenir las enfermedades de transmisión sexual (ODS Meta 3.3), una campaña para reducir el daño y ofrecer lugares para la asistencia especial de mujeres y niños (ODS Metas 3.5, 5.2 y 11.7). Los espectáculos también son traducidos al lenguaje de señas y las películas y obras de teatro cuentan con audiodescripción (Metas 10.2 y 11.7). Los residuos se recolectan segregados en el lugar del evento, para ser posteriormente reciclados y transformados en fuente de ingresos (Metas 8.4, 11.6 y 12.5). Hay talleres, actividades y pasantías (ODS 4) y toda la población puede moverse segura y libremente por toda la ciudad y acceder a los espectáculos y arte de manera gratuita, promoviendo la inclusión (ODS 11).

La estrategia de *Virada* está alineada con la Nueva Agenda Urbana, ya que reconoce el valor de la cultura y la diversidad cultural y su contribución al desarrollo sostenible de las ciudades, y destaca la necesidad de proteger el patrimonio (ODS Metas 8.3, 8.9, 11.4 y 12.b)



## 3. Objetivos e implementación del proyecto

### 3.1. Objetivo principal y fines específicos

El objetivo de *Virada Cultural* es ofrecer eventos culturales y así promover el acceso al arte, la cultura, el entretenimiento, la educación, el deporte y la salud de las personas de todas las edades, clases sociales, nacionalidades y preferencias en las distintas regiones de la ciudad.

#### Metas específicas

El proyecto procura promover la interacción social, generar un sentido de pertenencia en la población, consolidar la abundante vitalidad de la cultura de San Pablo, y posicionar a la ciudad como una de las capitales culturales más importantes del mundo a través de la mejora de la memoria, la ocupación cultural de la ciudad, la promoción y pertenencia de las instalaciones públicas, la diseminación literaria, la transmisión audiovisual, el reencuentro con los valores modernos, el reconocimiento del poder cultural de la ciudad y un amplio proceso de integración y comunicación.

**EL AÑO PASADO, VIRADA CULTURAL OFRECIÓ MÁS DE 1.200 ATRACCIONES CULTURALES EN TODA LA CAPITAL DE SAN PABLO.**

### 3.2. Desarrollo del proyecto

*Virada Cultural* se dividió en las siguientes fases:

- Planificación: Definición de presupuesto, fecha, etapa y tema, un estudio sobre la infraestructura necesaria, reuniones con aliados y patrocinadores.
- Preproducción: Curaduría, reunión con organismos municipales, articulación institucional con aliados.
- Producción: Contratación de artistas, desarrollo de identidad visual y publicidad gráfica, reuniones con organismos municipales para logística urbana, seguridad y salud de los participantes, definición de etapas y comunicación de actividades.
- Ejecución y presupuesto: Se invirtieron aproximadamente 18 millones en 250 puntos de la ciudad distribuidos en 5 macroregiones.
- Obstáculos: Buena comunicación y buena seguridad



### **Principales acciones desarrolladas**

El objetivo principal de *Virada Cultural* es aumentar la circulación y el acceso a la cultura para todos los ciudadanos. A tal fin, su programación fue elaborada de manera democrática y permite que los artistas o productores culturales se registren en línea y presenten propuestas y proyectos artísticos. Posteriormente, el Municipio analiza y elige las propuestas sin importar el lenguaje cultural: música popular y clásica, danza, circo, cine, teatro, artes visuales, gastronomía, espectáculos para niños, cultura popular, artistas callejeros, moda, etc. En esta selección se toma en cuenta la igualdad de género, la diversidad racial y la inclusión de personas con discapacidad.

El año pasado, *Virada Cultural* presentó más de 1.200 atracciones culturales en toda la capital de San Pablo. Además, se llevó a cabo el programa Cultura Inclusiva, una alianza entre la Secretaría Municipal de Salud y la Secretaría Municipal de Discapacidad.

La edición 2019 fue la primera en transmitir en vivo el programa de *Virada Cultural* a todo Brasil, lo que posibilitó que la gente pudiera seguir parte de la maratón de espectáculos de ese año a través de Spcine Play, la única plataforma pública de transmisión en directo de Brasil.

### **Resultados**

El año pasado se celebró la 15.a edición de *Virada Cultural* y fue la que más atracciones y puntos de presentación tuvo en la historia. En un despliegue sin precedentes, ocupó los 32 submunicípios de la ciudad, con más de 1.200 actividades gratuitas. Su última edición causó un impacto positivo de BRL 235 millones en la economía de la ciudad.

El proyecto también atrajo a muchos turistas, se crearon nuevas cadenas y los centros gastronómicos más importantes pudieron permanecer abiertos durante las 24 horas del evento.

## **4. Impactos**

### **4.1. Impactos directos**

#### **Impacto en el gobierno local**

*Virada Cultural* dio lugar a muchas alianzas público-privadas y formó una vasta red con los Servicios Sociales del Comercio y la Industria, el Instituto Morreira Salles, MASP, el Centro Cultural del Banco do Brasil, Itaú Cultural, Círculo Italiano, British Council, varios consulados y las secretarías del municipio.



### **Impacto en la cultura y en los actores culturales locales**

El proyecto produce impactos económicos y sociales, con cambios significativos en la vida cultural de la ciudad. Brinda la oportunidad de encontrar diferencias, puentes, tolerancia y diversidad.

*Virada Cultural* 2019 causó un impacto positivo de BRL 235 millones en la economía de la ciudad. El volumen financiero de 2019 mostró que más de cinco millones de personas asistieron al evento. El gasto promedio por persona ascendió a BRL 81 y BRL 404 por turista que permanece en la ciudad durante los dos días de duración de *Virada Cultural*.

**VIRADA CULTURAL PRODUCE IMPACTOS ECONÓMICOS Y SOCIALES, CON CAMBIOS SIGNIFICATIVOS EN LA VIDA CULTURAL DE LA CIUDAD.**

### **4.2. Evaluación**

El Observatorio de Turismo y Eventos SPTuris realizó un estudio del perfil del público durante *Virada Cultural* 2019. El nivel de confianza mostrado asciende a 95% y mostró que el 57,9% de los participantes cree que la organización del evento mejoró o mejoró mucho en comparación con la edición de 2018. Solamente el 5,5% considera que la organización empeoró. El público también elogió la diversidad de los eventos, las atracciones y los talentos nuevos en los espectáculos.

### **4.3. Factores clave**

*Virada Cultural* tiene principios clave que contribuyen a reforzar la dimensión cultural en la calidad de vida de la ciudad y el desarrollo sostenible (patrimonio, diversidad, creatividad, oportunidades para ejercer los derechos culturales, conocimiento y educación para todos y acuerdos de gobernanza adecuados).

Además, el proyecto es uno de los eventos locales más importante y representa distintos movimientos culturales estratégicos del Municipio de San Pablo, lo que alinea a la ciudad con su gran vocación y la posiciona como una de las capitales culturales más grande del mundo.



#### 4.4. Continuidad

El proyecto se está ampliando y mejorando edición tras edición. La ciudad de San Pablo programa anualmente la asignación de recursos técnicos y financieros para *Virada Cultural*, lo que garantiza su continuidad. Además de los recursos propios, el municipio trabaja en alianza con otras esferas del gobierno, el sector privado, el tercer sector y la comunidad internacional en la organización y financiación del evento. Varias de las acciones de *Virada Cultural* se transformaron en un símbolo para otras acciones provenientes de todos los ámbitos de la ciudad durante el año. Nuestro desafío para las ediciones futuras es ampliar los lugares con el nivel más bajo de IDH y de difícil acceso, donde aún no existe equipamiento cultural.

## 5. Más información

San Pablo fue candidata a la cuarta edición del "Premio Internacional CGLU – Ciudad de México – Cultura 21" (noviembre 2019-mayo 2020). El jurado elaboró su informe final en junio de 2020 y solicitó que la Comisión de Cultura promoviera este proyecto como una de las buenas prácticas de implementación de la Agenda 21 de la Cultura.

**Este artículo fue redactado por Kaliane Santos Oliveira, asesora internacional, San Pablo, Brasil.**

Contacto: [ksoliveira@prefeitura.sp.gov.br](mailto:ksoliveira@prefeitura.sp.gov.br)

Sitio web: [www.capital.sp.gov.br](http://www.capital.sp.gov.br)

Con el apoyo de



La Unión Europea

Este documento ha sido elaborado con la ayuda financiera de la Unión Europea. El contenido de este documento es responsabilidad exclusiva de CGLU y en ningún caso debe considerarse que refleja la posición de la Unión Europea.



Suecia  
Sverige

Este documento ha sido financiado por la Agencia Sueca de Cooperación Internacional para el Desarrollo, Asdi. Asdi no comparte necesariamente la opinión/las ideas/el punto de vista expresada/mostrada en este material. La responsabilidad de su contenido recae exclusivamente sobre su autor.