

mercadizar.com

M

mercadizar.com

DZ

RE
VIS
TA

#01 • ABRIL 2025



r.com

mercadizar.com

CONHEÇA O NORTE ATRAVÉS DO NORTE



mercadizar.com



Thais Andrade, 16/0

#Mercadizar repórtere

No Dia da Popoite
diversas roidade

"Uma boa...
e, se poss...
algumas...
Norte por...

Inserido...
premiado...
pode cau...
jornalism...



22 DE MARÇO

Dia Mu da Águ

Seca histó
expõe des
hídrica no

2/2025 às 1

arEntro
de de

ca, colhe
e, a lista

cadizar.com

tógrafo
rtista
ra se

mercadizar.com

mercadizar.com

Pratos típicos do Natal Nortista

ilhar de

is às

os problema
nily Costa list
le destaque d

nvrieto / mo

atinge a sua
arço de 4

000

Thais Andrade: 03/01/2025 às 09:00

O Norte no Globo de Ouro: Conheça as votantes da premiação naturais da região

As jornalistas Camila Henriques e Lorena Montenegro conversaram com o Mercadizar sobre a experiência de integrar a equipe votante da premiação

2025. O
alentos do

Leia  mercadizar.com

Festival de Cinema de Rondônia

3º Cine RO anuncia abertura de inscrições

Foto: Posterim Produtora

Nortistas em destaque na lista

2024 às 19:11

da Propaganda: Como os comunicadores ganham visibilidade no Norte?

Ainda que invisíveis para o resto do país, os comunicadores do Norte mostram o valor de sua profissão

A propaganda é a arte de impactar, inspirar e transformar. Em suas várias possibilidades, a propaganda permite que boas ideias sejam levadas além de fronteiras inimagináveis, chegando a públicos diversos e transformando contextos.



EDITO RIAL

A Amazônia está na moda. Estamos recebendo cada vez mais olhares e atenção do mundo. Descobriram que existimos!

Mas, de quem é esta Amazônia?

Sempre estivemos aqui, carregando conosco a história e a beleza de um lugar único. Porém, ainda isolados por barreiras geográficas e sociais.

Trazemos às páginas da primeira edição deste projeto as mãos que constroem a cultura amazônica, promovem mudanças sociais e se dedicam, de forma concreta, a contribuir com suas comunidades por meio da multiculturalidade.

Artistas, comunicadores e criativos mostram o poder de suas iniciativas para o registro e resgate do que a Amazônia tem de melhor. Quadrinistas, cineastas, músicos e influenciadores usam suas plataformas para falar sobre a região, com vozes e olhares que sabem o valor de suas raízes.

Conheça o Norte através do Norte: aqui está a Revista MDZ #01.

Nesta edição, damos início ao principal objetivo da MDZ: apresentar aos nossos leitores, com leveza e descontração, histórias, entrevistas e iniciativas que estão impulsionando a criatividade local.

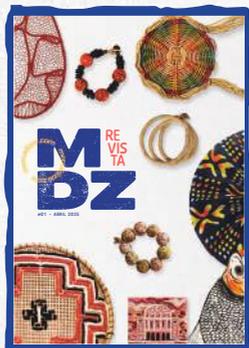
A MDZ #01 traz matérias sobre a produção nortista de quadrinhos, música, a migração de criativos locais, cinema, representatividade indígena, turismo e gastronomia, e muito mais.

Leia, aproveite e olhe para o Norte.



Thaís Andrade
Diretora de Jornalismo





As obras e produtos retratados na capa podem ser adquiridos na loja **Reciprolab Colaborativa** @reciprolab

Rua Barroso, 279
Térreo e 2º andar do
Casarão de Ideias

SOBRE A CAPA

O processo de desenvolvimento da capa desta edição inicia com a ideia de exaltar a cultura amazônica e a arte da região.

Mostramos a diversidade da produção criativa local a partir de cores, texturas, formatos, matérias-primas e detalhes de obras artesanais.

O primeiro passo foi registrar em fotografias obras de artistas locais. Em seguida, caminhamos pela edição, recorte, montagem e diagramação das imagens e da logo da revista MDZ #01, pela primeira vez estampada em sua capa de estreia.

O resultado foi uma colagem digital, imitando *flat lay*, composta pelas imagens de obras e acessórios criados por Kurupira da Amazônia, SoulMi e Melanina AM. A colagem também traz o “Pulmão do universo”, de Sioduhi Studio, o quadro representando o Teatro Amazonas e a Camisa Jaraqui, de Sarah Botero e Cris Oliver, respectivamente.

A capa desta primeira MDZ é um *spoiler* visual de tudo o que as páginas seguintes abordam sobre a criatividade nortista.



Aline Ribeiro
Diretora de Criação

ÍNDICE

EXPE DIENTE

REVISTA MDZ #01 • ABRIL 2025

 [mercadizar.com](https://www.mercadizar.com)    

8
**roteiro
turístico
do norte**

14
**publicidade e
a inclusão de
comunidades
indígenas**

22
**circuito
amazônico de
quadrinhos**
*a união em prol
da nona arte*

26
**a semana do
quadrinho
nacional de
manaus**

28
**é isso,
não aquilo**

31
**caça
palavras**

32
**mudar é
preciso?**
*a migração de
profissionais da
comunicação do
norte para o sudeste*

36
**um olhar
sobre o
cinema local**

42
**‘um tom
de cinema’**
*#mercadizar
entrevista
rodrigo castro*

46
**playlist
mdz #1**
*o som que
toca no norte*

CEO

Eulália Xavier Ribeiro

Diretora Executiva Diretora de Criação

Aline Ribeiro
aline@mercadizar.com

Diretora de Jornalismo Jornalista Responsável

Thais Andrade
thais@mercadizar.com
MTB 2047/AM

Diagramação

Aline Ribeiro

Jornalismo

Thais Andrade
Poliany Rodrigues
Sofia Lourenço

Apoio de Texto e Design

Willian Vasco
Playlist e Caça-Palavras
Noara Amorim
Redes Sociais

Administrativo

VR Assessoria
CNPJ 17.330.970/0001-58
Mariléia Oliveira
Mária Xavier
Wildes Oliveira

Recursos Gráficos

Freepik.com
Adobe Creative Cloud

Mercadizar

CNPJ 33.736.015/0001-71
R. Pará, 810. Pátio Vieiralves, Sala 04. N. Sra.
das Graças, Manaus-AM. CEP 69053-575

Redação

contato@mercadizar.com

Anuncie

comercial@mercadizar.com

Esta revista possui distribuição gratuita sendo sua venda estritamente proibida. A reprodução deste conteúdo editorial não é permitida sem autorização e citação da fonte.

ROTEIRO TURÍSTICO DO NORTE

*Sabores, histórias e paisagens:
uma jornada pela riqueza cultural e
gastronômica da região Norte*

Explorar a região Norte do Brasil é embarcar em uma viagem sensorial onde cultura, natureza e sabores se entrelaçam em um roteiro único. Das feiras vibrantes de Belém, onde o aroma do tucupi e do jambu se espalha pelo ar, às comunidades ribeirinhas do Amazonas, que oferecem experiências autênticas e pratos à base de peixes frescos, cada destino revela uma identidade única.

Neste roteiro turístico e gastronômico, percorremos cidades, rios e mercados para descobrir não apenas paisagens deslumbrantes, mas também a riqueza da culinária nortista, marcada pela influência indígena, africana e portuguesa.

✎ POR POLIANY RODRIGUES
E SOFIA LOURENÇO

ACRE

Pratos típicos

Baixaria: O prato, encontrado em mercados populares, padarias e lanchonetes de Rio Branco, combina cuscuz de milho hidratado com manteiga, carne moída bem temperada, ovo frito e cheiro-verde. Para completar a experiência, uma caneca generosa de café com leite acompanha a refeição.

Quibe de arroz: No Acre, o quibe ganha uma versão única e saborosa: o quibe de arroz. Feito com arroz cozido, carne moída, temperos e farinha de trigo.

Pontos turísticos

Parque Nacional da Serra do

Divisor: Na fronteira com o Peru, é um dos santuários de biodiversidade da Amazônia, com mais de 840 mil hectares. Destacam-se suas cachoeiras cristalinas, como as do Ar Condicionado e Formosa, além de trilhas e mirantes com vistas para a floresta.



Foto: Raul Fonseca

Casa Museu: Localizada no condomínio Chácara Ipê, em Rio Branco, a Casa Museu é o principal espaço para conhecer a história do Acre. Criada pelo ex-desembargador Arquilau de Castro Melo, a coleção de mais de 20 anos valoriza a identidade da região. A visita inclui uma palestra do curador, uma exposição de objetos da época dos seringais, um caminhão alemão da Segunda Guerra Mundial e uma demonstração ao vivo de um seringueiro defumando borracha.

AMAPÁ

Pratos típicos

Camarão no bafo: O camarão no bafo é um prato típico da culinária amapaense e destaque gastronômico de Macapá. Preparado com camarão de água doce cozido no vapor, leva sal, limão, pimenta dedo-de-moça e cachaça de alambique.



Foto: Pedro Devani/Secom



Foto: Netto Lacerda/ Gov. Amapá

Gengibirra: Bebida tradicional do Amapá feita com gengibre, açúcar e aguardente. É considerada Patrimônio Cultural Imaterial do Estado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) desde 2019. Originalmente fermentada por dias, hoje seu preparo é mais rápido, mantendo sua essência e importância cultural. Segundo as tradições, a gengibirra fortalece a voz dos cantadores e dá energia aos dançarinos do marabaixo.

Pontos turísticos

Monumento Marco Zero do Equador: É um dos principais atrativos turísticos de Macapá, marcando a passagem da linha do Equador e dividindo a cidade entre os hemisférios Norte e Sul. O obelisco de 30 metros também serve como um relógio solar, permitindo a observação do Equinócio.

Fortaleza de São José de Macapá: Localizada às margens do Rio Amazonas, é a maior fortificação do Brasil e um dos principais cartões postais do Amapá. Iniciada em 1764 e inaugurada em 1782, foi construída para defender a região de invasões, especialmente francesas. Embora nunca tenha participado de combates, serviu como base militar até o Brasil Império e, após a Proclamação da República, perdeu sua função original. Em 2007, foi transformada em museu.



Foto: Marçal do Carmo/MTUR Destinos

AMAZONAS

Pratos típicos

Jaraqui frito: Quem vai ao Amazonas certamente ouvirá a frase: “Se comer jaraqui, não sairá mais daqui!”. O jaraqui frito é um prato tradicional, preparado com o peixe amazônico temperado com ingredientes regionais e frito até ficar crocante. A casquinha dourada combina com farinha de mandioca, baíão, limão e pimenta.



Foto: Claudio Procópio

PARÁ

Creme de cupuaçu: É uma sobremesa típica do Amazonas feita com polpa da fruta, leite condensado e creme de leite. A fruta, domesticada por povos indígenas do Rio Negro, proporciona um sabor fresco e cítrico.

Pontos turísticos

Parque Nacional de Anavilhanas: Localizado no rio Negro, com sede no município de Novo Airão, o parque é o segundo maior arquipélago fluvial do mundo, com 400 ilhas e 60 lagos. Reconhecido pela Unesco como Patrimônio Natural da Humanidade, o parque oferece paisagens deslumbrantes, que mudam conforme a estação.

Catedral de Parintins: A Catedral de Parintins, a edificação mais alta do município, foi construída em 1981 e possui 42 metros de altura. Ela é um marco histórico e cultural da cidade, com uma imagem da Padroeira Nossa Senhora do Carmo no topo. A primeira igreja foi erguida em 1806, sendo demolida em 1905, e substituída pela atual, que foi projetada pelo engenheiro Giovanni Butori. O interior da catedral é decorado com pinturas do missionário italiano Irmão Miguel de Pascale. O templo foi tombado em 2004, reconhecido por sua importância cultural.



Foto: Tácio Melo/Amazonastur

Pratos típicos

Pato no tucupi: O tucupi, caldo amarelo fermentado da mandioca, é um ingrediente coringa na culinária paraense. Seu sabor se destaca especialmente no pato no tucupi, prato típico do Pará. O caldo deve ser bem fervido para eliminar toxinas e temperado com sal, alho, chicória e pimenta-de-cheiro. O pato, marinado na véspera, é assado antes de ser incorporado ao tucupi. O toque final é o jambu, erva que causa leve dormência nos lábios e dá um sabor único ao prato.

Bolinho de piracuí: Piracuí é uma farinha feita a partir da moagem de peixes secos. Muito usado na culinária regional, o piracuí é a base de receitas como o bolinho de piracuí, preparado com purê de batata, legumes, ervas regionais, ovos e azeite. Após ser moldado à mão, o bolinho é frito e servido quente.

Pontos turísticos

Theatro da Paz: Fundado em 1878, o Theatro da Paz é um dos ícones do Ciclo da Borracha e o primeiro grande teatro da Amazônia. Inspirado no Teatro Scala de Milão, destaca-se por sua arquitetura grandiosa, acústica, lustres de cristal, piso de madeira nobre e afrescos ornamentados.



Foto: Reprodução/Intenet



Foto: Divulgação

Forte do Presépio: Construído no século XVII, o Forte do Presépio é o marco inicial de Belém, servindo como defesa contra invasões. Com o crescimento do povoado de Feliz Lusitânia, passou por diversas reconstruções e hoje é um espaço cultural e arqueológico. A visita permite apreciar o Centro Histórico, o Mercado Ver-o-Peso e conhecer o Museu do Encontro, com peças tapajônicas e marajoaras.

RONDÔNIA

Pratos típicos

Pirarucu à Casaca: Prato emblemático na culinária amazônica, é um dos mais apreciados em Rondônia. Sua base é o pirarucu, um dos maiores peixes de água doce do mundo, abundante nos rios da região Norte. Na preparação, o peixe é cozido, desfiado e refogado com ingredientes como tomate, cebola e pimentão. Em seguida, é disposto em camadas intercaladas como banana pacovã frita, farinha de mandioca e outros condimentos.

Mujica de Peixe: É um prato tradicional da culinária rondoniense. Tem origem na presença dos povos indígenas e ribeirinhos, combinando peixe com ingredientes típicos como a mandioca. O seu preparo envolve o cozimento de pedaços de peixe de água doce, junto com mandioca cortada em cubos, formando um caldo espesso.



Foto: Reprodução/190 Advisor

Pontos turísticos

Estrada de Ferro: Localizada em Porto Velho, a histórica ferrovia, conhecida como “Estrada do Diabo” devido aos desafios enfrentados durante a sua construção no início do século XX, é um marco do desenvolvimento regional. O complexo ferroviário preserva locomotivas, galpões e a vila de ferroviários, oferecendo aos visitantes uma imersão na época áurea da exploração da borracha.

As Três Caixas d'Água (Três Marias): Também situadas na capital, Porto Velho, essas estruturas metálicas foram instaladas entre 1910 e 1912 para abastecer a cidade com água potável. Atualmente, são consideradas símbolos históricos e culturais, tombadas pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) em 2008.

RORAIMA

Pratos Típicos

Damurida: É uma sopa de origem indígena, especialmente do povo macuxi. Caracteriza-se por seu sabor extremamente picante, resultado da combinação de peixe cozido, tucupi preto e uma generosa quantidade de pimentas locais.



Foto: Reprodução/Internet



TOCANTINS

Pratos Típicos

Chambari: Considerado por muitos tocaninenses como o prato símbolo do estado, o chambari é preparado com o músculo com osso da perna do boi, conhecido como ossobuco. A carne é cozida lentamente até atingir maciez, resultando em um caldo saboroso.

Arroz com pequi: O prato é preparado cozinhando o arroz com os frutos inteiros de pequi ou em pedaços, liberando seu óleo natural que dá um toque especial à receita. Muitas vezes, é servido com frango caipira ou carne seca.



Foto: Gazeta do Carirato

Paçoca com banana: Diferente da paçoca doce conhecida em outras regiões do Brasil, a versão roraimense é salgada e preparada com carne de sol assada, pilada com farinha de mandioca amarela, frequentemente acompanhada de banana.

Pontos Turísticos

Monte Roraima: Localizado na tríplice fronteira entre Brasil, Venezuela e Guiana, o Monte Roraima é um dos pontos mais antigos do planeta e uma das principais atrações do estado.

Serra do Tepequém: Situada no município de Amajari, a Serra do Tepequém é um refúgio natural conhecido por suas cachoeiras deslumbrantes, como as do Paiva e do Funil. Antiga área de garimpo, hoje a região se destaca pelo turismo ecológico, oferecendo trilhas, banhos em piscinas naturais e uma vista panorâmica da savana amazônica.



Foto: Jorge Macedo

Pontos Turísticos

Parque Estadual do Jalapão: Localizado na região leste de Tocantins, o Jalapão é um paraíso para os amantes do ecoturismo. Com uma área de mais de 34 mil km², o parque abriga paisagens deslumbrantes, como dunas douradas, fervedouros de águas cristalinas, cachoeiras e formações rochosas impressionantes, como a Pedra Furada.

Praia da Graciosa: Situada em Palmas, a capital do estado, a Praia da Graciosa é um dos principais pontos de lazer para moradores e turistas. Às margens do lago formado pela Usina Hidrelétrica Luís Eduardo Magalhães, a praia artificial oferece infraestrutura completa, com quiosques, restaurantes e áreas para prática de esportes náuticos. ▀



Foto: Gov. Tocantins

PUBLICIDADE E A INCLUSÃO DE COMUNIDADES INDÍGENAS

14



A publicidade evolui para incluir questões sociais e culturais, mas enfrenta o desafio de representar comunidades indígenas de forma autêntica, evitando apropriação cultural

A publicidade, tradicionalmente focada em promover produtos e serviços, tem evoluído para incluir questões sociais e culturais, buscando engajamento e uma conexão mais autêntica com o público. Nesse contexto, campanhas que destacam causas e comunidades têm se tornado cada vez mais comuns, refletindo uma demanda por representações mais diversificadas e inclusivas.

Edinho Kambeba, técnico de comunicação na Coordenação das Organizações Indígenas da Amazônia Brasileira (Coiab), é formado em publicidade e acredita que a profissão ainda tem, em grande parte, um foco no consumo, limitando a profundidade das interações.

“Eu não acredito que o mercado publicitário esteja aberto a criar parcerias mais justas com as comunidades indígenas. [...] O principal objetivo da publicidade é despertar o desejo de compra e

convencer o público a adquirir um produto”, afirma Edinho.

Entre essas iniciativas, a abordagem das comunidades indígenas ganha destaque, trazendo à tona suas histórias e seus desafios individuais e coletivos. No entanto, essa interação não é isenta de críticas, levantando questões sobre apropriação cultural e a necessidade de um diálogo genuíno.

Com o aumento da valorização da diversidade cultural, as agências de publicidade assumem uma grande responsabilidade ao representar comunidades indígenas. Além de criar campanhas esteticamente atraentes, as agências de publicidade devem considerar a história, a cultura e os desafios enfrentados por esses povos. A falta de cuidado nesse processo pode resultar em campanhas que acabam reforçando estereótipos, perpetuando visões superficiais ou distorcidas das culturas indígenas.

O sucesso dessas campanhas depende de um compromisso real e contínuo. Marcas que apenas adotam temporariamente a bandeira da diversidade sem ações concretas correm o risco de serem acusadas de “greenwashing” ou “cultural washing”, quando a responsabilidade social é usada apenas como fachada para promover vendas, sem um envolvimento verdadeiro.

**Cultura indígena na publicidade:
Autenticidade x Apropriação**

Na publicidade, é importante diferenciar campanhas com foco em vendas daquelas voltadas para a conscientização. Campanhas comerciais que incluem representações indígenas muitas vezes utilizam elementos culturais para agregar valor à marca e se conectar com a demanda por diversidade. No entanto, essas iniciativas podem correr o risco de superficialidade ou apropriação cultural, quando a cultura indígena é usada como mero adorno sem um envolvimento genuíno das comunidades.

Nesses casos, a autenticidade da campanha é questionada, pois o objetivo principal é impulsionar vendas e não necessariamente apoiar ou valorizar essas culturas. Esse tipo de abordagem pode gerar críticas e um impacto negativo tanto para as comunidades representadas quanto para a marca.

“**Na mídia de massa, não vemos campanhas amplas abordando temas como o marco temporal, o desmatamento ou a contaminação dos rios. [...] A publicidade está lá para vender, nada é feito de graça**”

“Na mídia de massa, não vemos campanhas amplas abordando temas como o marco temporal, o desmatamento ou a contaminação dos rios. [...] A publicidade está lá para vender, nada é feito de graça”, declara Edinho.

Por outro lado, campanhas específicas de conscientização focam em promover mudanças sociais, com o objetivo de educar e



Foto: Divulgação

EDINHO
KAMBEBA

dar visibilidade às causas indígenas. Nelas, há a necessidade ainda maior dessas comunidades serem diretamente envolvidas no processo criativo, para uma representação mais fiel e respeitosa de suas culturas. Esse tipo de campanha busca não apenas amplificar vozes indígenas, mas também estabelecer um impacto social positivo.

O conceito de apropriação cultural refere-se ao uso de elementos de uma cultura minoritária por um grupo dominante sem compreender e respeitar seus significados. Na publicidade, isso ocorre quando símbolos, roupas ou outros aspectos culturais indígenas são usados como adornos visuais, desconsiderando seu contexto e valor. Essa prática não apenas desvaloriza as culturas representadas, mas também perpetua desigualdades históricas, privando essas comunidades de controlar a narrativa sobre sua própria identidade.

A representatividade indígena na publicidade

Um ponto importante na busca por uma publicidade mais inclusiva e representativa é a participação ativa de pessoas indígenas em todas as etapas do processo criativo. Quando os próprios indígenas são responsáveis por criar campanhas, seja diretamente ou através de parcerias com marcas, as chances de representarem fielmente suas culturas aumentam significativamente.

Infelizmente, não há dados oficiais que indiquem a quantidade de publicitários indígenas no Brasil, o que aponta para uma lacuna que precisa ser abordada. Apesar disso, as redes sociais têm permitido que influenciadores e criadores indígenas ocupem esse espaço de maneira autônoma e inovadora. Muitos deles têm se destacado, seja promovendo campanhas publicitárias próprias ou colaborando com marcas para transmitir mensagens autênticas, conectadas às suas tradições e à atualidade.



Diversos criadores indígenas já são referência nesse campo, como por exemplo: >>>

MAIRA GOMEZ

@cunhaporanga_oficial

Maira Gomez, conhecida como Cunhãporanga, é uma influenciadora digital indígena das etnias Tatuyo e Wanano. Ela compartilha em suas redes sociais, especialmente no TikTok e Instagram, aspectos do cotidiano de sua comunidade, localizada na Amazônia, incluindo tradições culturais, culinária e práticas artesanais. Seus vídeos autênticos e educativos conquistaram milhões de seguidores, ampliando a visibilidade das culturas indígenas brasileiras.



Foto: Reprodução/Mattel

18

Foto: Reprodução/Redes Sociais

MARI WAPICHANA

@mariwapichana

Mari Wapichana, nascida Mari Williams, é uma influenciadora digital e educadora indígena das etnias Wapichana e Makuxi, originária de Roraima. Em 2021, destacou-se ao ser eleita a primeira Miss Indígena de Roraima, título que impulsionou sua visibilidade nas redes sociais. Em suas plataformas, como TikTok e Instagram, compartilha conteúdos que celebram a cultura e os costumes de seu povo, abordando temas como culinária tradicional, rituais e o cotidiano na comunidade. Em 2024, foi indicada ao Prêmio iBest como Melhor Influenciadora de Roraima, refletindo seu impacto significativo na promoção da cultura indígena e na representatividade nas mídias digitais.

CLAUDIA WANANO

@claudinhawanano

Claudia Ferraz, do povo Wanano, é uma destacada comunicadora indígena e membro ativo da Rede Wayuri, uma iniciativa que fortalece a comunicação indígena na Amazônia. Ela atua como produtora e editora de conteúdos em áudio, além de ser radialista e educadora popular. Claudia é uma das apresentadoras do programa semanal “Papo da Maloca”, transmitido ao vivo na rádio FM O Dia, em São Gabriel da Cachoeira, e também disponível online nos canais de áudio da Rede Wayuri.



Foto: Reprodução/Instituto Socioambiental

SAMELA SATERÉ MAWÉ

@sam_sateremawe

Ativista indígena e comunicadora do povo Sateré-Mawé, originária do Amazonas. Graduada em Biologia pela Universidade do Estado do Amazonas (UEA), ela utiliza sua formação para promover a conscientização ambiental e a valorização das culturas indígenas.

Samela atua como comunicadora na Articulação dos Povos Indígenas do Brasil (APIB) e é membro da Articulação Nacional das Mulheres Indígenas Guerreiras da Ancestralidade (ANMIGA). Sua presença nas redes sociais, especialmente no Instagram, onde compartilha aspectos da vida indígena contemporânea, tradições culturais e questões ambientais, tem sido fundamental para ampliar a visibilidade das pautas indígenas no Brasil.



Foto: Reprodução/Instagram

TUKUMÃ PATAXÓ

@tukuma_pataxo

Tukumã Pataxó, nascido em 2000 na aldeia Pataxó, é um influenciador digital, comunicador e chefe de cozinha indígena. Atua como ambientalista, defendendo os direitos dos povos indígenas e promovendo a preservação ambiental. É co-apresentador do podcast “Papo de Parente”, um original do Globoplay, ao lado de Célia Xakriabá.

Em suas redes sociais, compartilha conteúdos que abordam desde a gastronomia indígena até a desconstrução de estereótipos relacionados à cultura de seu povo, buscando sensibilizar o público sobre a importância da sustentabilidade e da valorização das tradições indígenas.



Foto: Reprodução/Digital Favela

ALICE PATAXÓ

@alice_pataxo

Alice Pataxó, nascida em 7 de junho de 2001, é uma comunicadora e ativista indígena da etnia Pataxó. Ganhou destaque nacional e internacional ao participar da COP26 em Glasgow, onde atuou como porta-voz na defesa do meio ambiente e dos direitos indígenas. Em 2022, foi indicada por Malala Yousafzai e reconhecida pela BBC como uma das 100 mulheres mais inspiradoras e influentes do mundo.



Foto: Reprodução/Edgar Kanayko/WWF Brasil

DJUENA TIKUNA

@djuenatikuna

Djuena Tikuna, nascida Denizia Araújo Peres em 1984 na Aldeia Umariçu II, Terra Indígena Tikuna, Tabatinga (AM) é uma cantora, jornalista, ativista, produtora cultural e documentarista da etnia Tikuna. Reconhecida como uma das maiores referências em música indígena no Brasil, Djuena foi a primeira indígena a realizar um espetáculo musical no Teatro Amazonas, em 2017, onde lançou o álbum “Tchautchiüâne”.



Foto: Diego Janata

Foto: Reprodução/Instagram


**TRUDRUÁ
DORRICO**
@trudruadorrico

Trudruá Dorrico, também conhecida como Julie Dorrico, é uma escritora e pesquisadora indígena da etnia Makuxi, nascida em Guajará-Mirim, Rondônia. Doutora em Teoria da Literatura pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), é reconhecida por sua atuação na promoção da literatura indígena contemporânea no Brasil. Administradora do perfil @leiamulheresindigenas no Instagram, Trudruá dedica-se a divulgar obras de autoras indígenas, incentivando a leitura e valorização dessas narrativas. É autora de “Eu sou Macuxi e outras histórias” (2019) e “Originárias: uma antologia feminina de literatura indígena” (2023), obras que destacam a riqueza cultural e literária dos povos indígenas.

Foto: Hick Duarte


UÝRA
@uyrasodoma

Uýra Sodoma, nascida em Santarém, Pará, em 1991, é uma artista indígena, bióloga e educadora. Formada em Biologia e com mestrado em Ecologia da Amazônia, Uýra atua como artista visual e arte-educadora, dedicando-se à educação ambiental e à valorização das culturas tradicionais. Uýra utiliza sua arte para abordar questões ambientais, sociais e culturais, promovendo a conscientização sobre a preservação da Amazônia e a valorização das identidades indígenas e LGBTQIAPN+.

Para superar os desafios da apropriação cultural e garantir uma representação genuína, é fundamental que as campanhas publicitárias contem com a colaboração de indígenas em todas as suas etapas, desde a concepção até a veiculação. A presença de influenciadores e criadores indígenas não apenas amplia a visibilidade de suas culturas, mas também contribui para a desconstrução de estereótipos e promove um entendimento mais profundo sobre as diversas realidades vividas por esses povos. ▀



Circuito Amazônico de Quadrinhos:

a união em prol da nona arte

22

Artistas do Amazonas, Amapá, Pará, Roraima e Tocantins criam iniciativa que liga eventos de quadrinhos da região



✎ POR THAÍS ANDRADE

Fomentar a produção de quadrinhos locais, aproximar obras amazônicas do público, criar uma plataforma para novos talentos, valorizar a diversidade cultural da região e muito outros são os objetivos do Circuito Amazônico de Quadrinhos. A iniciativa, criada por artistas do Amazonas, Amapá, Pará, Roraima e Tocantins, conecta eventos voltados à nona arte para ampliar a visibilidade das produções do Norte em uma programação de atividades estendida por mais de um mês.

O início do projeto se deu em 2024 com a articulação entre Evaldo Vasconcelos e Andrei Miralha, produtores da Semana do Quadrinho Nacional de Manaus e da Semana do Quadrinho Nacional do Pará, respectivamente. Com a inclusão e colaboração dos produtores e artistas dos demais estados, o Circuito Amazônico

Ao conectar artistas e públicos de diferentes localidades, o projeto supera isolamentos geográficos e culturais, criando uma rede de trocas que fortalece a coesão identitária da Amazônia”

de Quadrinhos ganha, em 2025, sua primeira edição com eventos em Manaus, Macapá, Belém, Boa Vista e Palmas, criando um instrumento estratégico para o desenvolvimento sociocultural, econômico e identitário da Amazônia contemporânea de forma integrada e inovadora.

“Em primeiro plano, o circuito assume papel fundamental na preservação e valorização da identidade cultural amazônica. Ao proporcionar plataforma para a produção e circulação de histórias em quadrinhos com temáticas regionais, possibilita que narrativas autênticas sobre a diversidade cultural e ambiental da Amazônia ganhem visibilidade. Ao conectar artistas e públicos de diferentes localidades, o projeto supera isolamentos geográficos e culturais, criando uma rede de trocas que fortalece a coesão identitária da Amazônia”, explica o roteirista e produtor cultural Evaldo Vasconcelos.

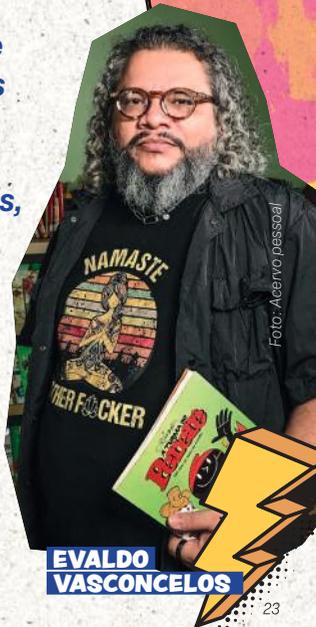


Foto: Arquivo pessoal

IVALDO VASCONCELOS

23

O mascote "Kuyinha". A identidade visual do Circuito foi criada por Brenda Lemos, Helô Rodrigues e TAI.



O projeto surge diante das múltiplas barreiras estruturais e culturais enfrentadas por quadrinistas nortistas para o ingresso no circuito nacional de HQs. Distância geográfica dos grandes centros editoriais do Sudeste, falta de infraestrutura local que encarece a produção e limita a circulação de obras, a escassez de editais focados em quadrinhos na região, entre outros problemas, reduzem oportunidades de crescimento da produção da arte sequencial no Norte.

“Além disso, lutamos também contra o preconceito do mercado nacional que nos inferioriza, achando que na nossa região não tem grandes artistas, ou nos exotiza e nos coloca como *tokens* quando querem demonstrar uma imagem de ‘diversidade’. É urgente que o sul brasileiro (Centro-Oeste, Sudeste e Sul) aprenda a olhar para além de seu umbigo e a saber enxergar nossos trabalhos para além de olhares colonizados e superficiais”, destaca Tai Silva, quadrinista e uma das articuladoras do Circuito Amazônico de Quadrinhos.

A artista enfatiza que o trabalho de artistas amazônidas tem papel importante na criação de obras que registram e divulgam as histórias e culturas presentes nos diferentes estados.

“Hoje em dia, ter quadrinistas e artistas representando seus povos, com suas características, potências e lutas, é uma inspiração para que mais de nós se sintam donos de sua própria história e sejam incentivados a criar. É urgente a existência de mais narrativas amazônicas feitas por amazônidas. Só assim podemos desconstruir imaginários preconceituosos, guardar nossas narrativas ancestrais e contemporâneas e, desse modo, construir um território com memória histórica e com orgulho de sua cultura”, pontua Tai Silva.

Lutamos também contra o preconceito do mercado nacional, que nos inferioriza, achando que na nossa região não tem grandes artistas, ou nos exotiza e nos coloca como tokens quando querem demonstrar uma imagem de ‘diversidade’”

**TAI
SILVA**

Foto: Acervo pessoal



Evaldo Vasconcelos também explica como o fomento à produção de quadrinhos contribui para o entendimento sobre as diferentes particularidades das culturas do Norte:

“As HQs democratizam o acesso a essas narrativas, alcançando públicos que não consomem formatos tradicionais (como livros acadêmicos). Sua linguagem híbrida – que combina texto e imagem – permite transmitir a complexidade cultural amazônica de forma dinâmica, atraindo tanto leitores locais quanto nacionais. Além disso, ao circular em feiras e plataformas digitais, essas obras desconstróem estereótipos sobre a região, mostrando a Amazônia a partir de perspectivas autênticas. Assim, os quadrinhos não apenas documentam, mas também reivindicam o lugar da cultura nortista no cenário artístico nacional.”

Iniciativas como o Circuito Amazônico de Quadrinhos aproximam quadrinistas e entusiastas em uma rede de fomento, contando histórias ricas em narrativas próprias da região, democratizando o acesso à nona arte, contribuindo na afirmação identitária local, e sendo vetor de desenvolvimento econômico cultural e regional.

Em tempos onde muita gente se vende em trend de IA, valorizar as criações feitas por humanos, é um dos maiores apoios que podem ser feitos”

Já apoiou algum artista local hoje?

Para os fãs de HQs, há diversas maneiras de apoiar os artistas nortistas.

SEGUIR E ACOMPANHAR OS ARTISTAS NAS REDES SOCIAIS

VISITAR EVENTOS E FEIRAS DE QUADRINHOS

ADQUIRIR OBRAS AUTORAIS

COMPARTILHAR SEUS ARTISTAS FAVORITOS COM OS AMIGOS

VALORIZAR HISTÓRIAS SOBRE A SUA REALIDADE

CONHECER O MOVIMENTO CULTURAL DA SUA CIDADE

“Em tempos onde muita gente se vende em trend de IA, valorizar as criações feitas por humanos, é um dos maiores apoios que podem ser feitos”, lembra Tai Silva. ▾



Imagem: Divulgação

✎ POR THAÍS ANDRADE
E EVALDO VASCONCELOS



A Semana do Quadrinho Nacional de Manaus

Um evento sobre cultura, HQs e celebração à nona arte

A Semana do Quadrinho Nacional de Manaus (SQNMao) surgiu como palco para a celebração e a exploração da nona arte no coração da Amazônia. Sua primeira edição aconteceu em 30 de janeiro de 2019, contando com o apoio fundamental da Banca do Largo e reunindo dez artistas talentosos de Manaus e Parintins.

Desde então, o evento anual tem se consolidado como um importante catalisador cultural, reunindo artistas, entusiastas e profissionais do universo dos quadrinhos em um espaço de troca, aprendizado e intensa atividade criativa.

A inspiração inicial para a SQNMao remonta ao prestigiado festival francês Les Rencontres du 9e Art, um

evento realizado pela prefeitura de Aix-en-Provence, na França, conhecido por sua abordagem diversificada e inovadora da banda desenhada. A semente para a SQNMao foi plantada em 2015, quando o produtor do evento francês, Serge Darpeix, visitou Manaus para participar de um evento organizado pelo Observatório Brasileiro de Economia Criativa do Amazonas (OBEC-AM) da Universidade Federal do Amazonas (Ufam). Um dos produtores da futura SQNMao, Evaldo Vasconcelos, foi o responsável pela organização da vinda de Darpeix e, durante uma semana de conversas, discutiu a importância de uma feira de quadrinhos como incentivo para a produção artística em um centro urbano.

Outro evento crucial, ocorrido também em 2015 e que inspirou Evaldo e outros quadrinistas de Manaus a idealizar um evento local, foi o lançamento da adaptação em quadrinhos do romance “Dois Irmãos”, de Milton Hatoum.





Desde a edição de 2024, a SQNMao conta com o apoio e colaboração do Mercadizar para a organização do evento e desenvolvimento de atividades que fomentam a produção criativa na cidade.

Ainda em 2015, com o apoio do Conselho Municipal de Cultura de Manaus e da Secretaria de Cultura do Amazonas, diversos artistas da cidade começaram a produzir quadrinhos, enquanto outros retomaram suas atividades na área. Esse movimento crescente culminou em 2017, quando um grupo de quadrinistas locais começou a se organizar com o objetivo de participar do Festival Internacional de Quadrinhos de Belo Horizonte (FIQ), fortalecendo ainda mais a cena e pavimentando o caminho para a criação da SQNMao.

O sucesso dos artistas de Manaus no FIQ resultou em um convite para participarem, ainda em 2017, da Bienal de Quadrinhos de Curitiba, onde o quadrinista Evaldo Vasconcelos, além de expor e vender seus trabalhos, também palestrou sobre a produção de quadrinhos na Amazônia.

Desde a edição de 2024, a SQNMao conta com o apoio e colaboração do Mercadizar para a organização do evento e desenvolvimento de atividades que fomentam a produção criativa na cidade.

Cada edição trouxe avanços:



2019
(1ª edição) Estreia com exposição e feira de artistas regionais.



2020
Introduziu exposições temáticas curatoriais.



2021
Adaptação para formato online devido à pandemia.



2022
Primeira edição com convidados nacionais.



2023
Inclusão de editoras para fomentar publicações locais.



2024
Exposição retrospectiva da produção nortista da última década. Contou com o apoio do Mercadizar e a participação de 40 artistas de 12 estados brasileiros e atraiu um público de 7 mil pessoas.



2025
Lançamento do Circuito Amazônico de Quadrinhos.



É ISSO, NÃO AQUILO!

28

Muitos aspectos da maior região do país ainda são desconhecidos pelo restante do Brasil

A cultura nortista é rica, diversa e cheia de particularidades, mas ainda é comumente interpretada de forma equivocada por quem olha de fora. Muitos costumes, expressões e tradições da região são conhecidos de forma distorcida, mantendo estereótipos e informações erradas. **O problema não está apenas na falta de conhecimento, mas na resistência em buscar aprendizado e corrigir equívocos.**

É BOI-BUMBÁ, NÃO BUMBA MEU BOI

O Bumba Meu Boi e o Boi-Bumbá são manifestações culturais brasileiras com a mesma origem, mas com características distintas. O Bumba Meu Boi surgiu no Maranhão, baseado no auto do boi e protagonizado por personagens como Pai Francisco, Mãe Catirina, o amo do boi, os indígenas e o Gazumbá. A tradição chegou ao Amazonas no fim do século XIX, trazida por migrantes maranhenses, e se desenvolveu primeiro em Manaus, antes de se tornar o principal símbolo cultural de Parintins.



Com o tempo, o Boi-Bumbá ganhou identidade própria na Amazônia, tornando-se um dos maiores espetáculos folclóricos do país. Sua expressão mais famosa é o Festival de Parintins, onde os bois Garantido (vermelho) e Caprichoso (azul) se enfrentam no Bumbódromo, em uma disputa marcada pela participação das galeras e pela musicalidade da toada: músicas que narram histórias e exaltações regionais.

A tradição do Boi-Bumbá vai além de Parintins, estando presente em todo o Norte. Em Manaus, bois como Corre Campo, Garanhão, Tira Prosa, Clamor de um Povo, Brilhante e Galante de Manaus mantêm viva a brincadeira. Em Guajará-Mirim (RO), o Duelo na Fronteira promove a disputa entre os bois Malhadinho e Flor do Campo.

É INDÍGENA, ☑ NÃO "ÍNDIO" ☒

O termo "índio" é genérico e pejorativo, e desconsidera a grande variedade cultural e linguística entre os povos indígenas. Já "indígena" significa "originário, aquele que está ali antes dos outros" e reflete melhor a identidade única de cada etnia. O movimento indígena defende o uso do termo para respeitar e valorizar a diversidade e a autodenominação dos povos originários. O termo abrange diversidade cultural e pluralidade étnica dos povos originários: costumes próprios, crenças, línguas, conhecimentos tradicionais, diversas etnias, manifestações religiosas, organização social, ancestralidade, entre muitos outros.

É MANIÇOBA, ☑ NÃO FEIJOADA ☒

A maniçoba é um prato típico do Pará e, diferente da feijoada tradicional, utiliza a maniva, a folha da mandioca brava, triturada no lugar do feijão. Embora seja semelhante à feijoada na presença de carnes de porco, a maniçoba tem raízes indígenas e é servida com arroz branco, farinha d'água e pimenta. Por ser um prato com preparação e ingredientes únicos, a forma correta de se referir a ele é maniçoba, e não feijoada.

É DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL, ☑ NÃO É SÓ MATO ☒

A região Norte não se resume somente à floresta. É também um polo de tecnologia e inovação. Manaus, por exemplo, abriga a Zona Franca, que impulsiona a produção de eletrônicos, motocicletas e outros produtos de alta tecnologia. Além disso, cidades como Belém e Porto Velho têm startups em crescimento e universidades desenvolvendo pesquisas de ponta em bioeconomia, inteligência artificial e sustentabilidade. A Amazônia não está desconectada do futuro, ela o constrói.

»
A Amazônia não está desconectada do futuro, ela o constrói.

29





É CULTURA LOCAL, ✓ NÃO EXÓTICO ✗

Muitos consideram a culinária e os costumes nortistas como algo “exótico”, como se fossem meras curiosidades distantes da cultura brasileira. Porém, pratos como tacacá, maniçoba e açaí fazem parte do dia a dia da população da maior região do país, assim como o Boi-Bumbá e outras manifestações culturais. O que para alguns parece diferente, para nós é identidade, história e tradição.

É IDENTIDADE, ✓ NÃO É FANTASIA ✗

Os trajes, as pinturas corporais e manifestações culturais dos povos indígenas e ribeirinhos não são adereços e figurinos folclóricos, mas expressões de identidade, pertencimento e tradição. Muitas dessas vestimentas e grafismos carregam significados profundos, ligados à ancestralidade, ao território e à visão de mundo desses povos. Reduzi-los a fantasias para festas temáticas ou eventos turísticos desvaloriza sua importância e reforça estereótipos que distorcem a verdadeira riqueza cultural do Norte.

É ENCANTADO, ✓ NÃO PERSONAGEM ✗

Os encantados indígenas não são personagens de histórias folclóricas, eles são seres espirituais profundamente ligados à cultura dos povos indígenas, integrantes da sua cosmovisão e das práticas espirituais. Yara, Saci, Curupira e tantos outros não fazem parte de um folclore, mas de um universo espiritual que rege a relação do ser humano com a natureza e os seres invisíveis. Reduzir essas entidades espirituais a personagens folclóricos é desrespeitar sua importância cultural e invisibilizar o papel que desempenham culturalmente. Para os povos indígenas, os encantados não são mitos ou lendas, mas guardiões da terra, regentes da natureza e figuras de sabedoria espiritual. ■



Foto: Reprodução/Internet



Foto: Funai

CAÇA-PALAVRAS

A diversidade do Norte também está presente nas variações linguísticas da região. É grande a quantidade de expressões faladas nos sete estados. São palavras únicas que enriquecem o dia a dia da população e expressam o melhor de cada nortista.

Divirta-se com este caça-palavras repleto de expressões que estão na boca do nosso povo!

As palavras deste caça-palavras estão escondidas na horizontal, vertical e diagonal, sem palavras ao contrário.

C D O E N E G E A M A L U V I D O P W O C A
 T A D T F U M X R E H M O V R A Ç A Í B A O
 F N L T R J I M A N I Ç O B A T A T N A L T
 D O E T A R R M B A T D E E P S O G E L D H
 H S H M I P T L H A B A W U I N P R M A E H
 E E B N R A I A Y G I R R E D N D E Ó D I N
 M U G O H T U R C P C X O R O E R S O E R U
 E A O D O O E H ã A U H A C L C H E E I A O
 R P C N I S N L R O C P I R A R U C U R D P
 E I E E B A D A E L H Á U D I D O R M A A T
 K T D S T V P I R Z A E I N E A O N U D S U
 I I H A P A Y H E C É Z C A H T H T T M H C
 G Ú K H N I S B A G A C E I R A E N O H I U
 B T I ã I V A A R R O D E A R O S G A F E M
 T T I B O R I M B O R A O E S E É G U A F ã
 A U T R H O L B A G A Ç O Y B A N Z E I R O

ARRODEAR
 AÇÁI
 BAGACEIRA
 BAGAÇO
 BAIXARIA
 BALADEIRA
 BANZEIRO

BORIMBORA
 BROCADO
 CALDEIRADA
 CARAPANÁ
 CURUMIM
 ESPIA

JAMBU
 KIKÃO
 MACETA
 MALUVIDO
 MANIÇOBA
 MERCADIZAR

OSGA
 PIRARUCU
 PIRÃO
 PITIÚ
 PUPUNHA
 RAPIDOLA

TACACÁ
 TELEZÉ
 TORÓ
 TUCUMÃ
 XIRINGAR
 ÉGUA

Mudar é preciso?

A migração de profissionais da comunicação do Norte para o Sudeste

Entre a saudade de casa e o desejo de crescer, quatro comunicadores do Norte compartilharam, em entrevista à MDZ, os desafios e conquistas de deixar a região para trabalhar em São Paulo

32



Na área da comunicação, é fácil perceber histórias de profissionais da região Norte que iniciaram a jornada de mudança para o Sul e Sudeste do país. A busca por novas oportunidades, o desejo de aprimorar a carreira e a proximidade com os polos econômicos do país são algumas das motivações que impulsionam essa mudança.

No entanto, a transição não é isenta de desafios. A MDZ conversou com quatro profissionais da comunicação do Norte que deram esse passo em suas trajetórias e compartilharam seus objetivos, dificuldades e reflexões sobre morar em São Paulo.

Motivações e oportunidades

As histórias dos profissionais da comunicação migrantes do Norte para o Sudeste, ouvidas pela MDZ, mostram um ponto em comum: a busca por um mercado de trabalho mais dinâmico e oportunidades de crescimento que muitas vezes são limitadas no Norte. Luiz Andrade, 34, escritor e quadrinista manauara que se mudou para São Paulo em 2022, compartilhou que sua principal motivação foi trabalhar no mercado editorial, concentrado na capital paulista.

“A mudança foi decisiva. Você passa a ser visto e lembrado e consegue criar relações com seus pares do mercado”, afirma Luiz Andrade.

Por outro lado, Mariana Vieira, 26, jornalista paraense, enfatizou a falta de oportunidades na sua área de atuação em Belém. Ela conta que, apesar de estar imersa em projetos sociais, o mercado local não oferecia as condições necessárias para seu desenvolvimento.

“Eu queria muito trabalhar com impacto social e ambiental, mas não tinha possibilidade de trabalhar com isso no meu estado, o que é um absurdo porque se a gente está na Amazônia. Deveria haver mais empresas e organizações voltadas para esse tipo de trabalho, e que sejam financeiramente sustentáveis, não é mesmo?”, questiona Mariana Vieira.

“**A mudança foi decisiva. Você passa a ser visto e lembrado e consegue criar relações com seus pares do mercado”**

Luiz Andrade



Fotos: Acervo pessoal

Além disso, para muitos, a busca por um mercado mais estruturado e a chance de uma remuneração mais justa são fatores decisivos. Amanda Monteiro, 27, publicitária amazonense, relatou que, embora ame sua cidade natal, as oportunidades em Manaus eram limitadas e muitas vezes carregadas de preconceitos.

“90% das oportunidades que me sustentaram durante oito anos de carreira vieram do Sudeste”, destaca Amanda Monteiro.

Desafios: Xenofobia e adaptação cultural

A migração para o Sudeste, contudo, não é isenta de desafios, especialmente no que diz respeito à adaptação cultural e à xenofobia.

“**90% das oportunidades que me sustentaram durante oito anos de carreira vieram do Sudeste”**

Amanda Monteiro



Mariana Vieira compartilhou que, apesar de nunca ter sofrido preconceito direto, sentiu na pele o estereótipo de “matuto” e as dificuldades de ser constantemente confundida com uma carioca apenas por seu sotaque.

“As pessoas acham que a diversidade de sotaque e de cultura do Brasil se resume ao que eles conhecem no Sudeste e, infelizmente, esse tipo de situação sempre nos coloca numa posição de ter que educar e explicar as coisas para as pessoas, porque elas vão te trazer achismos zero pensados sobre tudo.”

Para muitos, o choque cultural é um obstáculo significativo que exige uma adaptação ao ritmo acelerado e à competitividade dos grandes centros urbanos, como relatou Valber Araújo, 28, relações públicas e cineasta manauara que também se mudou para São Paulo.

“O ritmo da cidade é extremamente acelerado, bem diferente de Manaus e, além disso, não conhecer ninguém aqui e a saudade dos amigos e familiares foram desafios constantes no início”, relembra Valber Araújo.

“O Sudeste não precisa ser sua última parada. Pode ser apenas um degrau para outro capítulo da sua vida.”

Valber Araújo



É possível crescer sem sair do Norte?

Apesar dos desafios, a internet tem sido uma grande aliada. Hoje, é possível para muitos profissionais da comunicação criar um espaço de destaque, mesmo morando fora dos grandes centros. Mariana Vieira, por exemplo, começou sua trajetória criando conteúdo para engajar seu público sobre temas relacionados à Amazônia e à cultura regional.

“A minha criação de conteúdo foi um fruto dessa mudança de sair do Pará”, revelou.

No entanto, ela ressalta que ainda existem desafios para criadores de conteúdo regionais, como a dificuldade de ser valorizado pelas marcas e agências, que muitas vezes não compreendem o valor da produção regional e esperam uma adaptação para uma linguagem sudestina.

Amanda Monteiro vê na internet uma plataforma de visibilidade para seu trabalho, mas também reconhece que a barreira geográfica ainda existe. “Eu acredito que é possível crescer sem sair do seu estado, criando conteúdo, mas a questão das condições financeiras e da cor da pele, por exemplo, tam-

bém impactam o sucesso de um criador de conteúdo”, afirma.

Mariana Vieira destaca que as redes sociais abriram portas, mas sem a mudança para São Paulo seu trabalho nunca teria alcançado o nível de reconhecimento que tem hoje.

Mudar ou não mudar: eis a questão

Em meio à dúvida entre sair ou permanecer, o que se percebe é que a decisão de mudar depende de um conjunto de fatores individuais, mas também do contexto do mercado local e das oportunidades disponíveis. Luiz Andrade acredita que é possível crescer dentro da região Norte, desde que haja um esforço para criar uma cadeia de apoio local. “Sem o mínimo de organização, qualquer categoria artística vai enfrentar muito mais dificuldades.”

Para os que pensam na mudança de região, Valber Araújo dá um conselho importante: “Nós não somos menos que ninguém do Sudeste. Não fiquem achando que somos menos entendidos da área de comunicação por sermos do Norte. Estejam preparados para o ritmo da cidade. Mas, lembrem-se, o Sudeste não precisa ser sua última parada. Pode ser apenas um degrau para outro capítulo da sua vida.”

Mariana Vieira também reflete sobre a questão da valorização no mercado de trabalho. “Quando buscamos ser valorizados, queremos uma remuneração justa. E, dentro da comunicação, isso é difícil de encontrar no Norte. O mesmo trabalho que vale ‘X’ em São Paulo, vale ‘Y’ no Norte. Não

“Eu tenho esperança de que, aos poucos, as coisas mudem e possamos construir um mercado de comunicação mais rico e próspero aqui na nossa região”

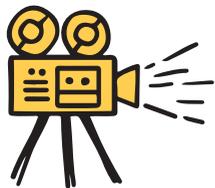


Mariana Vieira

que, ao chegar em São Paulo, as coisas sejam fáceis, mas eu tenho esperança de que, aos poucos, as coisas mudem e possamos construir um mercado de comunicação mais rico e próspero aqui na nossa região”, compartilhou ela.

Amanda Monteiro, por sua vez, falou sobre o equilíbrio entre trabalho e qualidade de vida: “Trabalhar muito, mas viver muito também. O desafio é tentar encontrar esse equilíbrio. Aqui, eu ganho melhor, mas a vida também é mais cara. Porém, tenho mais liberdade para explorar diversas oportunidades de trabalho e lazer, e isso é o que realmente me realiza no fim do dia.”

Para alguns, construir a própria história significa escolher a mudança. Mas a construção de um mercado próspero no Norte também é possível, especialmente tendo em vista o potencial dos profissionais naturais da região, que, apesar das adversidades, fazem a diferença na produção criativa em sua terra natal. ▀



Um olhar sobre o cinema local

O atual cenário da produção cinematográfica nortista mostra seu potencial, mas enfrenta diversos desafios

Nos últimos anos, o cinema nortista tem mostrado o seu potencial, sendo destaque em festivais e premiações nacionais e internacionais. Muitos são os exemplos de obras que conseguiram ultrapassar as fronteiras geográficas locais que, muitas vezes, isolam os cineastas da região.



Manaus Hot City

Amazonas, 2020

Entre diversos prêmios, venceu “Melhor filme” no Mammoth Lakes Film Festival (2021), na Califórnia, e no festival Mix Brasil (2021).

O Território

Rondônia, 2022

Venceu o Emmy Awards, em 2024, na categoria “Mérito Excepcional em Documentário”.

O Barulho da Noite

Tocantins, 2023

Premiado como “Melhor Filme de Ficção” na 11ª edição do Agenda Brasil – Festival Internazionale di Cinema Brasiliano, realizado na Itália. Nos Estados Unidos, no 17º Los Angeles Brazilian Film Festival (LABRFF 2024), conquistou os prêmios de “Melhor Longa-Metragem”, “Melhor Roteiro” e “Melhor Atriz”.

Sete Cores da Amazônia

Amazonas, 2022

Indicado ao Montreal Independent Film Festival, exibido na Mostra Livre Internacional de Cinema e na Mostra Cine Glocal.



“O Território” é protagonizado por Bitaté Uru-Eu-Wau-Wau e Ivaneide Bandeira Cardozo. Txai Suruí assina a produção executiva

Foto: Reprodução/Redes sociais

A Última Floresta

Amazonas e Roraima, 2021

Venceu o 71º Festival de Berlim (2021) com o troféu do público na Mostra Panorama; o Prêmio Platino de Cinema Ibero-Americano (2022) como “Melhor Documentário”; e o Prêmio Grande Otelo do Cinema Brasileiro (2022) em “Melhor Longa-Metragem de Documentário”.

Palasito

Roraima, 2021

Premiado na categoria “Melhor Fotografia” no Paris International Short Festival (2022); na categoria “Melhor Curta, Melhor Fotografia e Melhor Figurino” na 5ª Edição do Festival de Cinema de Jaraguá do Sul 2022, entre outros.

Quem entende do assunto

Para entender sobre o atual panorama da produção cinematográfica do Norte do país, a Revista MDZ conversou com Caio Pimenta, crítico de cinema e fundador do site especializado Cine Set, e Diego Bauer, premiado roteirista, diretor e ator amazonense.



“O Barulho da Noite” é dirigido pela cineasta tocantinense Eva Pereira



Foto: Ruth de Souza/Divulgação



Para Diego Bauer, o potencial cinematográfico da região está totalmente ligado às discussões sobre a Amazônia e sua importância nacional e internacional.

"De fato, nós temos um grande potencial e nós temos uma série de particularidades que, com certeza, fazem com que as obras artísticas produzidas aqui tenham um diferencial evidente. Ao mesmo tempo, a gente claramente se sente atrasado e se sente desprestigiado por uma série de questões econômicas, de oportunidade, de fluxo de produção, de quantidade de editais e prêmios relacionados à produção audiovisual. Tudo ainda muito pequeno, muito pouco", explica Diego Bauer.

Do ponto de vista técnico, o crítico de cinema Caio Pimenta afirma perceber, no Amazonas, um momento de estagnação:

"Embora muita gente esteja produzindo devido aos editais da Lei Paulo Gustavo e Aldir Blanc, noto que as obras estão bem mais frágeis do que em tempos recentes. Até

consigo perceber evoluções nos aspectos técnicos, especialmente na fotografia, mas, de modo geral, as produções recentes de curtas não parecem sair do lugar. A expectativa fica pelos longos previstos para serem lançados, como 'Enquanto o Céu Não me Espera', da Cristiane Garcia; 'O Barco e o Rio', do Bernardo Abinader; 'Obeso Móbido', de Diego Bauer; entre outros."

Nos últimos anos, a região também tem ganhado cada vez mais atenção de cineastas de outras regiões.

"Naturalmente, a Amazônia sempre foi muito visada pelo audiovisual, tanto nacional quanto internacional. 'O Último Azul' foi mais um exemplo de como a região atrai realizadores importantes e, desta vez, buscando olhar para cá com menos exotismo", destaca Caio Pimenta.

Naturalmente, a Amazônia sempre foi muito visada pelo audiovisual, tanto nacional quanto internacional. 'O Último Azul' foi mais um exemplo de como a região atrai realizadores importantes e, desta vez, buscando olhar para cá com menos exotismo"



Fotos: Diego Bauer/Acervo pessoal

"O Último Azul" (2025), dirigido pelo pernambucano Gabriel Mascaro, foi filmado nas cidades amazonenses de Manaus, Manacapuru e Novo Airão. Valorizando talentos locais, contou com mais de 20 atores amazonenses, como Adanilo e Rosa Malagueta. A obra conquistou o "Urso de Prata" no 75º Festival Internacional de Cinema de Berlim.

Os principais desafios

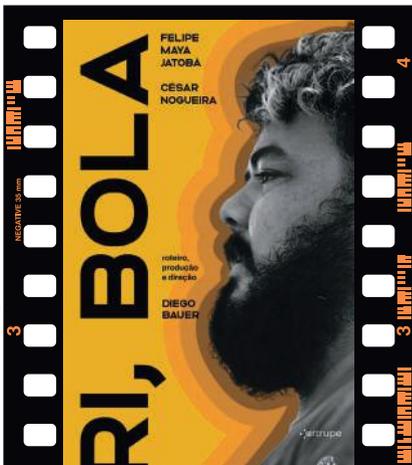
Em sua trajetória, Diego Bauer roteirizou diversas obras de destaque. "Ri, Bola", "Terra Nova" e "Enterrado no Quintal" são alguns dos filmes do diretor que foram exibidos em diversos festivais. Apesar das obras premiadas, de acordo com o diretor, a realização cinematográfica na região ainda enfrenta diversos desafios, como o alto custo das produções de cinema por conta dos equipamentos necessários, contratação de profissionais, cenários, entre outros, obrigando equipes a trabalharem em condições não ideais para o desenvolvimento da área.

Acho que realmente falta um sistema contínuo de incentivo, seja através de editais ou de parcerias público-privadas."



"Acho que realmente falta um sistema contínuo de incentivo, seja através de editais ou de parcerias público-privadas. Mas que isso seja uma coisa que venha e não seja para conseguir respostas rápidas e curtas. Que isso seja contínuo e perene porque, dessa maneira, eu não tenho a menor dúvida de que o nosso potencial é de ser um polo de cinema no Brasil e também na América Latina", afirma Diego Bauer.

De acordo com Caio Pimenta, o grande desafio é conseguir uma produção local com a mesma visibilidade e recursos financeiros necessários para se projetar nacional e internacionalmente.



"Para isso, é preciso criar políticas públicas de incentivo, tanto por parte das gestões municipais quanto estaduais. No Amazonas, pelo menos, regredimos muito nesse sentido, pois as leis Paulo Gustavo e Aldir Blanc, provenientes de verbas federais, acomodaram as gestões locais em criar seus próprios editais e políticas voltadas para o desenvolvimento do setor", analisa o crítico de cinema.

"A Amazonas Film Commission está parada, não há nada próximo de um circuito exibidor para nossos filmes fora dos espaços do Centro de Manaus, com suas programações pontuais. Além disso, o curso de audiovisual da Universidade do Estado do Amazonas (UEA) está com risco de ser fechado, pois não abriu turma no último vestibular. Fico pensando que, se houver uma troca no governo federal e os investimentos em cultura forem interrompidos, a situação será bem complicada", alerta Caio Pimenta.

“**A Amazonas Film Commission está parada, não há nada próximo de um circuito exibidor para nossos filmes fora dos espaços do Centro de Manaus, com suas programações pontuais.**”

Quem precisa de cinema local?

A arte vai além de uma simples opção de entretenimento. Registrar histórias, compartilhar culturas e realidades, ser um meio para denúncias, e várias outras características são inerentes ao fazer artístico.

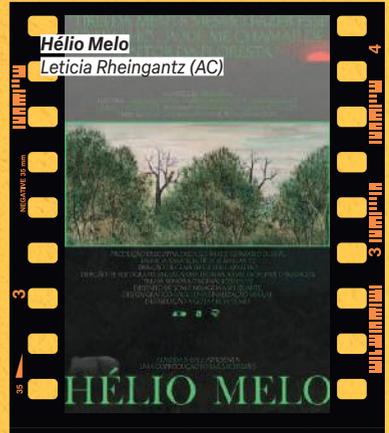
Nas telas de cinema, é possível compartilhar, com imagem e som, diferentes perspectivas de uma região ainda isolada do restante do país.

"Quanto mais a gente consegue encontrar maneiras de colocar características nossas, mais o projeto tem capacidade de ser único, particular e, por conta disso, chegar mais longe. Não há melhor estratégia, se quisermos fazer com que o nosso trabalho tenha alcance, do que falar sobre a gente, sobre a nossa perspectiva do lugar onde moramos", pontua Diego Bauer. ▀



Pega o balde de pipoca!

Caio Pimenta fez uma seleção especial de indicações de filmes nortistas, focando em obras recentes: >>>

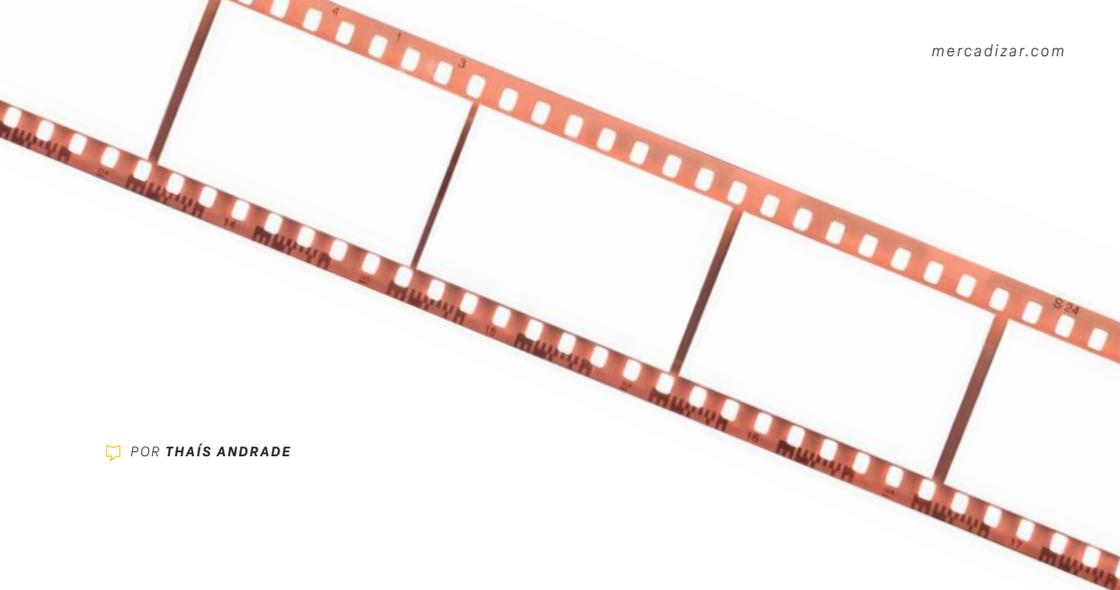


#Mercadizar
Entrevista

RODRIGO CASTRO

‘Um Tom de Cinema’





 POR **THAÍS ANDRADE**

Longa-metragem abordará a história de um dos maiores entusiastas do cinema amazonense

Para os amantes do cinema amazonense, o nome Tom Zé é familiar. Antônio José Vale da Costa, o famoso Tom Zé, tem uma trajetória que o coloca em destaque como um dos maiores entusiastas do cinema local. O professor aposentado do curso de Comunicação Social - Jornalismo, da Universidade Federal do Amazonas (Ufam), teve papel fundamental no cineclubismo no Amazonas e na influência da produção audiovisual do estado.

Tom Zé fez parte de diversos cineclubes como o Cineclube da Aliança Francesa e o Cineclube Silvino Santos. Na lista, também consta o Cine & Vídeo Tarumã, fundado pelo professor, que continua em funcionamento na Ufam e foi porta de entrada para vários alunos da instituição no mundo cinematográfico.

Nas telas do cinema

A história de Tom Zé será contada por meio do longa-metragem “Um Tom de Cinema”, cujo roteiro é de autoria do publicitário, roteirista e produtor audiovisual Rod Castro. O projeto foi contemplado pela Lei Paulo Gustavo do Governo Federal, promovido por edital da Secretaria de Estado de Cultura e Economia Criativa do Amazonas (SEC/AM), Fundo Estadual de Cultura e CONEC, do Governo do Amazonas.

Rod Castro contou ao Mercadizar sobre o desenvolvimento do roteiro do longa, a inspiração para a obra e sua amizade com o protagonista.



Mercadizar: Como surgiu a inspiração para o projeto?

Rod Castro: A minha história com o Tom Zé é a seguinte: eu comecei a trabalhar com comunicação há 25 anos, quando entrei na faculdade de Publicidade e Propaganda e no meu primeiro trabalho na área, que foi como produtor de rádio do programa Zona Franca, do jornalista Joaquim Marinho. O Joaquim percebeu minha predileção por cinema e me indicou ao Amazonas Em Tempo para escrever sobre o tema.

No ano seguinte, em 2001, consegui um estágio na faculdade como operador do laboratório de rádio e, assim que abriu essa mesma vaga na Ufam, fui me candidatar e acabei conhecendo o Tom Zé. Troquei ideia mesmo com ele quando fui fazer pós-graduação de Cinema, em 2009, e o Tom Zé foi um dos meus professores.

Com o passar do tempo, fomos nos encontrando em eventos - como o lançamento do livro sobre cartões postais do Joaquim Marinho -, encontros sobre salas alternativas de cinema, e em evento que celebrava a obra do quadrinista Alan Moore.

Mas foi no velório do Joaquim que o Tom Zé encontrou comigo e me “cobrou” para que eu voltasse a produzir curtas ou obras audiovisuais. Eu tinha dado um tempo, assim como os membros do grupo de audiovisual do qual faço parte, o “Planos em Sequência”. E esse “impulso” do mestre fez a gente voltar a produzir.

Em 2020, venci dois editais da Lei Aldir Blanc e produzimos duas webséries: “Da ideia ao palco do



Amazonas Film Festival”, que entrevista dez roteiristas vencedores do Amazonas Film Festival e como eles pensam roteiro; e “Sol, pipoca e Magia”, uma websérie que conta a história dos cinemas do bairro Centro que foram do Joaquim Marinho.

E, a partir desses dois projetos, fiz uma lista de pessoas e marcas sobre as quais eu estava interessado em fazer documentários. E a primeira pessoa que coloquei na lista foi o Tom Zé.

E foi assim que propus o projeto de roteiro para o longa-metragem “Um Tom de cinema”, um roteiro que contasse a vida desse importante personagem, formador de vários profissionais do audiovisual amazonense.

Mercadizar: Tem previsão para o término do roteiro?

Rod Castro: Eu entrei em contato com ele [Tom Zé], que estranhou eu ter proposto a ideia. Ele não se vê como esse personagem importante, o que é bem natural já que é a vida dele, né? Mas acabou

E a primeira pessoa que coloquei na lista foi o Tom Zé.

E foi assim que propus o projeto de roteiro para o longa-metragem “Um Tom de cinema”, um roteiro que contasse a vida desse importante personagem, formador de vários profissionais do audiovisual amazonense.

topando. Dei início à pesquisa, que foi colhida na fonte: entrevistei três vezes o professor. Cada entrevista com mais de uma hora e meia de depoimento.

Também falei com quatro ex-alunos dele. Alguns foram seus bolsistas no Cine & Vídeo Tatumã. Depois desses depoimentos, fiz o enredo e acredito que em mais de quatro meses trabalhei na confecção do roteiro.

Terminei a primeira versão entre o fim de novembro e início de dezembro de 2024. Revisei o texto e entrei em contato com três outros roteiristas amazonenses - Leonardo “Mancha” Mancini, Alexandre Santana e Emerson Medina - para eles me passarem seus pontos de vista e sugestões.

A cada conversa, surgiram sugestões, questionamentos e críticas. Já fiz esses ajustes com as observações dos dois primeiros e estou indo para o terceiro roteiro.

Vou revisar novamente e chegarei à versão final.

Farei a contraproposta, que é uma conversa com Tom Zé e mais alguns convidados. O assunto será o Cineclubismo no Amazonas.

Mercadizar: Qual a importância de contarmos as histórias dessas personalidades que influenciam a cultura do Amazonas?

Rod Castro: Eu entrei no audiovisual com o pensamento de realizar filmes de ficção. Fiz isso com meus chapas de audiovisual: Moacyr Massullo, Diego Nogueira, Emerson Medina e Leonardo Mancini. Vencemos algumas edições do saudoso Amazonas Film Festival e isso me fez perceber que havia toda uma “área de interesse” que eu deixei de lado: a de retratar ou documentar a vida da minha cidade, Manaus. Desde que fui pra esse lado documental e de pesquisa, parece que mais e mais novos personagens “surgiram” e, por isso, pelos próximos anos devo me dedicar ainda mais a contar a história de Manaus e de quem “faz a cidade”. ▀



Rod Castro entrevistando Tom Zé para a produção do roteiro do longa

Playlist MDZ #1:

O som que toca no Norte



Conheça a lista especial de artistas que dão ritmo à região

A Revista MDZ preparou uma playlist especial de artistas que carregam muita identidade local em composições musicais que dão ritmo à região Norte. Confira a lista completa:



Foto: Divulgação

Nazaré Pereira

📷 @nazarepereiraoficial

Com mais de 40 anos de carreira, Nazaré Pereira é cantora, compositora, atriz e dançarina. Natural de Xapuri, no Acre, ela cresceu no Pará e, atualmente, mora na França. Sua música carrega referências de suas raízes, principalmente o carimbó, baião e toada.



Foto: Divulgação/
Instagram

Filomedusa

📷 @filomedusa_

Filomedusa é uma banda de rock autoral independente formada em 2006 em Rio Branco, no Acre. Conhecida por suas músicas energéticas e envolventes, já se apresentou em diversas cidades e festivais brasileiros.



Foto: Divulgação/
Instagram

Jimmy Feiches

📷 @jimmyfeiches

Cantor, compositor e também ator amapaense, Jimmy Feiches aposta na música experimental. O artista traz influências nortistas e pop internacional para suas músicas.



Foto: Divulgação/
Instagram

Corama

 @eucorama

Corama, cantora e compositora amazonense, se destaca na cena indie ao unir dream pop e indie rock com letras melancólicas e intimistas. Sua sonoridade, que combina atmosferas suaves e guitarras introspectivas, reflete influências globais com um toque da Amazônia.



Foto: Divulgação/
Facebook

Beatriz Procópio

 @beatrizprocopio

Beatriz Procópio, cantora manauara, compõe em uma linha MPB com influências do pop, abordando experiências pessoais. Desde 2014, compartilha suas músicas no Instagram (@beatrizprocopio). Valorizando a simplicidade e a conexão com o público, a artista se prepara para lançar seu EP de estreia.



Foto: Divulgação/
Facebook

D'água Negra

 @daguanegra

D'água Negra é uma banda formada por Bruno Belchior, Clariana Arruda e Melka Franco, inspirada no Rio Negro e na identidade de Manaus. Em 2021, lançaram o álbum “Erógena”, que mistura jazz, soul e música eletrônica.



Foto: Divulgação/
Facebook

AQNO

 @_aqno_

AQNO é uma das promessas da música pop nortista, indicado ao Prêmio Multishow 2024 na categoria Brega do Ano. Cantor, compositor e produtor, viu sua carreira crescer em 2021 com “O Retorno de Saturno”, seu primeiro álbum autoral.



Foto: Divulgação/
Julia Rodrigues

Patrícia Bastos

 @patriciabastoscantora

Com oito discos lançados, a amapaense Patrícia Bastos leva ao mundo a voz das florestas, dos quilombos e dos ritmos do Amapá. Em 2014, ela recebeu o Prêmio de Música Brasileira de Melhor Cantora Regional, e foi indicada ao Grammy Latino de 2017.





Foto: Divulgação/
Deezer

Loham

📷 @loham.com.br

Loham é um cantor e compositor amapaense que iniciou sua carreira em 2020 com o lançamento do álbum “Igarapé Elétrico”. Vivendo atualmente em Goiânia, Loham retorna com o inédito “Ponte Palafita”, seu segundo álbum de estúdio, com cinco canções autorais marcadas pela sonoridade amazônica e pelos elementos clássicos da música popular brasileira.



Foto: Divulgação/
Facebook

O Cinza

📷 @o.cinza

O Cinza é uma banda de Belém, formada em 2016, destacando-se na cena local com influências de Bossa Nova, MPB e Rock Alternativo. Após lançar dois EPs, financiou coletivamente seu primeiro álbum, “De Peito Aberto” (2019), um disco que aborda temas como saudade, desejo e desamor.



Foto: Divulgação/
Instagram

Gabriê

📷 @gabrieoficial

A cantora e compositora rondoniense Gabriê participou do programa The Voice, em 2018, e foi indicada ao Prêmio Multishow, em 2023. Ela é um dos grandes nomes nortistas em ascensão para o Brasil.



Foto: Divulgação/
Facebook

Soprü

📷 @bandasopru

Soprü, banda de pop rock de Palmas, explora experiências sonoras criativas e imprevisíveis. Com uma fusão de ritmos, utiliza guitarras, sintetizadores e clarinetes para criar uma atmosfera única, ao mesmo tempo intimista, dançante e coletiva.



Foto: Divulgação/
Instagram

Daniel Kowalski

📷 @danielkowalski777

Daniel Kowalski é pianista e produtor musical. Iniciou seus estudos de piano clássico e teoria musical em Palmas, aprendendo por meio de aulas particulares devido à falta de escolas de música na cidade, na época. Seu último álbum, “Vibrações das Serras Gerais”, foi produzido a partir de captação sonora na natureza tocantinense.



Foto: Divulgação/
Instagram

Murilo Modesto

Instagram @modestomp

É compositor e músico multi-instrumentista natural do Suriname, e criado em Roraima e no Pará.

A mistura de sons e ritmos nortistas com psicodelia é a marca das suas canções.



Foto: Divulgação/
Facebook

Ana Lu

Instagram @oficialanalu

A cantora e compositora Ana Lu é a principal representante roraimense do pop reggae. Ela vem conquistando espaço com uma voz suave, letras contagiantes e muito talento.



Foto: Divulgação/
Deezer

uma Póvoas

Instagram @1povoas

uma Póvoas é cantora, compositora e multi-instrumentista de Manaus. Sua música transita entre MPB, indie e alternativo. Em carreira solo desde 2023, ganhou destaque com os singles “Movimento Solar”, “Quero te dar meu coração” e “Vida + Leve”. 🎸



Mercadizar • 30 músicas • 1h30min



Queimadas Nazaré Pereira	3:28	♥
Submerso Filomedusa	5:00	♥
Igarapé Elétrico Loham	2:57	♥
Deixa D'água a Gente Não Chora Jimmy Feiches	3:13	♥
sem sentido corama	3:21	♥
Unidentified Colorful Fireflies Daniel Kowalski	2:21	♥
Vim pra Ficar Beatriz Procópio	2:44	♥
Mal de Amor Patrícia Bastos	4:52	♥
Nossa Bossa O Cinza	3:01	♥
Essa Situ Murilo Modesto	2:13	♥
Júlia Sopru	4:39	♥
Da Beira Gabriê	2:20	♥
ESCÁRNIO D'água Negra	3:57	♥
Desaglomerô AQNO	3:33	♥
Movimento Solar uma Póvoas	3:21	♥
Junta Teu Sorriso No Meu Ana Lu	3:40	♥



vistas Mercadizar

logia social e
nivel em comunidades

Anuncie no nosso portal

ANUNCIE NO
MERCADIZAR



Somos um veículo de comunicação e criação de conteúdo que busca contribuir para a divulgação e o desenvolvimento da comunicação, arte e cultura da região Norte. Portal, revistas e conteúdos audiovisuais são, hoje, os nossos principais produtos, e são criados pensando na valorização do que é da nossa terra.

comercial@mercadizar.com
+55 92 99296 1960



 mercadizar.com



