

A ARTE NÃO É BOA SÓ PARA A ALMA, MAS TAMBÉM PARA OS NEGÓCIOS

Bernadete Zagonel¹

(Publicado no Jornal Gazeta do Povo em 17 de dezembro de 2004)

“Existe um ótimo argumento de ordem prática para defender o fomento das artes sem fins lucrativos nos Estados Unidos: essa é uma atividade que gera milhares de empregos e movimenta algo como 134 bilhões de dólares por ano.”

Essa afirmação, e a que deu título a esse artigo, foi proferida por Robert Redford em uma recente entrevista em uma revista brasileira. Nela ele defende a idéia de que os governos deveriam dar mais incentivos e recursos às artes, não só pela importância que a cultura tem para uma sociedade, mas sob este outro forte argumento: a geração de recursos. Ele reclama da falta de percepção dos atuais governantes para as artes, e faz alusões à gestão Bush, lamentando que este tem sido o pior de todos os governos neste sentido, e ainda sentencia: “quanto mais conservador for o governo, mais ele tenderá a temer o poder da livre expressão e a descartá-la como irrelevante.”

Parece até que ele fala do Brasil também onde, quem é da área sabe, a situação não é melhor, a cultura é sempre relegada ao último plano e, conforme o governante, as atividades tendem a minguar por falta de recursos. Nesse ano aconteceu algo assim em Curitiba: a Oficina de Música, um dos marcos da cultura em Curitiba, com renome nacional e internacional, passou meses na corda bamba, arriscada a não sair este ano e, pelo que eu soube, será reduzida pela metade por falta de verba. E o pior é que sabemos que situações como esta são constantes no mundo da cultura, e elas acabam prejudicando, inclusive, o nome da cidade que sedia o evento. Por exemplo: há dois anos, o tradicional Festival de Música Nova de Santos, com mais de 20 anos de história, não aconteceu porque o prefeito da cidade achou que o evento não era relevante...

Mas não é dentro desse ar de choramingas que falarei aqui. A conclusão é que, talvez, seja preciso buscar apoio em outras plagas. Com os empresários, por exemplo. Mas para isso, provavelmente, tenhamos que melhor informar os empresários sobre os benefícios que os investimentos em cultura podem trazer, como o desconto de imposto de renda, entre outros, e sensibilizá-los para isto.

E a iniciativa já está sendo tomada pela Associação Comercial do Paraná, de duas formas: uma, com a elaboração de um plano de desenvolvimento econômico e social sustentável para Curitiba em diversas áreas, chamado Mais Curitiba, que inclui, dentre os 7 segmentos de atuação, o pólo de desenvolvimento de arte e cultura; outra, com a criação da Universidade Livre do Comércio que conterà em sua estrutura o Núcleo Cultural, prevendo-se informar e ensinar o empresário sobre os meios e o interesse em promover a cultura em nossa cidade, não só do ponto de vista de eventos mas desenvolvendo aqui toda a enorme cadeia produtora que constitui a indústria cultural.

Sem dúvida é um fato extraordinário, este de tratar a cultura e as artes como um meio de geração de receitas. O objetivo dessas ações é propiciar negócios dentro da cultura, estimular empresas a patrocinar projetos, encontrar alternativas para um maior desenvolvimento de atividades culturais e lançar a cidade de Curitiba no cenário nacional por meio da sua produção artística e cultural de uma forma real e consistente.

¹ Bernadete Zagonel é professora titular da UFPR, Doutora em Música pela Sorbonne- Paris. Vice-presidente da Associação Comercial do Paraná. musica2000@terra.com.br

Sabemos que a cidade ainda não conseguiu dar projeção nacional à maioria de seus artistas, às suas produções, e nem organizar um número significativo de eventos culturais de grande abrangência repercussão, e que os empresários locais são ainda muito tímidos com relação a apoios financeiros nas artes. Mas no Brasil há grandes e conhecidos investidores em cultura, e os benefícios que isso traz à empresa e à sociedade são inegáveis. Alguns levam as artes até as camadas mais baixas da sociedade melhorando sua qualidade de vida, outros investem em publicações, em preservação do patrimônio da humanidade, na produção de espetáculos e demais atividades artísticas. E, é claro, junto com isso tem muito retorno financeiro.

Não podemos esquecer, evidentemente, que é preciso dar um incremento maior na promoção da **educação para as artes** e na divulgação de eventos e produções artísticas, buscando a estimular e promover parcerias entre escolas, universidades, empresas e órgãos governamentais, com o objetivo de diversificar, formar e aumentar o público consumidor. Seguramente a presença de patrocinadores em ações como estas iria facilitar o acesso das populações de baixa renda às artes.

O que estaria então faltando para que a iniciativa privada da região de Curitiba abrace mais esta idéia e aumente os investimentos em cultura e arte, gerando assim o esperado retorno financeiro e social para todos?

Só posso concluir que seja preciso informar melhor os empresários sobre as leis de incentivo à cultura e sobre os benefícios econômico-financeiros e sociais que podem trazer às suas empresas. Provavelmente seja preciso também orientar os artistas sobre os caminhos a serem tomados para captar recursos para viabilizar seus projetos. É o que a Associação Comercial do Paraná se propõe a fazer a partir do próximo ano.