



ARM - S/TÍTULO, 2001 - COLETIVO, ACRÍLICA S/TELA

## PONTO CRÍTICO

### O estado das artes

Apesar de seu potencial econômico e social, a indústria cultural brasileira apresenta problemas relacionados à atuação dos diversos agentes envolvidos: governo, produtores culturais e empresas. Para fazer um balanço da situação atual do setor, a GV-executivo convidou um grupo de profissionais com extensa vivência na produção e gestão de bens culturais. Paulo Pélico, Ronaldo Bianchi, Marino Lobello, Ricardo Ohtake e Ary Scapin destacam os principais problemas e as potencialidades do setor, mostrando alternativas para o futuro.

por Françoise Terzian

#### Rever as políticas públicas

Por Paulo Pélico

*Dramaturgo, produtor de teatro e cinema e secretário da Apetesp – Associação dos Produtores de Espetáculos Teatrais do Estado de São Paulo*

Apesar do bom momento do cinema

brasileiro, que vem recuperando o diálogo com seu público após um divórcio de décadas, temos sérios problemas para resolver. Dos mais de 5 mil municípios brasileiros, menos de 5% têm salas de cinema. Para completar, nas poucas salas de cinema existentes, a participação dos filmes

brasileiros é de 22%, contra 2% há dez anos atrás. No entanto, quando consideramos a TV, a participação cai vertiginosamente.

No teatro, a situação é ainda pior. Um grande sucesso teatral, que consiga encher uma casa de espetáculo de 400 lugares em todas as sessões,

não é capaz de se pagar, mesmo com ingressos a R\$ 60,00. Adicionalmente, se o produtor não conseguir recursos para a manutenção do próprio espetáculo, ele se vê obrigado a retirá-lo de cartaz, mesmo com a casa cheia. Esse é o resultado de uma combinação de dois fatores: a falência da educação, resultando em alta taxa de analfabetismo, e o empobrecimento generalizado da população.

A raiz do problema está no orçamento do MinC, que mal dá para o custeio da sua máquina e de suas supervisionadas, como a Biblioteca Nacional, a Funarte e a Fundação Rui Barbosa, além das obrigações de preservação e manutenção de museus. A principal consequência é que o poder público se transformou no maior captador de recursos por meio das leis de incentivo fiscal à cultura, um mecanismo que foi criado originalmente para o produtor independente. Na disputa de verbas dentro das empresas, o produtor independente tem hoje como principal concorrente o governo, ou seja, a mesma instituição que aprova e fiscaliza o processo. É uma situação embaraçosa, com sérias implicações éticas.

O Brasil acumulou um enorme déficit no setor cultural durante os 21 anos de governo militar, com a ausência total de políticas públicas voltadas para a cultura. Some-se a isso a explosão demográfica, que dobrou a população, sem que fosse feito qualquer investimento em infra-estrutura para uma indústria cultural minimamente operante. O resultado final é uma profunda crise em todos os segmentos. Com a redemocratização

**O Brasil acumulou um enorme déficit no setor cultural durante os 21 anos de governo militar, com a ausência total de políticas públicas voltadas para a cultura. Com a redemocratização do país, esse problema não foi enfrentado.**

do País, esse problema não foi enfrentado. Adotadas como medidas emergenciais, as leis de incentivo fiscal à cultura conseguiram atenuar alguns problemas crônicos e promover uma relativa oxigenação de alguns setores como o cinema, o patrimônio histórico e a construção de salas de espetáculos para grandes platéias.

Problemas desse tipo só se resolvem com políticas públicas voltadas para a cultura e, claro, com verbas. É preciso mudar a forma como a cultura é vista por nossos dirigentes. E sou otimista. Cedo ou tarde teremos uma produção cultural forte. Se criarmos as condições agora, será nesta geração; caso contrário, levará muito mais tempo.

### **Promover as artes plásticas**

**Ronaldo Bianchi**

*Vice-presidente do Itaú Cultural e superintendente-geral do MAM*

Manter um museu de artes plásticas aberto no Brasil é um trabalho árduo, já que seus custos são consideráveis. Para isso acontecer, é preciso garantir que uma parte das despesas fixas seja coberta pelos governos – federal, estadual e municipal – e também pela iniciativa privada. Esse é o melhor arranjo que se pode formar em

uma sociedade como a brasileira, com um saudável casamento entre a iniciativa pública e a privada.

Mas o que aconteceu com a produção cultural depois da implantação das leis de incentivo federal, estadual e municipal? As atividades culturais ganharam vigor com os recursos distribuídos. Particularmente, temos três frentes culturais fortemente beneficiadas com esses recursos: artes visuais, música e cinema. Acredito que o teatro tenha perdido espaço e, por isso, está sofrendo muito. Na minha área, dos museus, a situação não é melhor. Por sua própria conta, o museu até consegue patrocínio para eventos, mas não vai muito além disso. A ajuda do governo é fundamental.

Quanto aos recursos vindos da iniciativa privada, a situação hoje é de grande seletividade nas concessões, com critérios cada vez mais rigorosos. Para conseguir algo, o proponente deve apresentar um projeto articulado, consistente e que tenha afinidade com as políticas de divulgação da empresa.

Além de ser necessário garantir todas as condições de cenografia, iluminação, origem das obras, apresentação gráfica do que será o catálogo e o *folder*, o proponente ainda precisará de um plano de mídia mais forte

do que era exigido no passado. Isso é o mínimo para se entrar na linha de concorrência pelos recursos privados. Algumas exposições que ocorreram neste ano tiveram um investimento maior em mídia que na própria produção da exposição!

Isso tudo é necessário porque, atualmente, há uma enorme proliferação de entidades e atividades disputando patrocínio. Evidentemente, isso é um aspecto negativo, pois o dinheiro não é suficiente para todos. Para completar esse quadro, muitas empresas estão preferindo direcionar seus recursos para a área social, em detrimento da área cultural.

Outra questão importante é procurar a chamada zona de lucro na área cultural. Exemplo disso é a globalização do MAM, que já realizou quatro exposições no exterior. Graças à

curadora-executiva do museu, que teve a idéia de internacionalização, estamos conseguindo hoje nos destacar. O MAM também sobrevive com a renda de sua loja, seus sócios (que hoje são aproximadamente mil) e a oferta de cursos. Tudo isso dá ao museu quase R\$ 1,3 milhão líquido por ano de receita, enquanto suas despesas giram em torno de R\$ 5,5 milhões por ano.

Além de todos os desafios para obter patrocínio de empresas privadas, ainda enfrentamos outras dificuldades. O próprio governo dificulta o acesso a recursos por parte de instituições que tenham o nome de uma empresa associado. Este é o caso do Itaú Cultural.

Quanto ao futuro, apesar das dificuldades, estou otimista. Vejo que nossa economia não vai fracassar no

curto prazo e isso dá ânimo para todos quererem investir e aparecer por meio da cultura. O reflexo disso será o fortalecimento do setor cultural no país. É disso que, enfim, precisamos: perspectivas, e acho que elas existem!

### **Fomentar os espaços de leitura**

*Marino Lobello*

*Vice-presidente da Câmara Brasileira do Livro*

A área editorial, especialmente no segmento de livros, tem vivido um período bastante contraditório. Nele, assistimos à queda de vendas associada a uma grande profissionalização e sofisticação do mercado. O Brasil é hoje um competente produtor de livros, seja no tocante à qualidade de autores e textos, seja nos aspectos gráficos, o que coloca nossos livros em um patamar bastante alto quando comparados com a produção mundial.

Deixando-se de lado a crise econômica e o baixo poder aquisitivo de nossa população, fatores que afetam toda a economia, nossos principais problemas são a falta de boas bibliotecas, o número pequeno de livrarias e a baixa presença do livro nos meios de comunicação. A atuação sobre esses três fatores é prioritária, pois as bibliotecas são as principais vitrines do livro e é onde se formam os novos leitores, aqueles que mais tarde irão comprar outros livros nas livrarias.

É muito importante que o livro conquiste espaço na mídia, pois a luta pela formação de novos leitores tem de ser ampla; todos os agentes de comunicação terão a ganhar com um



mercado editorial mais profissional e maduro. Com maior expectativa de vendas, as tiragens poderão subir, o que fará baixar o preço de capa dos livros, formando um verdadeiro círculo virtuoso.

O fato de sermos um país com baixa escolaridade, com graves problemas estruturais ligados à educação e à cultura, é um dos causadores dessa situação. No entanto, infelizmente, a leitura é ainda uma prática elitista. Mesmo as faixas médias da população, que teoricamente consomem outras categorias de produtos, não estão habituadas a comprar e ler livros.

Muito precisa ser feito: devemos começar pelo trinômio bibliotecas, livrarias e campanhas para leitura. O problema tem de ser enfrentado pelo governo, em parceria com editores, livreiros, autores, jornalistas e formadores de opinião. Cabe ao governo abrir bibliotecas por todo o Brasil e abastecê-las com livros variados e atualizados.

## **Educar para a arte contemporânea**

*Ricardo Ohtake*

*Presidente do Instituto Tomie Ohtake*

De todas as artes, as Artes Plásticas são as que se encontram mais desenvolvidas, graças, em parte, à globalização. Com ela, a obra de um mesmo artista pode ser vista numa exposição em Seul, Johannesburgo ou na Califórnia. Ao todo, o mundo abriga hoje 50 bienais. São megaexposições que ocorrem durante todo o tempo, em toda parte do mundo, atraindo

**Há pouca iniciativa entre os produtores culturais. Prefere-se esperar um patrocínio para a realização de seus projetos, no lugar de realizar um trabalho de planejamento e negociação de formas alternativas de realização.**

um público imenso. E esse mercado está crescendo cada vez mais. Mesmo assim, por melhor que a exposição seja, ela depende de muita promoção e incentivo.

Ao mesmo tempo em que se realizam essas megaexposições, acontecem paralelamente exposições locais de arte contemporânea. Elas são de porte mais modesto, mas nem por isso menos interessantes. O problema é que a arte contemporânea tem um público relativamente pequeno. É exatamente aí que deveria acontecer um trabalho de educação por parte dos museus, já que a arte contemporânea gerou uma ruptura muito grande no conceito de arte.

Sem essa reeducação, as pessoas continuarão a ver a arte contemporânea a partir de referenciais anteriores. Quem rompe com o preconceito consegue perceber rapidamente a revolução que essa arte provoca. Já as pessoas com perspectivas mais rígidas tendem a comparar, por exemplo, o abstracionismo com a pintura feita pelo filho em casa, sem reconhecer o valor embutido no primeiro. Infelizmente, essa falta de compreensão da arte contemporânea não é privilégio nosso, mas se verifica em todo o mundo.

Dessa forma, penso que a popularização da arte no Brasil dependa da educação que se oferece ao público.

É preciso educar para a arte. Podemos dar um exemplo desse esforço a partir do próprio Instituto Tomie Ohtake. Estamos realizando, atualmente, a exposição “Sonhando de Olhos Abertos – Dadá e Surrealismo”. Nela, as pessoas podem ter uma melhor idéia do que é arte contemporânea e sobre seu valor.

Outra questão que deve ser trabalhada diz respeito à falta de cultura e interesse das empresas em patrocinar a arte contemporânea. Muitas empresas não se interessam ou simplesmente não sabem que, ao patrocinarem um evento desses, podem deduzir um valor do Imposto de Renda, por meio das leis de incentivo fiscal. Há um desafio grande aqui, que consiste em os próprios produtores educarem os empresários. Por fim, o governo também precisa fazer a sua parte, particularmente ao agir como captador de recursos das empresas e como importante agente de fomento do setor.

## **Profissionalizar a produção cultural**

*Ary Scapin*

*Consultor da UODS-Cultura (Unidade Organizacional de Desenvolvimento Setorial) do Sebrae-SP*

Atuando com foco na capacitação e



na profissionalização dos agentes que atuam na cultura, pudemos perceber, nos últimos quatro anos, que o conceito de cultura como negócio é muito pouco explorado. Não existem estatísticas recentes sobre a economia da cultura. A última pesquisa, realizada pela Fundação João Pinheiro, data de 1998. Portanto, nosso papel concentra-se em informar, formar e incentivar o escoamento da produção dos agentes culturais.

Nosso público é composto por agentes e empresários culturais em início de carreira, que ainda não estão na mídia nem em grandes corporações. O profissionalismo restrito na área de gestão é um dos principais problemas encontrados.

Outro problema é o paternalismo. Há pouca iniciativa e pouca postura proativa. Prefere-se esperar um patrocínio para a realização de seus projetos, no lugar de realizar um trabalho de planejamento e negociação de formas alternativas de realização. A principal causa desses problemas é a falta de capacitação em gestão de negócios e gestão de projetos.

Não há também uma definição de políticas públicas culturais. As leis de incentivo à cultura são confundidas como políticas públicas e vistas como a única forma de viabilização de projetos. Entender cultura como ferramenta de desenvolvimento humano colabora para a formação do indivíduo, melhorando seu universo de atuação e seu posicionamento no mundo, mas essa não é a única forma de se atuar. Cultura, mais precisamente as artes, tem o caráter de atender às necessidades sociais de geração de

emprego e renda, melhoria da qualidade de vida e geração de bens que movimentam a economia nacional.

A resolução desses problemas está na capacitação. Formação é fundamental para novas leituras de mercado e entendimento das necessidades do público-alvo. Por esse motivo, buscamos oferecer atendimento a esse público. Seguimos um modelo que tem, como base, um tripé formado por informação, formação e mercado.

Com base nesse modelo, levantamos informações disponíveis no mercado e geramos novas informações por meio de pesquisas, debates, mesas-redondas e consultorias especializadas, além de capacitarmos o agente cultural por meio de cursos. Por fim, colaboramos para a criação de um ambiente favorável para o escoamento da produção cultural por meio de feiras (nacionais e internacionais), rodadas de negócios e promoções.

Felizmente, a área cultural está cada vez mais em evidência. Alguns exemplos são a presença crescente da música brasileira no exterior, o crescimento da produção cinematográfica e a consolidação do público teatral. Os negócios da cultura estão em constante crescimento e, segundo pesquisa recente da consultoria PriceWaterhouseCoopers, a indústria cultural crescerá mais que a economia mundial nos próximos quatro anos. Podemos esperar que o crescimento vá tornar o quadro muito favorável aos agentes do setor.

---

**Françoise Terzian**  
 Jornalista  
 E-mail: francoiseterzian@uol.com.br