

PROCULTURA E A GESTÃO CULTURAL
(Revista Marketing Cultural – março / 2010)

Marcelo Conti

Tratar da Legislação, e conviver com ela, não é tarefa fácil em qualquer país do mundo, e quando falamos em Brasil a dificuldade potencializa. Saber adequar soluções a necessidades, e fazê-las chegar ao conhecimento da sociedade para que possam usá-las corretamente torna-se um desafio para um país continente como o nosso, com diferenças importantes tanto no social quanto nos costumes e políticas regionais, dentre outras.

Considerando que o aperfeiçoamento e a atualização nos leva ao destino de ganharmos em qualidade e quantidade, o Procultura recentemente entregue ao Congresso poderá, a meu ver, ser o ponto de partida para uma nova fase na vida Cultural brasileira. A proposta enviada pelo Governo Federal, através do MinC – Ministério da Cultura – pode não atender aos anseios de todo o segmento cultural, porém leva consigo a intenção de melhorar tópicos que a Lei Rouanet não atendia ou, se atendia o fazia de forma defasada.

Há, no entanto, um ponto importante a ser considerado por nós, gestores culturais, que, aproveitando este momento de mudanças e de novos esclarecimentos, deverá ser incluído nas agendas tanto dos órgãos oficiais quanto de outros, públicos e privados: o fato de que existe a necessidade de se trabalhar para que as partes envolvidas com esses mecanismos tomem conhecimento da Legislação e de suas alterações, porém de uma forma minuciosa de utilização, conhecendo seu custo benefício enfim (e quando falo em custo benefício, considero não somente o financeiro, mas principalmente o social).

Se, por exemplo, temos um quadro de concentração em determinados segmentos, ou se há concentração regional dos incentivos, e ainda, se o interesse do patrocinador limita-se a fomentar uma pequena parte de nossos artistas, limitamos ou excluímos não somente a possibilidade de efetivarmos novos e excelentes eventos culturais, como também deixamos de lado a possibilidade de desenvolver conhecimentos em potenciais parceiros que só conhecem a Lei através da leitura superficial das matérias dos jornais, ou de ouvir no rádio ou na televisão: não existe incentivo que induza estes potenciais patrocinadores / colaboradores a esmiuçar a Legislação, motivando seu interesse em também participar do processo. Todos ganharão (repito, que o ganho será em todos os sentidos) quanto mais participantes estiverem ativos e motivados.

É natural que o desconhecido seja risco e, portanto, um caminho que não será percorrido. Pensemos no Brasil, na quantidade de potenciais patrocinadores ou, como queiram pessoas jurídicas e físicas capazes de fomentar nossa Cultura. Pois basta dar-lhes condições e informações, e teremos aí um novo e imenso grupo. Lidar com Leis não é fácil, já citei. Porém, junto com a Legislação deve caminhar a informação, a divulgação, pois somente assim

mudaremos também a conscientização, o costume, a cultura do ponto de vista do comportamento. Não fiquemos apenas esperando que a Lei chegue; os tempos mudaram, e é necessário que também mudemos.

O Procultura será uma realidade em breve. Trabalhem, pois, para juntamente com o Governo mudar para melhor o quadro da Cultura brasileira. Somente assim estaremos mudando também o conhecimento, o pensamento, e a conduta da sociedade. É nosso dever, como brasileiros.