

Festival pode ser adiado mais uma vez

MARIA DO ROSARIO
CAETANO
Editoria de Cultura

"Se a Fundação Cultural resolver adiar o Festival de Brasília do Cinema Brasileiro em uma semana, o ParkShopping não colocará nenhuma objecção. Será até bom porque não haverá choque com a Feira do Livro, fato que está causando desgaste nos meios culturais. O adiamento só não pode incidir sobre o mês de novembro, pois suas quatro semanas estão ocupadas com atividades já programadas pelo Departamento de Marketing do shopping".

Esta opinião, expressa por Chico Maia, da Apoio, agência produtora de congressos que dá suporte ao Festival, está em estudos. Se ela for aprovada, o XXI Festival de Brasília do Cinema Brasileiro acontecerá de 26 de outubro (uma quarta-feira) a primeiro de novembro (uma terça).

"A última semana de outubro", assegura Maia, "está disponível na agenda do ParkShopping. Se, porém, permanecer a data atual (de 20 a 26 de outubro), tudo acontecerá normalmente, pois o ParkShopping está cuidando, detalhe por detalhe, de todos seus compromissos, ou seja, da cessão de quatro

salas para sessões cinematográficas, das salas de apoio para imprensa e seminários e da mídia".

Quando o novo governador, Joaquim Roriz, assinar o termo final de acordo com o ParkShopping, esta empresa colocará na rua seu poderoso esquema de marketing: 180 outdoors, milhares de cartazes, anúncios no rádio, na televisão e nos jornais.

Nos bastidores, comentase que "o ParkShopping só colocará esta mídia pesada (inclusive os dois, enormes Candangos que, a exemplo do Colosso de Rodes, servirão como portal de entrada de suas dependências) nas ruas, quando tudo estiver certo e definitivo". Afinal, raciocinam os parceiros da Fundação Cultural, "nós elaboramos a maquiagem do Festival, ou seja, montamos um sofisticado plano de marketing e só vamos lançá-lo a público se o Festival for para valer".

— E o que é um festival para valer?

Na concepção dos novos parceiros da Fundação Cultural é "um festival capaz de reconhecer que, para ter êxito no ParkShopping, precisa de roupagem nova, de realce de altíssima competência".

Trocando em miúdos: "O

ParkShopping não pode comprometer sua imagem com uma mostra de filmes sem o marketing necessário para promovê-la. Por isto, precisa de sinal verde para colocar, nas ruas, nos meios de comunicação de massa e em suas dependências todo o aparato publicitário que preparou".

ORÇAMENTO

Tradicionalmente, o Festival de Brasília do Cinema Brasileiro foi bancado com recursos da Fundação Cultural captados junto ao Banco do Brasil e Caixa Econômica. A estas duas fontes agregaram-se, em determinados momentos, a Petrobrás e o Banco de Brasília. Portanto, instituições ligadas ao Estado sempre cobriram os gastos maiores do evento.

Com a aliança com o ParkShopping, esboçou-se um quadro novo: a iniciativa privada investiria pesado no Festival. Com a demora na definição do nome do novo governador e o adiamento do Festival (pelo cronograma inicial, o evento estaria começando hoje, quarta, 5 de outubro), as parcerias com a iniciativa privada se tornaram difíceis. O Banco do Brasil, o mais fiel parceiro do Festival, não aprovou as duas cotas solicitadas à sua Área de Promoção, argumentando que investiu