

Incentivo e mecenato

A Câmara Legislativa aprovou nesta segunda-feira uma série de emendas ao projeto de lei do Executivo que cria o Pólo de Cinema e Vídeo do Distrito Federal. Lamentavelmente, o provincialismo clientelista prevaleceu sobre o rigor e o espírito público na administração de recursos escassos. O resultado foi a aprovação de uma emenda que reserva recursos para atender prioritariamente à finalização de filmes e vídeos já iniciados, de autoria de realizadores do Distrito Federal e de outra que determina que no mínimo 10% dos recursos destinados a filmes e vídeos sejam aplicados em projetos não considerados de caráter comercial.

As duas medidas, além de uma terceira proposição sugerindo a aplicação de recursos do ICMS no apoio à produção cultural, foram objeto de um editorial publicado pelo *Jornal de Brasília* em sua edição de sábado último. Foi um texto contundente, que ganha nova atualidade com a aprovação das emendas. Não é o caso, entretanto, de repeti-lo ou mesmo de polemizar com pessoas que preferem atribuir intenções escusas às críticas a encarar a verdade que encerram. Este jornal não se presta a ventriloquismos — permita o leitor o neologismo.

O *Jornal de Brasília* é favorável à implementação de uma política cultural no Distrito Federal e participa de iniciativas destinadas a enriquecer a vida artística da cidade. Isto não significa

solidarizar-se com propostas que visem ao estabelecimento de "reservas de mercado" ou à aplicação de verbas públicas em projetos inviáveis ou que dificilmente ultrapassam o horizonte criativo de seus realizadores.

Não há de ser investindo recursos públicos tão necessários a obras e projetos (inclusive de natureza cultural) que contribuam para elevar parcelas da população de condições subumanas a níveis mí nimos de cidadania em projetos que se inviabilizaram ou que provavelmente serão rejeitados pelo público, que se chegará a contar com um pólo de produção cultural no DF. A própria distinção entre "produção comercial" e "não-comercial" é tão equivocada quanto antiga. Raros são os casos de artistas, especialmente no complexo e caro mundo do cinema e do vídeo, que produziram obras relevantes com a intenção de que não fossem comerciais. O objetivo normal é o de obter um sucesso de mercado, ainda que este sucesso seja restrito a uma parcela do público. Trata-se do fenômeno da segmentação, para usar a palavra da moda em marketing. É equivocado filosoficamente e condenável moralmente destinar recursos públicos para projetos limitados com poucas chances de pelo menos recuperar o montante aplicado. O incentivo à produção artística a fundo perdido não é política cultural, é mecenato. E o Estado não é mecenas.