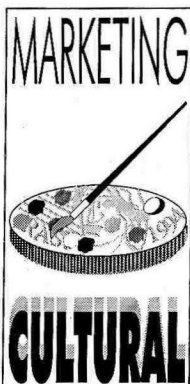


# Empresários do cimento não constroem Cultura

Apenas o Prêmio Luiz Estevão é exceção: demais empreiteiros atuam de forma meramente eventual e amadora e acabam não vislumbrando o possível retorno promocional

GERALDINHO VIEIRA  
EDITOR DO CADERNO 2



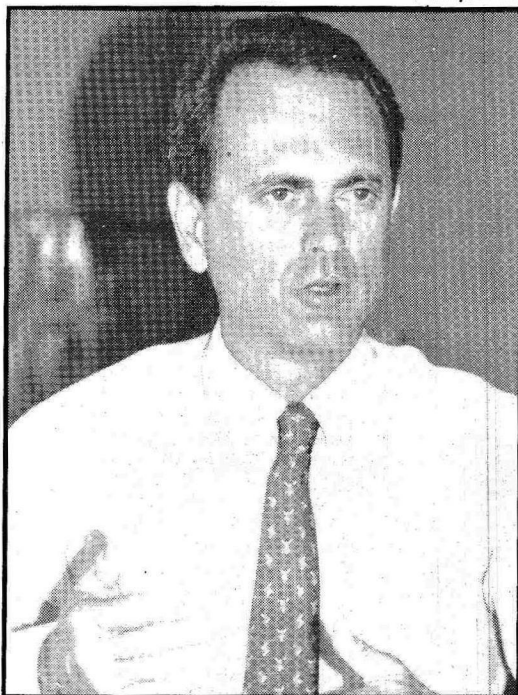
Sempre se alimentou um mito: quando se fala em patrocínio para projetos culturais em Brasília, os nomes da construção civil repetem-se quase como um mantra nas listas feitas pe-

los produtores para "incentivadores potenciais". Pura ilusão. À exceção do empresário e hoje deputado Luiz Estevão, que há três anos inaugurou seu prêmio anual às artes, os demais empresários da área não investem ou o fazem de maneira absolutamente amadora.

Este é o caso, por exemplo, de Wigberto Tartuce (hoje deputado federal). Proprietário da Rádio Atividade, com programação exclusivamente voltada para o universo sertanejo ou brega-chique, é amigo de músicos, duplas caipiras e incentivador eventual de iniciantes. Ajuda a gravar discos, apresenta talentos ainda incubados a nomes já consagrados, algumas vezes presenteia com instrumentos, mas confessa: "Preciso me organizar com profissionais competentes na área do marketing cultural, até porque de pequena em pequena ajuda acabo gastando sem obter qualquer retorno. Preciso saber o que patrocinar, como patrocinar e de que forma associar minhas empresas ao retorno promocional possível. É trabalho que precisa ser direcionado de forma inteligente". Mesmo sendo um empreendedor da construção civil, Wigberto não tem interesse, por exemplo, em participar das reformas necessárias ao Teatro Nacional: "Ao Teatro comparecem pessoas da elite, eu preferiria investir em espaços em Taguatinga ou Samambaia, não por demagogia, mas sim porque este é meu universo, meu sentimento quanto às artes é ligado a cultura popular".

**Decepção** — O ex-deputado

Sheyla Leal



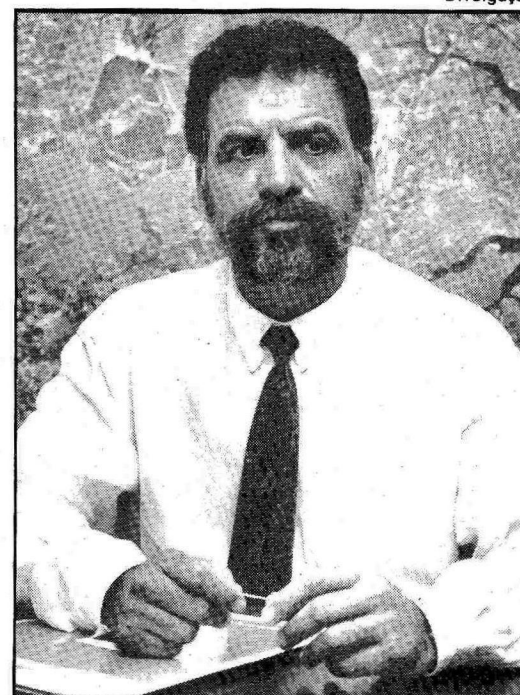
Paulo Octavio: "Produtores não sabem dar retorno"

Francisco Stuckert



Wigberto: "Necessito profissionais de marketing"

Divulgação



Marcus Vinicius, da Encol: pensando no assunto

Paulo Octavio, irmão da ex-produtora Cláudia Pereira, diz só ter decepções quanto ao incentivo de eventos artísticos: "Não há retorno nenhum. Não há preocupação dos produtores e dos artistas em divulgar o nome do patrocinador".

Segundo Paulo Octavio, suas empresas investiram em 1994 algo em torno de R\$ 300 mil em apoio a grupos e eventos — ele diz ter uma lista com 82 eventos apoiados, mas não os cita —, mas sem qualquer retorno, a não ser quando apoiou a vinda do espetáculo *Não Saia da Raia*: "Só a atriz Cláudia Raia preocupou-se em dar entrevistas à frente de placa com o nome de nossa empresa. Seu senso de profissionalismo me impressionou".

Paulo Octavio prefere agora investir em projetos de educação popular, sobretudo direcionados aos operários de suas construções, mas mantém um interesse na área cultural: hospedar os convidados do Festival de Cinema.

**Alienação** — Diretor-superintendente da Encol, Marcos Vinicius Viana diz que "as empresas desconhecem as oportunidades na área. O pessoal reclama da falta de incentivo, mas as empresas não sabem como investir porque não recebem com clareza uma proposta que inclua retorno palpável. Os eventos culturais que acontecem na cidade não são do conhecimento das empresas".

Só agora a Encol vai começar a fazer o óbvio, até porque não há nada mais equivocado do que esperar dos produtores que façam os projetos que interessam às empresas se estas quiserem atuar de forma contínua. Já a partir do próximo mês a Encol pretende realizar shows e exposições no edifício Embassey Tower (em frente ao Parque da Cidade) onde está sediada a Encol-DF.

Mais ainda: o departamento de marketing da Encol, dirigido por Gina Queiroz, está debruçando-se sobre um projeto que pretende levar música ao ar livre às cidades-satélites e Plano Piloto, como forma de "incentivo aos grupos locais".

## R\$ 120 mil em prêmios e promoção

Arquivo

O Prêmio Luiz Estevão de Cultura é o único evento de reconhecimento e apoio às artes produzidas em Brasília com patrocínio de empresário do setor da construção civil. Com custo anual da ordem de R\$ 120 mil, entre premiações, divulgação e gastos com a festa anual na Sala Villa-Lobos do Teatro Nacional, o prêmio nasceu "para sistematizar o apoio à Cultura que há anos o Grupo OK vinha desenvolvendo de forma eventual, e pela constatação da existência de uma lacuna de reconhecimento dos talentos da cidade".

Luiz Estevão não pensa em criar também um concurso de estímulo financeiro a montagens. "O Prêmio de Cultura atende a dez áreas — diz o empresário — e se quiséssemos promover algo do tipo 'auxílio montagem' teríamos dificuldades em estabelecer a área de investimento. Por que as artes plásticas e não a música? Por que o teatro e não a dança?".

Neste sentido o empresário diz-se frustrado: "Quando estabelecemos o prêmio, pensamos que outros empresários fossem despertar para esta outra ponta de incentivo, mas nada aconteceu. A cultura do empresário envolvido com a produção de arte ainda não chegou a Brasília".

**Reformas** — A pergunta é inevitável: o



Estevão não pretende criar "auxílio montagem"

empresário da construção civil não pretende se envolver com as urgentes reformas de espaços culturais caindo aos pedaços? Luiz Estevão denuncia: "Não só o empresário, mas também o político quer ver os espaços culturais em bom estado. Apresentei emendas à proposta orçamentária para a conclusão das obras da 508 Sul e para reformas no Teatro Nacional, mas para minha surpresa as emendas foram rejeitadas na Câmara". E o empresário? "Gostaria de fazer parte de um grupo de empresários para discutir o assunto, mas não quero liderar este movimento. Acredito que isso deva partir do próprio governo", sugere Luiz Estevão. (G.V.)

### O RETORNO

O empresário Luiz Estevão diz não ter uma noção matemática do retorno publicitário ou institucional do Prêmio de Cultura: "A cobertura jornalística é basicamente da noite de premiação, o que não chega a ser um retorno vultoso em termos de centimetragem de jornal, por exemplo. Mas o maior retorno transcende a divulgação. Tenho plena certeza de que a Cultura só obtém sua expressão maior quando em parceria com o governo ou com grupos de iniciativa privada, e que o desenvolvimento econômico é responsável pela geração de empregos, por ações sociais e pela efetivação da Cultura como prioridade".

Antônio Cunha



O Prêmio da Cultura: badalação na Villa-Lobos