

O NOVO POTE DE DINHEIRO

ECONOMIA DA CULTURA O BNDES cria um modelo alternativo às leis de incentivo

POR ANA PAULA SOUSA

Os pedreiros ainda não levantaram acampamento e falta estrutura aos estúdios. Mas o primeiro pólo de produção audiovisual de São Paulo, que funciona de maneira improvisada, na Vila Leopoldina, zona oeste da cidade, torna palpável uma expressão em voga: economia da cultura.

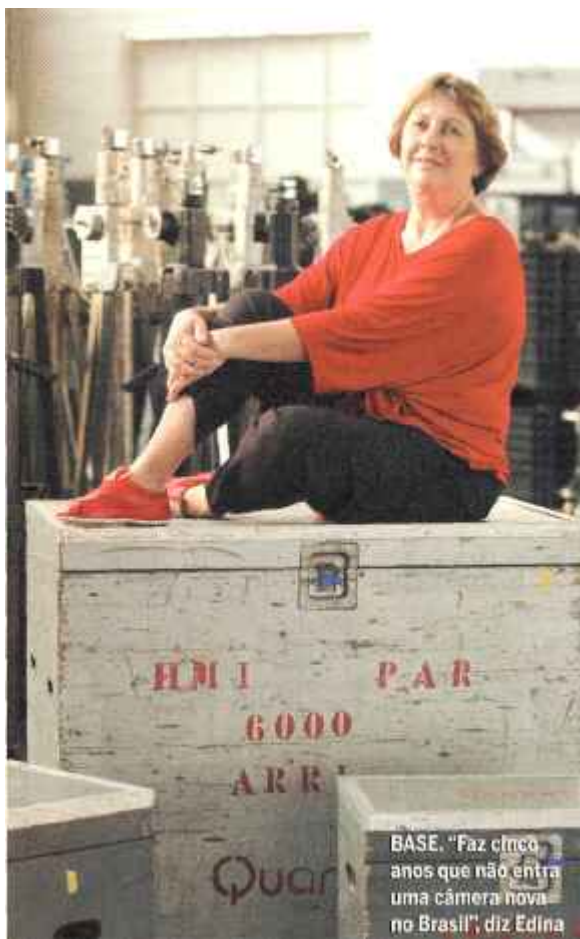
Na área de 13 mil metros quadrados, move-se uma engrenagem que, para quem vê o filme pronto na tela, passa totalmente despercebida. Marceneiros, costureiros, *chefs* de cozinha especializados em cinema (*catering*), guas enormes, refletores de até 18 mil watts e técnicos com passos apressados são reveladores do minixército invisível, que põe imagens em movimento.

Sintomático que seja a nova sede da Quanta, empresa que há quase 30 anos fornece iluminação para o mercado audiovisual, o primeiro projeto beneficiado pelo Programa de Apoio à Cadeia Produtiva do Audiovisual (Procult), criado no ano passado.

Lançado pelo novo Departamento de Economia da Cultura do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), o Procult pretende desamarrar par-

te do setor das leis de incentivo, baseadas na renúncia fiscal. Ao oferecer empréstimos bancários a juros baixos no lugar de dinheiro a fundo perdido, o programa abre uma fresta pela qual é possível enxergar a silhueta da sempre apreçoada indústria do audiovisual.

"Sempre houve muita desconfiança em relação a financiamentos reembolsáveis", diz Sérgio Sá Leitão, assessor da presidência do BNDES. "Mas a percepção que nós temos é de que havia demanda para esse

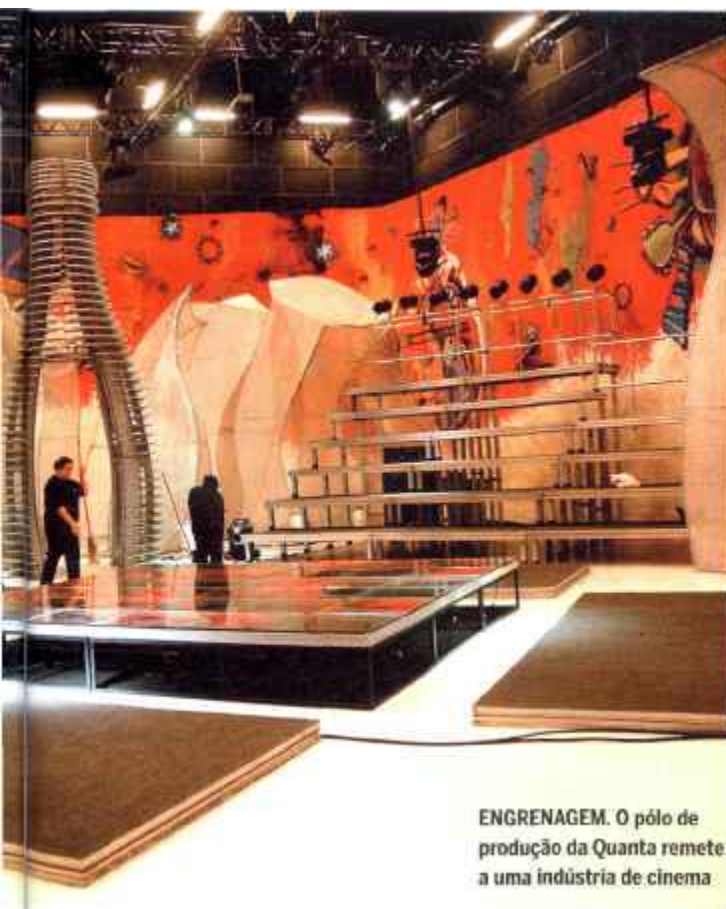


tipo de empréstimo. O que não havia era uma linha de financiamento adequada. Resolvemos criar um estímulo para as empresas começarem a migrar do cenário de incentivo para o financiamento."

Se haverá mesmo a migração é cedo para dizer. Mas é com o dinheiro do Procult que o pólo paulistano, voltado à produção independente, será posto em pleno funcionamento. Edina Fuji, gerente geral da Quanta, batera antes às portas do BNDES. Mas saiu cabisbaixa de lá. "Eles disseram que o valor que pedíamos era muito baixo e que esse não era o foco do banco. Fomos procurar bancos privados, mas aí os juros eram inviáveis", relata.

Luciane Bacelar, chefe do Departamento de Economia da Cultura do BNDES, admite que os negócios do cinema, de fato, passavam ao largo das linhas de financiamento do banco. "Para setores baseados em artigos intangíveis não era possível oferecer as garantias que o banco exige em outros casos, como hipoteca de imóveis ou equipamentos", diz Luciane. "Por isso, mesmo quem tentava empréstimos não conseguia."

Antes, o audiovisual tinha de se acomodar sob o genérico guarda-chuva de Comércio, Serviço e Turismo. Outra dificuldade era o patamar das operações. Se 10 milhões de reais são migalha para



ENGRENAGEM. O pólo de produção da Quanta remete a uma indústria de cinema

uma grande indústria, o mesmo não se pode dizer de algumas pontas desse setor, como o da distribuição de filmes. "Reduzimos o patamar mínimo para 1 milhão de reais", anota Luciane. Juros de 6,5% ao ano e vantagens na avaliação de risco são outras das facilidades.

De acordo com Leitão, existem 20 operações em análise, três das quais praticamente aprovadas. Por enquanto, o interesse tem se concentrado entre os donos de salas de cinema, empresas de infraestrutura, como a Quanta, e grandes produtoras cujo principal negócio é a publicidade.

"No setor da distribuição, não tivemos uma procura sequer razoável. Mas temos uma reunião marcada com eles para apresentar e explicar o programa", diz Leitão. "As empresas pequenas e médias ainda tendem a ver o BNDES como algo inatingível. Além disso, existe a cultura da dependência do dinheiro incentivado, que não implica risco algum. Para pegar empréstimo, você tem de confiar no negócio, no retorno do investimento."

Por isso mesmo, não é tão simples a matemática do Procult. Se para um grupo como a Quanta o empréstimo de 7 milhões de reais é garantia de conclusão de um negócio de retorno certo, o mesmo não se pode dizer de um distribuidor que traba-

se já houvesse Procult as coisas teriam sido mais fáceis. "Num empreendimento desses, de construção de salas, é possível fazer projeções. Pegamos empréstimos, mas não damos conta de pagar os juros dos bancos tradicionais", diz Bernardini.

Não por acaso, dois projetos de construção de salas de cinema estão prestes a ser aprovados pelo BNDES. Em um país no qual 90% dos municípios não possuem salas de exibição, o Procult tem cara de luz no fim do túnel. "Há muito tempo esperamos por isso", diz Paulo Celso Lui, dono de uma rede de médio porte no interior de São Paulo. "O que me deixa um pouco desconfiado é que, até agora, não fomos informados sobre esse programa. Sempre parece que as coisas são feitas só para os grandes grupos aproveitarem."

Luciane, do BNDES, argumenta tratar-se de uma novidade e que o banco está apenas no

início do trabalho de esclarecimento. "O programa está no momento de divulgação e também de acomodação." As grandes empresas, por sua vez, estão alvoroçadas.

Jean-Thomas Bernardini, proprietário de salas de cinema em São Paulo, o Reserva Cultural, e da distribuidora Imovision, dedicada, sobretudo, a títulos de arte, ainda não está totalmente inteirado do Procult, mas faz algumas ponderações. "A compra de um filme de um cineasta estreatante, por exemplo, é sempre um risco. A distribuição é um segmento complicado porque é imprevisível", pontua.

No caso do Reserva Cultural, porém,

o grupo Academia, que congrega uma bem-sucedida produtora de publicidade, uma empresa de projetos culturais e uma produtora de conteúdo (que está fazendo a minissérie Pedra do Reino, para a Globo), já levou um projeto ao banco.

O grupo pleiteia um empréstimo para construir a nova sede, em uma antiga fábrica de 12 mil metros quadrados também na Vila Leopoldina. O plano inclui 9,5 milhões de reais para a transformação do espaço em estúdios, 10 milhões de reais para a compra de equipamentos e mais 3 milhões de reais para o departamento de pós-produção.

Seria esse mesmo o sentido do Procult? "Sendo uma empresa de publicidade que tenha projetos para a produção de conteúdo, de filmes, inclui-se no programa", referenda Luciane, sem citar a empresa. Paulo Schmidt, sócio-diretor da Academia, argumenta que, por amarrar diversas pontas da atividade audiovisual, o grupo contribui, sim, para a formação de uma indústria.

"A gente quer fazer cinema como negócio e acho que nos incluímos no perfil do BNDES. Estaremos preparados

para gerar conteúdo para todas as novas mídias", diz Schmidt. O Procult, para ele, é uma indicação de que houve uma mudança na visão do governo. "Começaram a olhar as grandes produtoras como parte do negócio do cinema e a compreender que elas contribuem para a formação dessa indústria. O que a gente busca é constituir um nicho que sobreviva sem a lei de incentivo."

Hoje, a publicidade responde por 80% do faturamento do grupo. "Mas isso será invertido nos próximos anos, até porque a comunicação das empresas está mudando. Para determinadas empresas, pode ser

Pela primeira vez, são oferecidos empréstimos a juros baixos para ações culturais



DÚVIDAS. "Na compra de filmes o risco é grande", diz Bernardini

mais interessante criar um canal digital do que anunciar na tevê aberta. É claro que o comercial de 30 segundos vai continuar existindo, mas a verba da comunicação tradicional vai ser focada na produção de conteúdo", aposta Schmidt. "E também não se pode esquecer que é a publicidade que proporciona a infraestrutura do audiovisual."

Volta-se assim ao pólo da Quanta, espécie de condomínio em que todos os serviços são encontrados. Maquinário (oferecido pela Motion), luz (a própria Quanta), suprimentos (Kodak), marcenaria, jardinagem e costureiros podem custar mais barato se oferecidos num único lugar. E foi a publicidade que garantiu o pão de cada dia da empresa, conhecida também pelo permanente apoio aos curtas-metragens e aos filmes de baixo orçamento.

"A infra-estrutura do audiovisual nunca era vista nas discussões sobre cinema", diz Edina Fuji. A briga para que o setor conseguisse um tratamento diferenciado teve início em 2000, à época em que a política cinematográfica brasileira colheu os cacos da Embrafilme e começou a ser reconstruída. "Queríamos fazer as autoridades entenderem que a infra-estrutura era diferente da produção. Uma produtora não precisa ter equipamentos. Ela precisa ter projetos e talentos."

Trocando em miúdos, a infra-estrutura inclui câmeras, gruas, som e finalização. "Em qualquer segmento da indústria, o governo tem de olhar para a base. Por que no cinema seria diferente? Mas sempre se falava apenas de problemas na distribuição, da cota de tela, de produtor atrás de dinheiro para fazer o filme. Não adianta ter a meta de fazer cem filmes por ano e não ter equipamento", provoca Edina. "Você sabia que faz cinco anos que não entra uma câmera nova no Brasil? Quer dizer, o que entra é contrabandeado."



NEGÓCIO. Diler, produtor dos filmes da Xuxa, vai pedir financiamento

Para Ana Carla Fonseca Reis, autora do livro *Economia da Cultura e Desenvolvimento Sustentável* (Editora Manole), ainda falta ao Brasil a consciência do funcionamento da cadeia produtiva, fundamental para a compreensão da cultura como atividade geradora de empregos, divisas e identidade.

"Ao restituir à cultura seu valor econômico, a economia da cultura lhe garante um lugar de peso na mesa de negociações multilaterais, nos debates sobre alocação de orçamentos públicos e promove o envolvimento do setor corporativo nas questões culturais, não apenas como marketing cultural ou responsabilidade social", avalia Ana Carla.

O secretário do Audiovisual, Orlando Senna, crê que, aos poucos, interesses públicos e privados começam a aproximar-se. "Alguns empresários do audiovisual, representados principalmente pelas empresas de publicidade, estão se

aproximando do cinema e das manifestações culturais. Esses produtores sempre defenderam a criação de mecanismos que não se restringissem aos incentivos fiscais."

Será que, no setor da produção de filmes, tão acostumado ao dinheiro das leis de renúncia fiscal, que permitem o patrocínio sem que ninguém ponha a mão diretamente no bolso, vão mesmo saltar de uma canoa para a outra?

"Ao abrir essa linha, colocamos a possibilidade na pauta. Daí a mudar o hábito dos produtores ainda há uma distância", admite Leitão. "Produtores que trabalham com filmes ditos de público já recorreram a empréstimos em bancos tradicionais. Agora, é natural que pas-

"Ainda é forte a dependência do Estado", diz Leitão

Diler Trindade, produtor dos filmes de Xuxa e Renato Aragão, garante que fará isso. "Para filmes desse tipo as leis de incentivo são muito limitadas. Tanto é assim que sempre recorro a empréstimos tradicionais", diz.

Walkiria Barbosa, da Total Filmes, produtora de sucessos de bilheteria como *Se Eu Fosse Você* e *Sexo, Amor & Traição*, faz coro com Trindade. "Batalhá-vamos há muito tempo por isso. Para os próximos projetos, certamente vamos nos utilizar do programa do BNDES."

Feito o teste no audiovisual, o BNDES pretende estender o programa a outras áreas da cultura. "Estamos estudando a cadeia produtiva da música para ver o que pode ser utilizado como garantia para os empréstimos. Também vamos fazer a análise do mercado editorial", diz Luciane Bacelar.

Imprescindível para o desenvolvimento de certas atividades culturais, menos afeitas ao mercado, as leis de incentivo parecem, enfim, ganhar um complemento viável. •



PARA TODOS. O mercado editorial também será beneficiado