POR CAMILA PERILLO

INVESTIMENTOS QUE SOBEM AO PALCO

O novo papel do incentivo à arte e cultura nas empresas

Seja com o intuito de oferecer à população local maior acesso à arte e à cultura, ou de incentivar o desenvolvimento sócio-cultural da região, as ações voltadas a programas de responsabilidade social, mais do que facilitadores às renúncias fiscais, já se configuram como importantes ações nas gestões responsáveis e passam a fazer parte da pauta das empresas que, com metas e planejamentos específicos, direcionam seus trabalhos e recursos a projetos como estes.

Com um enfoque muito mais abrangente, atualmente as ações sócio-responsáveis voltadas à arte e á cultura representam uma maior aproximação das corporações com seus públicos, o que gera um efetivo reconhecimento e fortalecimento de marca, além de funcionarem ainda como grandes facilitadores ao desenvolvimento econômico local e sua conseqüente sustentabilidade.

Cenário Cultural

É através de leis específicas voltadas ao incentivo e parcerias com instituições e lideranças partidárias dos municípios que as empresas difundem a arte. Este tipo de iniciativa aproxima e melhora o relacionamento das empresas com as comunidades onde estão situadas. É o caso da Companhia de Gás

Os números da cultura

Vista por muitos órgãos e, principalmente, pelo governo como geradora de trabalho e renda, as atividades culturais já figuram como ações respeitadas e movimentam números consideráveis na economia do País.

Uma pesquisa realizada pelo British Council pra a Unesco concluiu que os números do mercado do entretenimento saltaram nos últimos anos e a participação da cultura nas exportações mundiais cresceu de 3,8%, em 1990, para cerca de 6%, no ano de 2000. As expectativas para 2008, conforme projeção feita pela PricewaterhouseCoopers, é de que o mercado cultural aqueça ainda mais estes percentuais, atingindo um faturamento de cerca de US$ 1,8 trilhão.

No Brasil os números também são animadores. A indústria das artes e cultura cresce anualmente cerca de 20%, tem representatividade no Produto Interno Bruto (PIB) do País e funciona como fonte de renda, já que gera empregos em diversos segmentos. A força dos incentivos fiscais reforça essa máxima. Só via Lei Rouanet, conforme pesquisa feita em 2007, o mercado cultural já foi beneficiado com cerca de R$ 900 milhões.

de São Paulo (Comgás), que apoia e investe em ações de responsabilidade social em diversos segmentos. "O principal benefício de projetos de incentivo é possibilitar um maior relacionamento com as comunidades em que atuamos e, através do conhecimento, levantar quais as melhores maneiras de incentivar a sustentabilidade naqueles locais", aponta a gerente de comunicação da Comgás, Bruna Milet.

Através do Fundo Comgás de Patrocínio Sociocultural, a empresa expandiu seus recursos voltados a projetos artísticos e culturais e chegou a 177 cidades, localizadas em sua área de concessão. Com um alcance mais abrangente, que não fica restrito somente às grandes capitais, o Fundo deu prioridade de patrocínio aos trabalhos realizados e apresentados por artistas do Vale do Paraíba; Baixada Santista; região metropolitana de São Paulo e centros administrativos da cidade de Campinas, todos com valores de, no mínimo, R$ 50 mil, o que, na opinião de Bruna, é o grande diferencial do programa.

O Fundo abriu espaço também para artistas atuantes nas áreas de música erudita ou instrumental; obras cinematográficas e videofonográficas - especialmente os de média metragem - exposições de artes visuais, além de produtores de livros de valor artístico, literário ou humanístico.

De dentro de casa para o resto do País

Entre os trabalhos apoiados pela iniciativa, o destaque fica por conta dos que envolvem a preservação do acervo audiovisual e patrimônio cultural. Prática esta que, aliás, a Comgás acredita e coloca em prática "dentro de casa", como é o caso da restauração de sua sede histórica, localizada no bairro do Brás, em São Paulo. "Estamos devolvendo este patrimônio para a cidade. Acreditamos em uma política que vá de dentro para fora", acrescenta Bruna. O Complexo do Gasômetro foi restaurado de acordo com o conceito de edifício autosustentável e teve em seu projeto a proposta de preservação do patrimônio histórico e cultural da cidade.

Burocracia

Os programas de responsabilidade social pensados pelas empresas e instituições visam atingir públicos diferenciados e, após a determinação de seus focos de atuação, ganham força quando contam também com os interesses partidários dos municípios. Definidos se os recursos serão aplicados em cultura, educação ou esportes, por exemplo, o problema fica por conta da efetiva realização das atividades e direcionamento das verbas já que, no momento de colocar suas ações em prática, muitas empresas esbarram no muro da burocracia.

DIVULGAÇÃO

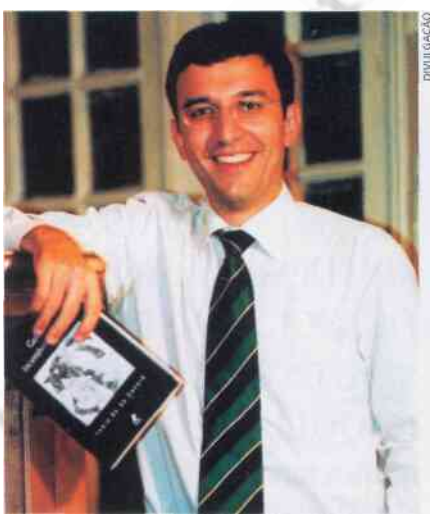
> “O PRINCIPAL BENEFÍCIO DE PROJETOS DE INCENTIVO É POSSIBILITAR UM MAIOR RELACIONAMENTO COM AS COMUNIDADES EM QUE ATUAMOS E, ATRAVÉS DO CONHECIMENTO, LEVANTAR QUAIS AS MELHORES MANEIRAS DE INCENTIVAR A SUSTENTABILIDADE NAQUELES LOCAIS”
>
> **BRUNA MILET,** GERENTE DE COMUNICAÇÃO DA COMGÁS

Driblar essa barreira não é fácil e algumas empresas chegam a engavetar os projetos por falta de acordo e dificuldades na implantação. Com experiência de 13 anos no mercado, a Cesnik, Quintino e Salinas Advogados é um escritório especializado em prestar suporte e orientação às empresas que investem e incentivam ações de responsabilidade social. E é sobre a batuta de Fábio de Sá Cesnik que os incentivos voltados à arte e cultura ganham representatividade.

Autor do livro "Guia do Incentivo à Cultura", lançado pela Editora Manole e Instituto Pensarte, Cesnik orienta empresas socialmente responsáveis, viabilizando projetos que devem atender às leis federais, estaduais ou municipais e percorrer alguns caminhos antes de suas totais efetivações. O especialista afirma na publicação que, aprovadas, a Lei Federal de Incentivo à Cultura (Lei Rouanet), a Lei do Audiovisual, a Lei do ICMS de São Paulo, entre outros mecanismos, são as grandes portas de entrada que estimulam e propiciam os incentivos culturais. Porém, ainda são muitos os pré-requisitos e trâmites legais até suas concessões. O guia esclarece ainda, com exemplos práticos de aplicações das leis de incentivo, alguns processos legais para obtenção de benefícios fiscais e direciona empresas interessadas, além de fazer sugestões a artistas, no que diz respeito à captação de recursos.

Fonte: Fábio de Sá Cesnik

"As leis de incentivo têm impulsionado as atividades culturais no Brasil. A burocracia ainda é grande para quem nada conhece, mas a tendência, com a prática, é se tornar simples aos poucos. Não tem segredo", explica Cesnik, que acredita que, com métodos mais práticos e eficientes, a burocracia aos poucos deixará de ser a pedra no caminho de quem incentiva.



> VIVEMOS UM MOMENTO EM QUE OS INCENTIVOS ÀS CAUSAS DE ÂMBITO SOCIAL SÃO FUNDAMENTAIS"
>
> **FÁBIO DE SÁ CESNIK,** ADVOGADO E AUTOR DO "GUIA DO INCENTIVO À CULTURA"

Compromisso

As práticas socialmente responsáveis também são portas abertas para fidelização de marcas e aproximação de clientes, parceiros e fornecedores. Sem dúvida, mais do que atividades de entretenimento, as ações culturais já têm seu peso e relevância no cenário econômico mundial (vide zoom). Além disso, geram maior respeito juntos aos funcionários, fornecedores e parceiros, na opinião de Bruna Milet, que acompanha de perto a avaliação dos projetos.

Cesnik vai além e lembra da importância que os investimentos culturais refletem nas empresas. "A responsabilidade social é um dos itens fundamentais no momento de decidir por um fornecedor, por exemplo. Vivemos um momento em que os incentivos às causas de âmbito social são fundamentais. Empresas socialmente comprometidas saem na frente", pontua o advogado. C©N

Fonte: Carreira & Negocios, ano 2, n. 2, p. 74-76, 2008.