

Censo Gife revela, pela primeira vez, o comportamento do investimento cultural privado no Brasil em dossiê especial sobre a área. Por **João Bernardo Caldeira**, para o Valor, do Rio

Preferência pela educação

Realizado desde 2001, o Censo Gife (Grupo de Institutos Fundações e Empresas), que reúne as informações sobre o investimento social privado colhidas no biênio 2009-2010, está sendo lançado em versão on-line. Pela primeira vez, a pesquisa inclui um dossiê especialmente voltado para a cultura, elaborado em parceria com o Itaú Cultural. Por meio de entrevistas por telefone feitas pelo Ibope Inteligência, foi mapeado o comportamento de seus associados, que aportam cerca de R\$ 2 bilhões anuais à área social.

Rede sem fins lucrativos, o Gife reúne 130 das principais empresas, fundações e institutos do país, como Gerdau, Votorantim, Petrobras, Oi Futuro, Natura, TV Globo, Carrefour e Santander. Para aprimorar os investimentos no setor cultural e levantar dados no âmbito da reforma da Lei Rouanet, a pesquisa traz à tona informações relevantes sobre a posição do empresariado em assuntos como uso das leis de incentivo, efeitos da crise mundial e áreas e parceiros apontados como mais atraentes.

Normalmente situados como espectadores dos embates entre poder público e classe ar-

tística, os empresários têm a oportunidade de exprimir, por meio do estudo, opiniões, conceitos e preferências sobre a participação do setor privado na área cultural. Já a sociedade tem a chance de entender quais são os critérios que norteiam o aporte de boa parte dos recursos que financiam a cultura no Brasil.

Nos últimos anos, questões como a concentração regional e a dificuldade em catalisar recursos para iniciativas de menor visibilidade estiveram no centro das discussões promovidas pelo Ministério da Cultura (MinC). Em bandeira levantada pela própria pasta, os de-

Raio X dos investimentos em artes

As áreas beneficiadas

■ Por número de associados



■ Distribuição do valor utilizado de incentivos fiscais em cultura



■ Atuação no setor



sequilíbrios oriundos dos mecanismos de incentivo serviram de argumento para que se defendesse a reformulação do investimento em cultura. Foi nesse contexto de polarização e debate que se produziu o atual dossiê, no intuito de gerar dados praticamente inexistentes e orientar as ações dos associados. "As discussões e críticas do MinC até o ano passado criaram um contexto de insegurança jurídica, já que se temia pela súbita mudança de regras", diz Fernando Rossetti, secretário-geral do Gife.

A sabida concentração no Sudeste foi confirmada: a região recebe mais de 60% dos recursos. Também não causou estranheza a conclusão de que o benefício fiscal é visto como burocrático e inadequado por boa parte dos entrevistados ou não se aplica à maioria das empresas. Por outro lado, entre os dados surpreendentes colhidos está a projeção de que ocorreria caso as regras das leis de incentivo— federais, estaduais ou municipais, responsáveis por alavancar de 70 a 80% dos recursos — fossem alteradas. Se elas deixassem de existir, apenas 5% afirmaram que não investiriam mais no setor. "O estudo mostra que, embora o incentivo fiscal de fato atraia o empresariado, não é o único fator determinante", avalia.

Questionados sobre o que aconteceria caso introduzida a obrigatoriedade de contrapartidas financeiras do investidor, como defendia o ex-ministro da Cultura Juca Ferreira, 36% afirmaram que o investimento permaneceria inalterado, enquanto 48% responderam que diminuiria, mostrando divisão nesse quesito.

Outro dado relevante é a constatação de que a maior parte das empresas que usam os mecanismos de renúncia investe até R\$ 500 mil por ano, o que corresponde a 25% dos associados pesquisados. Só 9% das companhias investem de R\$ 500 mil a R\$ 2 milhões e 14%, entre R\$ 2 milhões e R\$ 8 milhões. Mas a maioria do empresariado, 36%, não teve recursos provenientes

ONGs abocanham 68% dos aportes por inspirar maior credibilidade e confiança. Os produtores culturais só conseguem 5%

das leis de incentivo. "No Brasil, esses mecanismos são destinados apenas às empresas que declaram imposto por lucro real", informa Rossetti. "As que calculam o seu imposto por lucro presumido correspondem a mais de 90% das companhias existentes no país e não podem utilizar dinheiro incentivado", lamenta.

Causou surpresa também a constatação de que os valores investidos em 2009 sofreram uma queda considerada pequena, de 5%, mesmo com a crise mundial iniciada no ano anterior. Houve até mesmo aumento de investimentos, em 2010, da ordem de R\$ 126,3 milhões. Em comparação com os anos anteriores do Censo Gife, fica claro que uma mudança de mentalidade ocorreu. "O investimento social tornou-se uma estratégia importante de posicionamento das empresas e não é mais visto como um apêndice", afirma Rossetti. Além disso, o executivo ressalta o fato de que o Brasil entrou em um ciclo favorável de crescimento: "Só no ano passado o país saltou de 18 para 30 bilionários, o que pode significar o surgimento de 30 novas organizações filantrópicas."

O reconhecimento da importância dos investimentos sociais, no entanto, tornou a área

de educação a preferida do empresariado. "Há o consenso de que a melhoria na educação é a principal ferramenta para dar continuidade ao processo de desenvolvimento econômico e de inclusão social em curso no país", explica. Ainda são pouquíssimos os associados que se dedicam prioritariamente à cultura (só 4%). Dos entrevistados, 35% afirmaram que não investem no setor, enquanto 25% realizam ações apenas circunstancial ou esporadicamente.

Além disso, o patrocínio ao setor cultural muitas vezes ainda é visto como ferramenta de retomo de imagem, uma filosofia que o Gife trabalha para modificar, promovendo debates sobre o tema. "Defendemos que a gestão dos investimentos seja realizada pelo departamento de responsabilidade social e não pelo marketing ou a comunicação, que possuem outro direcionamento", sublinha Rossetti.

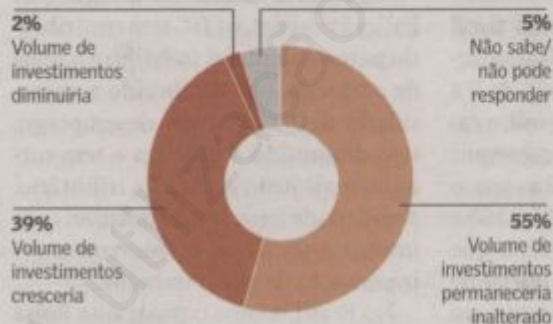
No momento de decidir onde alocar as verbas disponíveis, a produção cultural propriamente dita não é escolhida como parceira preferida. Na primeira colocação, as ONGs abocanham 68% dos aportes realizados, por inspirar maior credibilidade e confiança. Museus ou centros culturais e poder público vêm a seguir. Na nona posição, depois de parceiros como consultores, escolas e institutos, estão os produtores culturais, que conseguem capitalizar apenas 5% dos investimentos.

Ao definir o tipo de atividade cultural a ser apoiada, mais da metade dos empresários que investem no setor opta pelas iniciativas de arte-educação com jovens de baixa renda e de democratização do acesso da população. O apoio às manifestações culturais responde por 20% dos investimentos. Embora a visibilidade das iniciativas apoiadas seja ainda relevante critério de seleção, o estudo revela, entre outras constatações, que o empresariado está cada vez mais interessado em ações que vislumbrem a transformação social. •

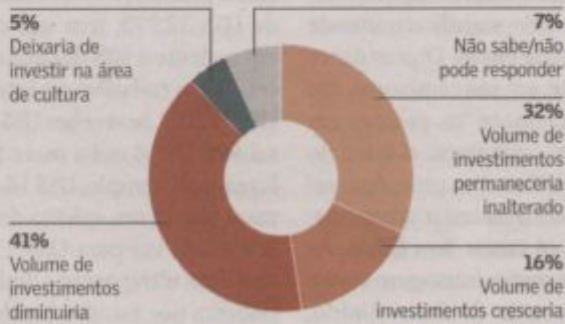
Mudanças possíveis

O que aconteceria com o investimento em cultura se ...

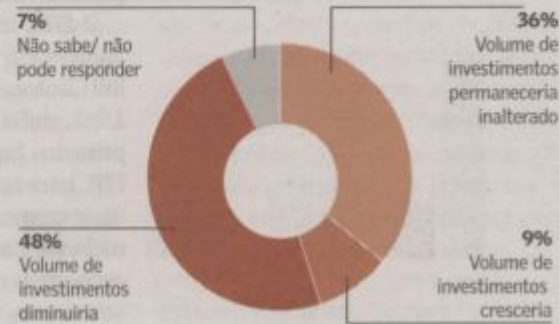
■ ... fossem mantidas as condições atuais de incentivo



■ ... fossem revogados os mecanismos de incentivo



■ ... fosse necessária a contrapartida do investidor



Fonte: Censo Gife