

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ - UFPR
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO GERAL E APLICADA
CENTRO DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO
-CEPPAD**

WALDIR MARCELINO TEIXEIRA FILHO

PROJETOS CULTURAIS – PROGRAMA DE FINANCIAMENTO

Monografia apresentada à coordenação de pós-graduação da
Universidade Federal do Paraná, como requisito
para obtenção de Título de
MBA - Especialista em Gerenciamento de Projetos.

Orientador: Professor José Amaro dos Santos

CURITIBA – PR

2005

AGRADECIMENTOS

Este trabalho só foi possível devido ao esforço que aprendi a ter com o exemplo de meu pai, Waldir Marcelino Teixeira.

Ao prof. Dr. J. Amaro, pela ajuda, interesse e objetividade com que orientou essa dissertação.

Ao prof. Dr. Belmiro Valverde pela capacidade de síntese e conteúdo nas observações.

Ao prof. Dr. Hélio Gomes de Carvalho, pela pertinência de suas considerações à pesquisa.

Aos entrevistados que pacientemente se disponibilizaram a contribuir com os novos conhecimentos e com a sensação de auto-realização.

À coordenação e professores e funcionários do Programa de Pós Graduação da Universidade Federal do Paraná.

À minha mãe, Iraci Gonçalves Teixeira.

À minha esposa, Elenita T. Cervo Teixeira, incansável companheira.

Aos meus filhos, Marina e Mwana Kaully, pelo amor e cumplicidade que desfrutamos.

Ao Banco do Brasil, pela bolsa de Pós Graduação, que amplia definitivamente os horizontes de todos os colaboradores com iniciativas pró-desenvolvimento profissional.

Amigos e familiares que sempre acreditaram em mim.

Selenita

Helena Kolody

O homem irá viver na Lua,
em cavernas.

Como se alegrará o troglodita,
soterrado em sólidas camadas
de civilização...

RESUMO

Este trabalho buscou estabelecer a relação entre a ausência de programas específicos para financiamento a projetos culturais e a acomodação do produtor cultural em relação a fontes de financiamento alternativas. Optou-se por uma abordagem quantitativa, entretanto, a opinião de experientes em administração em muito contribuíram para conclusões importantes. O volume de projetos é crescente e contínuo no setor cultural. A oferta de dinheiro gratuito, sem contrapartida e sem custo para o produtor não evolui, pois de onde somente escoam recursos percebe-se falta de sustentabilidade. O gerente de projetos culturais é atento à fonte dos recursos e não há como ignorar que, apesar de haver no Brasil excelentes condições para realização de projetos culturais, total ou parcialmente subsidiados, existe muita dificuldade na captação dos recursos junto ao contribuinte que, chamado de mecenas nos tempos atuais, patrocina, incentiva e apóia projetos que de alguma forma se alinham a estratégia da organização, e que formam um portfólio de marketing cultural, influenciando sobremaneira à imagem da empresa tornando, muitas vezes, os *stakeholders* da organização, satisfeitos pelo estabelecimento de política cultural socialmente responsável. Isso acontece quando a instituição se dá conta de que a renúncia fiscal oferecida pelo poder público é atrativa e, extremamente benéfica ao incentivador de projetos culturais, pois, em geral, trata-se de isenção tributária, com ampla possibilidade de marketing e exploração dos resultados à imagem, sem considerar o mérito da produção cultural, sem muitos critérios para analisar e muito menos possibilidade de participação nos lucros dos negócios gerados ou com potencial para serem estabelecidos em razão ou naturalmente decorrentes de projetos culturais. A proposição de programa de financiamento amplia e possibilita acesso a gestores à efetiva realização de seus projetos. Sem descartar os meios de captação de recursos existente para a área cultural, a abertura de linha de crédito específica viria preencher a lacuna existente no setor, proporcionando a disponibilização de Programa para Financiamento de Projetos Culturais.

ABSTRACT

This work tried to establish the relationship among the absence of specific programs for financing to cultural projects and the accommodation of the cultural producer in relation to alternative financing sources. The option was for a quantitative approach, however the opinion of experts in administration contributed a lot to important conclusions. The volume of projects is growing and continuous in the cultural section. The offer of free money, without compensation and without cost for the producer doesn't develop, therefore from where they only drain resources it is noticed it lacks of sustainability. The manager of cultural projects is attentive to the source of the resources because there is not as ignoring that, in spite of there being in Brazil excellent conditions for accomplishment of projects cultural, total or partially subsidized, with no difficulty to attract of the resources of the taxpayer that, patron call in the current times, sponsors, it motivates and it supports projects that in some way if they align the strategy of the organization, and that they form a port-folio of cultural marketing, influencing to the image of the company excessively turning, a lot of times, the stakeholders of the organization, satisfied socially by the establishment of cultural politics responsible. That happens when the institution realize that the fiscal renouncement offered by the public power it is attractive and extremely beneficial to the incentive sponsor of cultural projects, because, in general it is treated of tributary exemption, with wide marketing possibility and exploration of the results to the image, without considering the merit of the cultural production, without many criteria to analyze and very less possibility of profit sharing of the generated businesses or with potential for us to be established in reason or naturally current of cultural projects. The proposition of financing program enlarges and it makes possible access to managers to the effective accomplishment of your projects. Without discarding the means of reception of resources existent for the cultural area, the opening of specific credit line would come to fill out to the existent gap in the section, providing the availability of Program for Financing of Cultural Projects.

SUMÁRIO

PRIMEIRO CAPÍTULO	
INTRODUÇÃO.....	7
SEGUNDO CAPÍTULO	
REFERENCIAL TEÓRICO.....	9
TERCEIRO CAPÍTULO	
METODOLOGIA.....	13
QUARTO CAPÍTULO	
4.POLÍTICA CULTURAL.....	15
4.1 Dependência do Financiamento por Renúncia Fiscal.....	17
4.2 Centralização e Exclusão.....	23
4.3 Perfil do Incentivador.....	25
QUINTO CAPÍTULO	
5. PROFISSIONALIZAÇÃO.....	28
5.1 Cooperação e novos instrumentos para o incentivo.....	29
5.2 Educação.....	30
SEXTO CAPÍTULO	
6. SISTEMA FINANCEIRO NACIONAL.....	32
6.1 Finalidades Básicas da Empresa do Sistema Financeiro.....	33
6.2 Operações de Crédito.....	34
6.2.1 Garantias Reais.....	36
6.2.1.1 Tipos Garantias Reais.....	37
6.2.2 Garantias Pessoais.....	38
6.2.2.1 Tipos Garantias Pessoais.....	39
6.3 Modalidades de Empréstimos.....	40
SÉTIMO CAPÍTULO	
7. FINANCIAMENTOS	41
7.1 Alternativas de financiamento.....	44
7.1.1 Financiamento Reembolsável.....	46
7.2 Investimento, Financiamento e acesso à cultura.....	47
7.2.1 Carência de política pública para a cultura.....	48
7.3 Metas.....	50
7.4 Competências.....	53
OITAVO CAPÍTULO	
8. RESULTADOS ALCANÇADOS.....	55
PROPOSTA DE INTERVENÇÃO	72
CONCLUSÃO	73
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	74
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR.....	75

PRIMEIRO CAPÍTULO

INTRODUÇÃO

A trajetória do Produtor Cultural, voltada para a área de mecanismos mais eficazes de financiamento à cultura é uma procura constante de meios que consolidem principalmente o seu objetivo de realizar projetos culturais mais abrangentes e significativos.

Sabe-se que os mecanismos disponíveis de financiamento à cultura estão nas mãos do governo, como por exemplo, os incentivos fiscais, e que os patrocínios e doações empresariais são vistos como mais efetivos, quando combinados com formas indiretas de financiamento.

A realização cultural deve merecer condições específicas em razão da importância estratégica de nação que trabalha por acessos aos mais importantes patamares de riqueza e diversidade cultural que emergem de seus recônditos mais íntimos e se impõe, através da manifestação cultural.

A busca de respostas que revertam ou amenizem a limitação de apoio financeiro aos projetos sociais, tornou-se um problema geral para aqueles que trabalham os projetos culturais, e na vivência do dia a dia, procuram estabelecer parâmetros que visem a alternativas variáveis de financiamento cultural.

Um dos maiores desafios para os que trabalham com a produção cultural no Brasil tem sido o de profissionalizar essa atividade, tornando-a cada vez mais séria e confiável, Cesnik (2002, p.07) “Incentivos Fiscais são estímulos concedidos pelo governo, na área fiscal, para a viabilização de empreendimentos estratégicos, sejam eles culturais, econômicos ou sociais”.

O tema desta pesquisa é “Projetos Culturais – Programa de Financiamento”, resultado de pesquisa teórica em obras conceituadas, e também da análise e vivência dos profissionais da área, que buscam meios alternativos de financiamento para os Projetos Culturais.

SEGUNDO CAPÍTULO

REFERENCIAL TEÓRICO

O gerente de projetos culturais é um empreendedor que deve dinamizar as propostas relativas à Cultura.

Para Cohen e Graham (2002, p.34) “Precisa tratar de um sistema de negócios mais dinâmico. Isso exige uma compreensão mais ampla de todo o negócio e da maneira como cada projeto se enquadra na dinâmica dos sistemas de negócios”.

É importante e necessário saber o que financiar e quais são as prioridades e metas a serem atingidas, para a obtenção de modelos específicos de financiamentos para projetos culturais.

A busca de instrumentos alternativos para financiamento à cultura vem sendo explorada com afinco em vários países. Reis (2003, p. 232) cita o estudo desenvolvido para o *Arts Council of England*, analisando o impacto econômico, a capacidade do financiamento de gerar fundos adicionais.

Segundo Reis (2003, p. 234) é importante estabelecer divulgação/orientação para que pequenas e micro-empresas se engajem no processo de incentivo a atividades no campo cultural.

É possível que uma empresa obtenha um retorno de médio e curto prazo, porém, esse retorno será efêmero se não for construído sobre alicerces sólidos, de valores sólidos e

legítimos. Conforme Almeida (1996, p. 50) “O retorno do investimento através da mídia espontânea é muito importante. É a mídia que ajuda a formar a opinião pública”.

Para Cesnik (2002, p. 01) os incentivos fiscais são soluções criadas pelos governos para o estímulo de determinados setores da economia, de interesse estratégico. “Sempre que há necessidade de investimento maciço em determinado setor, cria-se um estímulo tributário para que os recursos sejam canalizados para segmento específico”.

Para Cohen e Graham (2002, p. 197) “os temas financeiros são importantes para os gerentes de projetos, porque os projetos que se desenvolvem ativamente, produzem retorno à empresa e a seus acionistas. Isso tem tudo a ver com finanças””falta de caixa para investirem significa inexistência de projetos e provavelmente de negócios”.

Conforme explica Ortolani (2000, p. 17) “As políticas governamentais para o crédito consideram o comportamento de toda a economia ou o comportamento de alguns setores econômicos específicos”.

Ortolani apresenta exemplo de políticas setoriais como o crédito rural, que tem tratamento diferenciado com normatização própria, estabelecida pelo Banco Central do Brasil (BACEN), afinada com a política agrícola do governo; setor exportador que desfruta de incentivos governamentais dentro do mercado de crédito por meio do Proex –Programa de Estímulo às Exportações Brasileiras.

Para Cohen e Graham (2002 p. 199) “sob a perspectiva financeira, a empresa é um *portfólio* de ativos produzidos por meio de projetos. As operações correntes de qualquer empresa sai o produto de projetos passados e são aprimoradas e respaldadas por projetos em andamento”.

Quanto às garantias as quais se constituem no *second wau out* nas operações de crédito e podem incidir sobre coisas próprias ou sobre coisas alheias.

Em relação a projetos, é importante observar a possibilidade de substituição de garantia prevista em aditivo contratual, além de eventual liberação de garantia à medida que o devedor vá amortizando a dívida.

Para Clemente e Souza (2000, p. 131) “Um fato real, é que induz uma nova dimensão na análise de projetos de investimentos, é a incerteza. Esta tem origem na impossibilidade de se controlarem os eventos futuros. Pode-se fazer previsão sobre eventos futuros, mas não se pode determinar exatamente quando e com que intensidade eles irão ocorrer. Exemplos clássicos desses eventos é o comportamento futuro da economia.”

Quanto a financiamentos afirma Ortolani (2000, p. 108) “operações de financiamento são as que envolvem a liberação de recursos do credor para o financiado (devedor), ou em nome deste último para um fornecedor de bens, com a finalidade específica de cobrir os investimentos efetuados pelo financiado”.

Segundo Heiss (1975, p. 277) “uma vez que sobreviver é, atualmente, a questão mais importante para qualquer organização, uma atitude que descuide do planejamento futuro por causa dos problemas do dia-a-dia, acabará levando para um acúmulo de grandes problemas a longo prazo”.

Sérgio Xavier¹ reconhece que o atual mecanismo de incentivo à cultura não é o ideal, muitas vezes injusto e com pontos que dão margem a abusos. Ressalta, porém, que problemas acumulados desde a criação da Lei Rouanet, em 1993, não podem ser resolvidos aleatoriamente. Afirma, “não podemos fazer uma mudança profunda na lei de repente, porque poderia representar um colapso na produção cultural do País.” Observa ainda “Concordamos com os diagnósticos, mas a solução não é fácil. Em alguns lugares do Brasil, a única maneira de haver cultura é pela lei de incentivo”.

¹ Sérgio Xavier é Secretário de Fomento e Incentivo à Cultura do Ministério da Cultura em entrevista ao jornal Folha de São Paulo em 23/06/2005.

O marketing cultural fundamenta-se na idéia de formação de uma imagem da empresa a partir da exposição da marca em promoções culturais.

Gómez (2001, p. 94) constata que: “a cultura concebida como pura mercadoria, perde sua identidade essencial como manifestação de diferença de formas de vida, como valor de uso na satisfação singular de necessidades, para se converter em puro valor de troca”.

Para Gómez, (2001, p. 91) “A lógica do benefício rápido e fácil, que impera na economia do livre mercado, conduz, inexoravelmente, em seus desenvolvimentos mais sofisticados, à primazia da especulação financeira sobre qualquer outra proposta ou atividade”.

As leis de incentivo fiscal devem permanecer, mas totalmente reformuladas, redirecionando parte significativa dos recursos para o fundo nacional da cultura.

Definido o referencial teórico, buscou-se uma metodologia capaz de abranger o tema abordado nesta monografia.

TERCEIRO CAPÍTULO

METODOLOGIA

A complexidade e a importância do tema exigiu que a metodologia utilizada para esta pesquisa fosse o estudo de caso, pois trata-se de um assunto multifacetado, exigindo a delimitação de um ou de poucos objetos, o que permite o seu aprofundamento.

O estudo de caso é definido por Gil (1991, p. 59) como “um conjunto de dados que descrevem uma fase ou a totalidade do processo social de uma unidade, em suas várias relações internas e nas suas fixações culturais”. As vantagens desse método consistem no estímulo a novas descobertas, na simplicidade dos procedimentos e na ênfase dada a totalidade, através da análise de situações que envolvam o objeto do estudo. Exigem do pesquisador um conhecimento mais amplo de casos e a consciência de que os resultados obtidos à cerca de determinado objeto são sempre infinitos ou, no mínimo, sofrem alterações.

Para a seleção de casos, foram tomadas as opiniões de 11 realizadores culturais de Curitiba, Paraná, todos, executores de projetos culturais, que sentem necessidade de uma reversão financeira para a ampliação de correntes culturais hoje, um tanto limitada pelos agentes governamentais.

Para a coleta de dados, partiu-se de documentos tais como as bibliografias, passando-se, logo em seguida, para a observação e comparação das respostas de questionários, respondidas pelos profissionais, produtores culturais de Curitiba, que compõem a amostra deste trabalho.

É importante ressaltar que os Produtores Culturais que compuseram o *corpus* que serviu de base para esta pesquisa, estão em atividade, contribuindo para o processo cultural de Curitiba e região.

O objetivo desta monografia será contribuir para que o Produtor Cultural possa atuar como facilitador no processo de busca de outras formas de financiamento para seus projetos, auxiliando-os a abrir “um leque”, que abranja todas as modalidades culturais.

Delimitado o tema, tomando como suporte um referencial teórico adequado e especificados os objetivos, esta monografia constará de 4 capítulos; sendo que o 1º (primeiro) versará sobre Política Cultural, o segundo, sobre a Profissionalização, o terceiro, tratará do Sistema Financeiro Nacional e o quarto, o Financiamento reembolsável.

QUARTO CAPÍTULO

4. POLÍTICA CULTURAL

O gerente de projetos contemporâneo que é empreendedor. Para Cohen e Graham (2002, p. 34) “Precisa tratar de um sistema de negócios mais dinâmico. Isso exige uma compreensão mais ampla de todo o negócio e da maneira como cada projeto se enquadra na dinâmica do sistema de negócios”.

A sociedade contemporânea não fica passiva diante da evolução da cultura. Ela exige participação nas discussões sobre formas de financiamento público. Necessário se faz saber o que financiar e quais são as prioridades e metas do Estado Brasileiro para a obtenção de modelo específico de financiamento para projetos culturais.

O financiamento à cultura é apenas um instrumento na estrutura de uma política pública da cultura.

Os estudiosos do tema consideram que se deve começar o estabelecimento de políticas para as diferentes dimensões da cultura. A denominada “culturadição” é a cultura como indústria geradora de empregos, constitui importante avanço para o desenvolvimento econômico do país.

Desde que foram criadas as leis de incentivo à cultura, sente-se falta de perspectivas de integração a algum projeto de desenvolvimento nacional. Produtoras de todos os segmentos passaram a ser atendidas por esse mecanismo em igualdade de condições, fazendo o maior esforço para se habilitar, entretanto, apenas para atingir um público incerto.

Para o governo ficou a sensação de dever cumprido, transferindo as responsabilidades ao setor privado, porque, de alguma forma, os resultados aparecem. Entretanto, esses resultados não são objetivos, como a evolução para novos processos de financiamento à cultura.

Para que existam alternativas para o financiamento de projetos culturais, as leis de incentivo não precisam ser combatidas, porque se trata de instrumento eficaz como auxiliar do Estado, para estimular vários setores – do restauro de patrimônio à produção cinematográfica. Nesse sentido, as leis de incentivos representam importante componente da urgente diversificação de mecanismos que se tem de começar a criar.

Portanto, para que as leis de incentivo ocupem o lugar que devem ocupar é preciso que se tenha uma visão global dos grandes caminhos a percorrer e dos outros mecanismos como: fundos, linhas de crédito, loterias e tantos outros meios capazes de dinamizar os processos culturais do país.

Os incentivos são uma composição de dinheiro privado e público e as leis de incentivo à cultura não podem ser atemporais.

A produção cultural profissionalizada é estimulada pela renovação da sociedade civil, por intermédio das organizações não-governamentais comunitárias e impulsionadas pelo Ministério da Cultura, implantado em 1985.

Partindo da periferia dos grandes centros urbanos, em pequenas comunidades populares, surgem novos movimentos culturais, representando a primeira dessas novas lideranças. Sua luta é pela ampliação de sua representatividade política, por meio da expressão de suas ações culturais.

Em outros ambientes como favelas, grupos de jovens se organizam para fazer música, dançar, grafitar, produzir fanzines, organizar ações solidárias, através da apropriação de

linguagens artístico-culturais. Surge, então uma efervescência do diferente, sem compromisso com a profissionalização ou até com a qualidade do que é produzido.

Grupos de *hip hop* de São Paulo, de *mangue beat* no Nordeste Brasileiro, de *reggae* na Bahia e no Rio de Janeiro são exemplos de profissionalização sem perda de sua dimensão comunitária.

4.1 Dependência do Financiamento por Renúncia Fiscal

Há uma expansão na participação privada no apoio a projetos culturais em razão da política de incentivos, trazendo um novo agente à cena política: os departamentos de marketing e comunicação de empresas. Surgem as grandes fundações culturais privadas, favorecendo ampliação ao acesso, mas deixando a desejar na melhoria da infra-estrutura de cultura, como salas de exibição de filmes, teatros, bibliotecas, casas de cultura e museus de acesso público e a revisão dos currículos escolares, para a inclusão de conteúdos culturais.

A sociedade, por meio dos governos instituídos, mantém a política de subsídio fiscal à cultura, sem que esta alcance expressar os reais avanços apresentados pelos movimentos sócio-culturais e a demanda social e política crescente por melhorias na qualidade de vida como um todo, sem que a dimensão da cultura estabeleça uma relação democrática e de desenvolvimento humano com a população que a sustenta.

O mecanismo do incentivo fiscal a empresas vem sendo adotado pelo Ministério da Cultura como principal fonte de financiamento à cultura nacional desde 1985. Entretanto, a ausência de um projeto estratégico para o setor e de mecanismos reguladores estabelecidos pela legislação ou de outras fontes diferenciadas de financiamento gerou resultados pouco animadores.

Quando não se analisa o mérito e a qualidade das ações empreendidas, corre-se o risco de se financiar no país uma ação regional e setorialmente concentradora de renda, onde o

gosto dos homens de marketing e comunicação das empresas, ditam aquilo que a população brasileira poderá ver financiado nas casas de espetáculos dos centros urbanos.

Para Marta Porto² na planilha proposta, o Ministério da Cultura - MinC indica pretensão de beneficiar com sua política aqueles capazes de realizarem estratégias de comunicação competentes para atraírem a atenção das empresas e garantirem o retorno de marketing esperado. Nada parecido do que se espera de uma política voltada para o fortalecimento do estado democrático de direito. O projeto é um instrumento autoritário e reducionista, impensável como único mecanismo institucional de diálogo do poder público com sua população, à medida que restringe o acesso dos mais pobres e fragilizados à esfera pública e não realiza o movimento adequado à ação pública que é mapear, diagnosticar, incentivar e, com isso, ampliar o campo das oportunidades aos tradicionalmente excluídos.

Existe consenso na reflexão de que essas são bases frágeis para se empreender uma mudança de eixo na política cultural brasileira, destacando-se aquelas direcionadas à indução de processos de desenvolvimento.

Há múltiplos aspectos na cultura de cada povo que podem favorecer o desenvolvimento econômico e social; é preciso descobri-los, potencializá-los.

Potencializar o capital social e cultural de um povo é uma tarefa complexa que exige o alargamento das possibilidades das políticas culturais de se integrarem ao esforço de desenvolvimento do país. Isso, naturalmente, implica um esforço de potencializar as áreas de planejamento e gestão de um segmento identificado pela aversão a essas áreas de ação pública, com o investimento sistemático em formação de quadros públicos habilitados a operar com a gestão cultural. Planejamento requer pesquisa, mapeamento, diagnósticos

² Marta Porto Jornalista, pós-graduada em Planejamento Estratégico e Sistemas de Informação (PUC-MG), com Mestrado em Ciência da Informação pela UFMG. Artigo <http://www.campus-oei.org/pensariberoamerica> - 09/2004

continuados, avaliação e monitoramento, quadros públicos e não-públicos qualificados, desenho de programas estratégicos e menos táticos.

Para Marta Porto (Holanda org. 2004, p. 109) “Não se pode deixar de considerar a importância central da cultura e das políticas culturais no processo de repaginação da democracia brasileira, principalmente, se considerarmos a força do recorte cultural no conjunto de projetos reivindicatórios e dos direitos sociais e, especialmente, comunitários que surgem nas duas últimas décadas na cena nacional.”

A partir da década de 90 os projetos culturais passam a ter importância na conquista dos espaços públicos e na legitimação dos direitos sociais dos movimentos comunitários e das periferias dos grandes centros urbanos.

É, sobretudo, em torno da dimensão cultural que esses grupos vão se articular para encontrar seus iguais e, por meio de diferentes linguagens, expressar suas questões, suas visões de mundo, suas condições de vida, suas revoltas, seus projetos de sociedade.

O poder destes movimentos culturais expressos em inúmeros exemplos espalhados pelo país, como o movimento *hip hop* na periferia de São Paulo, os grupos Afro *Reggae* (RJ), Pracatum (BA), Edisca (CE), Bagunção (MA)- sem dúvida alguma, vem trazendo dado novo para o conjunto das práticas sociais e de ocupação do espaço público que ainda não foram devidamente absorvidas. Não há políticas culturais estruturantes que interferiram decisivamente no desenho das políticas públicas.

Apesar do enorme esforço de redemocratização do país, a cultura não conseguiu alcançar-se ao estatuto de política central no processo de compreensão da dinâmica social e, muito menos, no aproveitamento dos dados novos que esta dinâmica trouxe e traz para a efetividade das políticas de desenvolvimento do país e da gestão dos recursos sociais. O traço da invisibilidade continua a operar como uma máscara de incompreensão e de não reconhecimento do lugar central da cultura e da força das práticas locais na re-imaginação da

democracia brasileira; democracia que incorpora o respeito às diferenças, o respeito à diversidade e ao pluralismo cultural, as questões de gênero, étnico-raciais, de proteção às minorias culturais.

Porto afirma que (2004, p.109)“O aperfeiçoamento do processo democrático brasileiro, inevitavelmente, deve caminhar nesta direção, daí a importância de políticas culturais que assegurem o reconhecimento e a visibilidade das diversas práticas culturais originadas no território local, e que as focalizem como capital cultural relevante ao desenvolvimento sustentável do país”.

Segundo Reis (2003, p. 156), apesar de incorrer em renúncia fiscal com montantes saborosos, já que a grande maioria das leis de incentivo à cultura no Brasil tem a dedução por base, nem sempre as empresas valem-se das leis para financiar seus projetos culturais. Isso se dá por motivos os mais diversos:

Desconhecimento ou falta de compreensão das leis de incentivo, especialmente estaduais e municipais; inadequação, já que as leis estabelecem limites ao seu uso (como por exemplo, a impossibilidade de dedução por parte de pessoas jurídicas que declaram lucro presumido) ou por algumas empresas contarem com crédito tributário (sem imposto a pagar do qual deduzir o incentivo); esgotamento do teto de dedução possível, projeto complementado por recursos próprios, não passíveis de dedução fiscal; percepção de que o valor a ser deduzido é pequeno e não justifica participar de um processo de aprovação por leis consideradas muitas vezes burocráticas; receio de ter sua contabilidade devassada pelo governo e, fundamentalmente, por postura própria, já que parte da iniciativa privada não concorda com a utilização de recursos públicos para patrocinar projetos que trarão benefícios à própria empresa.

Dado o esgotamento das atuais formas de financiamento à cultura, a busca de instrumentos alternativos vem sendo explorada com afincamento em vários países. Reis (2003, p.

157) cita estudo desenvolvido para o *Arts Council of England*, analisando especificamente o impacto econômico, a capacidade do financiamento de gerar fundos adicionais, que sem ele não seriam disponíveis, os efeitos na distribuição de renda, e a ação, entendida de três formas: clima político, barreiras culturais e prestígio social atribuído ao incentivador de projetos culturais.

As conclusões apresentadas confirmam que os mecanismos mais significativos de financiamento à cultura estão nas mãos do governo, como os incentivos fiscais. Além disso, patrocínios e doações empresariais são vistos como mais efetivos, quando combinados com formas indiretas de financiamento.

Reis (2003, p. 157) considera importante o estudo, pois abre canal de discussão do qual o Brasil deveria participar com grande interesse e no qual se espera que aplique a criatividade que é tão associada ao espírito brasileiro. “O modelo de financiamento que hoje usamos, fortemente apoiado em recursos públicos diretos e indiretos (por meio de leis de renúncia fiscal), traz em seu bojo críticas que lhe são inerentes”. Analisando modelo de financiamento da cultura existente no país, estuda as tendências, classifica o patrocínio cultural como parceria ganha/ganha e expõe conceitos associados ao marketing cultural (como filantropia, mecenato e responsabilidade social), abrangendo também aspectos importantes, ao delinear princípios da política cultural, abordando relações entre Estado e iniciativa privada no financiamento da cultura .

Para Reis (2003, p. 157) “O mecanismo central de funcionamento das leis de incentivo pela renúncia fiscal repousa no conceito de que o governo se propõe a abdicar de parte de sua receita em favor de contribuintes que direcionarem parcela de seus impostos a pagar a projetos culturais, respeitados os termos estabelecidos em cada município ou estado.”

Em suas críticas e sugestões à legislação por renúncia fiscal, declara Reis (2003, p. 189) “Assim como têm cumprido um papel importante no incentivo à produção cultural e à

promoção do convívio com novas manifestações, as leis de incentivo à cultura vêm percorrendo um caminho tortuoso e marcado por mudanças de rota, que nem sempre parecem concatenados com uma política cultural clara. As principais críticas que recebem dizem respeito à incoerência que apresentam com os objetivos de democratização do acesso à cultura e com a busca de parceria entre os setores público e privado; à confusão instaurada entre política cultural e leis de incentivo à cultura; à falta de articulação entre as leis das três esferas governamentais; à ausência de avaliação do mérito de projetos; à falta de articulação entre as leis das três esferas governamentais; à ausência de avaliação do mérito dos projetos; e, especialmente com relação às leis estaduais e municipais, à falta de divulgação da existência das leis e de seus mecanismos de funcionamento.”

Relata Reis (2003, p. 212) que há incoerência com objetivo de democratização do acesso à cultura, e que uma das críticas que as leis de incentivo à cultura recebem no Brasil, por que funcionaria como um “*Robin Hood* às avessas”. Por não apresentar restrições quanto ao caráter lucrativo do projeto e não impor limite de preço à entrada do evento ou ao preço do produto cultural, grande parte das leis de incentivo do país acaba empregando dinheiro público para apoiar projetos financiados por muitos, mas restrito a poucos, já que disponibilizados a preços inacessíveis à maioria da população.”

Há leis que estabelecem contrapartida social, embora não esteja especificada qual será a contrapartida, sob qual forma ou em qual montante deve ocorrer.

Há incoerência com a busca de parceria entre os setores público e privado, em razão da aberração do abatimento de 100% do incentivo ao projeto, estabelecido pelas leis federais e por parte das leis municipais. Inúmeras vantagens associadas ao marketing cultural em que, além de ter o total repassado ao projeto deduzido, ainda pode incluir 20% do orçamento de propaganda como custo do projeto e receber gratuitamente 25% do resultado do projeto cultural, seja em produtos (CDs, livros, DVDs, etc.) ou eventos,(número de entradas,

apresentações etc.). Distorção mais evidente, ainda, quando o abatimento de 100% também se aplica a investimentos, aqueles projetos que prevêem participação do incentivador nos lucros, confortável em relação aos riscos, pois o "investidor", nesse caso, é dispensado de arcar com qualquer prejuízo, mas tem participação sobre os lucros, se gerados.

As leis de incentivo à cultura erroneamente deixam de ser tratadas como instrumentos de política cultural, figurando como a política cultural em si, fazendo parte dos discursos do governo, referências ao sucesso das leis de incentivo, já que tantos projetos foram aprovados (dos quais um número significativo foi incentivado), preocupando-se com a oferta cultural bruta, e não com a forma pela qual essa oferta responde aos preceitos da própria política cultural. A questão levantada por Reis (2003, p. 213) é que, "em raros casos, as leis parecem estar articuladas a objetivos claramente definidos pela política cultural, aos quais, em princípio, o conjunto de projetos incentivados deveria responder". O objetivo traçado pela lei, na grande maioria dos casos, parece ser unicamente o de promover a realização de projetos culturais. Como estabelecer critérios suficientemente transparentes para que possam ser avaliados após a execução dos projetos, é uma questão importante a ser abordada, já que o número de projetos incentivados não é – e nem pode ser – o melhor indicador.

4.2 Centralização e Exclusão

A concentração de projetos culturais incentivados nas regiões mais ricas do país é reflexo das distorções econômicas e sociais que são muito anteriores à criação de leis de incentivo. Leis de cultura poderiam ser utilizadas para minimizar essas distorções, já que uma região economicamente desfavorecida pode ser culturalmente riquíssima propõe a criação de cotas de renúncia fiscal por região. Dependendo do grau de desenvolvimento do mercado cultural, ou do interesse particular da iniciativa privada, a ponto de o teto de renúncia fiscal já ser atingido, alternativamente, pode ser criada a obrigatoriedade de itinerância, parcial do

projeto (no caso de evento) ou de remessa do produto gerado para as regiões que se pretende privilegiar.

Percebe-se o esforço das entidades governamentais ligadas ao setor em definir política cultural como objetivo a democratização do acesso à cultura, adotando e combinando medidas estabelecendo que os projetos devam ter uma contrapartida de acesso à população, total ou parcial; escalonar tetos de dedução em percentuais variáveis, conforme o grau de envolvimento da comunidade; fixar limite ao preço máximo de ingresso ou de aquisição de serviço ou bem cultural gerado por meio de incentivos públicos (idealmente a um preço simbólico); limitar a concessão de incentivos fiscais aos propostos por empresas e instituições culturais sem fins lucrativos; promover levantamentos de acesso da população aos frutos dos projetos, caracterizando o público e o não-público, como forma de definir prioridades de ação para os exercícios seguintes; revitalizar regiões estimulando um mínimo de participação de recursos da comunidade, desde que seja coerente com a oferta existente no mercado. Faz-se necessária também a exigência, para projetos de maior monta, uma estimativa dos impactos econômicos (como número mínimo de novos postos de trabalho e renda gerada na região) e sociais (a exemplo da participação da sociedade e da criação de formas de inclusão de grupos marginalizados).

Há necessidade de definição clara da política cultural nacional que permita integração entre as políticas culturais dos diferentes níveis de articulação do governo, sabendo-se que cada esfera, (federal, estadual e municipal) procedeu à criação de suas próprias leis de incentivo de forma isolada, resultando em um emaranhado fragmentado de leis de incentivo, faltando um alinhamento capaz de evitar a dispersão de recursos públicos, pois na falta de política cultural definida poderia, pelo menos, promover a sinergia entre as leis, orquestradas em conjunto. Em se tratando de leis relativamente novas e sendo possível prever a criação de

várias outras nos anos por vir, seria desejável que o estabelecimento de um processo de articulação entre as três esferas do governo fosse garantido o mais prontamente.

Quanto à falta de avaliação do mérito de projetos culturais apresentados à apreciação das comissões de cultura, de acordo com a maioria das leis em vigor, a comissão de avaliação de projetos deve analisar sua viabilidade técnica (orçamento e cronograma) e sua adequação aos termos da lei, mas não seu mérito qualitativo, entendido como sua real contribuição à cultura da comunidade, transferindo dessa forma à iniciativa privada a total responsabilidade pela garantia da qualidade artística dos projetos que serão financiados com recursos públicos. Por outro lado, considera Reis (2003, p.215), importante estabelecer divulgação/orientação para que pequenas e micro-empresas se engajem no processo de incentivo a atividades no campo cultural.

4.3 Perfil do Incentivador

Reis (2003, p. 215), distingue quatro tipos de empresas incentivadoras que são claramente delineados em razão dos incentivos fiscais exorbitantemente generosos:

- “As que já investiam em cultura e, pelas leis de incentivo, puderam intensificar ou diversificar suas linhas de atuação.

-As que nunca tinham investido em cultura com fins mercadológicos, eram simpáticas à proposta mas tinham dúvidas quanto ao patrocínio de projetos culturais, para realmente, constituir uma ferramenta eficaz de marketing. Essas empresas viram nas leis a oportunidade de experimentar, sem incorrer em grandes riscos financeiros;

-As que eram movidas por um ímpeto essencialmente de mecenato, embora não tivessem recursos que considerassem suficientes para financiar projetos culturais na proporção em que gostariam e encontraram nas deduções fiscais uma forma de fazê-lo ou de incrementar seu patamar de doação;

-Finalmente, as que não atravessaram nenhum questionamento quanto ao papel da cultura no desenvolvimento do país nem se perguntaram se o marketing cultural realmente seria eficaz, mas foram única e exclusivamente movidas por interesses contábeis financeiros, chancelados pelas leis de incentivo por renúncia fiscal.”

Considera provável que, após um período de envolvimento com o setor cultural, os três primeiros continuem a investir em cultura, mesmo que seja feito um desejável ajuste nos moldes das atuais leis de incentivo, incluindo o estabelecimento de níveis menos estratosféricos de dedução fiscal. O primeiro grupo porque já participava de projetos culturais antes de as leis de incentivo entrarem em vigor e se encontrava satisfeito com os benefícios obtidos com o marketing cultural ou com suas ações de mecenato. O segundo, por perceber agora os bons resultados efetivos da associação da empresa com o setor cultural, em termos mercadológicos e de forma independente dos benefícios fiscais auferidos. O terceiro, ao notar que a relação custo-benefício do investimento em projetos culturais apresenta um retorno que os que não se envolvem com cultura dificilmente apreendem em sua totalidade. Já quanto ao quarto grupo, o dos movidos apenas por interesses financeiros, é possível que a parcela deles venha a perceber que há outras vantagens em jogo, assim como é provável que outra parcela venha, simplesmente, abdicar de investir em cultura e passe a borboletear em setores que julgue contabilmente mais favoráveis no momento.

Quando uma empresa abraça um projeto cultural por uma motivação oportunista, tenta construir sua imagem sobre uma base essencialmente movediça, porque todo o seu comportamento exala o contrário e não há compatibilidade entre o visto e o dito. É possível até que obtenha um retorno de mídia interessante no curto prazo, mas esse retorno será efêmero, se não for construído sobre alicerces de valores sólidos e legítimos.

Conforme Almeida (1996, p. 50):“ O retorno do investimento através da mídia espontânea é muito importante. É a mídia que ajuda a formar a opinião pública.”³

Porém, uma constatação deve ser feita, declara Reis (2003, p. 216) a julgar pelo seu estudo que inclui diversos tipos de empresas, pelas tendências que hoje se anunciam e pelos números levantados durante a análise das leis de incentivo, que o número de empresas que permanecerem, ou por terem desenvolvido um entrosamento maduro e cimentado do marketing cultural com seu composto de comunicação ou por consolidação dos pilares do mecenato à moda moderna, será certamente muito maior do que era antes das leis de incentivo existirem.

³ “Nem sempre, contudo, o adjetivo espontâneo pode realmente qualificar a reação positiva da mídia ao patrocínio cultural. No início da década de 80, a resistência dos veículos de comunicação em divulgar o patrocínio era grande. A citação do nome de uma empresa numa matéria jornalística sobre um assunto cultural equivalia, na mentalidade de muitos jornalistas a uma publicidade gratuita e, pior do que isso, poderia representar uma sanção jornalística às atividades daquela companhia. Daí, talvez, tantos escrúpulos”. Almeida, 1996, p. 50

QUINTO CAPÍTULO

5. PROFISSIONALIZAÇÃO

Gerenciar projetos culturais no Brasil é um imenso desafio. Se por um lado, é um país de rico patrimônio artístico-cultural, marcado pela diversidade e criatividade de seu povo e de sua arte, por outro ainda possui profundas desigualdades sociais, o que faz com que nem sempre o acesso aos bens culturais seja amplo e democrático. É fundamental a consciência dessas desigualdades, porque os projetos culturais devem ser transformados em contribuição para formação da cidadania, ainda que a disseminação da cultura deva ser, cada vez mais, viabilizada por meio de leis de incentivo.

Segundo visão de Cesnik (2002, p. 01), um dos maiores desafios para os que trabalham com a produção cultural em nosso país tem sido o de profissionalizar essa atividade, tornando-a cada vez mais séria e confiável. Afirma que a arte e a cultura “são geradoras de empregos e de produtos rentáveis, o que movimenta recursos como quaisquer outras atividades econômicas. Os incentivos fiscais são soluções criadas pelos governos para o estímulo de determinados setores da economia, de interesses estratégicos. Sempre que há necessidade de investimento maciço em determinado setor, cria-se um estímulo tributário para que os recursos sejam canalizados para segmento específico. Como é que vamos discutir formas de financiamento público antes de sabermos o que se deve financiar e quais são as prioridades e metas do Estado Brasileiro? E o financiamento à cultura, que tanto se fala nos

dias de hoje? Este é tão somente um instrumento na estrutura de uma política pública da cultura. Quando discutir financiamento ou atendimento de um conjunto restrito de pessoas passa a ser discutir política é porque estamos com uma carência absoluta de um projeto cultural para o país. Devemos começar estabelecendo políticas para as diferentes dimensões da cultura. Podemos pensar inicialmente em duas delas. A primeira é a denominada “cultura-tradição”. A segunda é a cultura como indústria geradora de empregos e sua importância para o desenvolvimento econômico do país. Estes dois braços devem coexistir dentro dos governos na construção de uma política de cultura, com um projeto objetivo para cada um dos seus vieses e metas a serem atingidas nos próximos anos.

5.1 Cooperação e novos instrumentos para o incentivo

A cultura contemporânea tem a vocação e a necessidade do diálogo internacional mais amplo com o qual se desenvolve e se afirma e também manifesta a possibilidade de tornar a cultura um instrumento do pleno desenvolvimento humano repousando, antes de mais nada, na sua plena integração ao processo educacional em todos os níveis, do inicial ao mais avançado; enquanto que a sociedade civil é o ator contemporâneo privilegiado da cultura e da política cultural.

Hoje a cultura encontra nas redes da sociedade civil sua condição de florescimento. Essas redes são interlocutores privilegiados da cooperação internacional com os quais as instituições administrativas estatais devem aprender a trabalhar para que sua eficácia não se torne inexistente.

Para que a cooperação se processe no pleno aproveitamento de suas possibilidades, é essencial que as partes tenham condição de gestão das ações envolvidas. Assim, a formação para a gestão cultural é parte integrante da cooperação internacional. Entidades supra-

nacionais de apoio à cultura, regionais ou de outro modo conformadas, são também atores importantes da cooperação internacional. É preciso que entre elas exista a cumplicidade e o trabalho conjunto que a cooperação demanda de todos seus atores.

Como a busca da criatividade e a afirmação da diversidade cultural são dois princípios centrais da política cultural contemporânea, a cooperação internacional deve incluir em seus desenhos uma margem para o risco. A instrumentalização da cultura (o uso da cultura buscando fins imediatos e determinados) e a proposição de demasiadas normas cerceiam a experiência e a cooperação cultural naquilo que lhes é mais próprio. No espírito do exposto no item anterior, deve-se entender que a ênfase no produto cultural (a obra feita, acabada) a ser promovido pela cooperação deve compartilhar espaço com o destaque a ser dado ao processo de criação cultural, com a aceitação do risco de não se chegar, nos moldes do entendimento cultural arcaico, a uma obra específica e terminada. A cooperação com o processo torna-se tão ou mais relevante do que a cooperação com os produtos.

5.2 Educação

Novos instrumentos de avaliação da cooperação cultural devem ser definidos de comum acordo em nível supra-nacional.

A cooperação cultural começa em casa. Só pode haver real cooperação cultural internacional, quando a cooperação cultural entre as diversas realidades culturais no interior dos países, e não a intervenção cultural do Estado ou dos interesses privados em favor de uma ou outra, é uma realidade. Os recursos despendidos com a cultura em geral e com a cultura na educação não podem ser considerados gastos: são investimentos. A cultura é peça central do processo de educação, não apenas do ponto de vista da formação do indivíduo, mas também como fonte de definição dos conteúdos dos novos meios sociais de informação e comunicação.

A presença da cultura na educação é a condição para garantir os direitos das crianças, definidos em convenção internacional e, de modo particular, a participação de todos no processo cultural contemporâneo, sabidamente exigente. A presença da cultura na educação deve ser entendida como elemento imprescindível para o conhecimento do patrimônio passado e para a compreensão das imagens do presente.

A formação cultural do corpo docente é condição para o desenvolvimento da formação cultural dos estudantes.

SEXTO CAPÍTULO

6. SISTEMA FINANCEIRO NACIONAL

Para Rechtman (2004, p.41) “As peculiaridades da conjuntura macroeconômica brasileira, notadamente o alto custo do capital, limitam sobremaneira o poder de alavancagem de recursos via endividamento bancário. Assim, é bastante comum que os investidores estratégicos prefiram captar recursos com novos acionistas, porém sem perder o controle da empresa”.

Caminhando rumo à estabilização da economia, em contexto internacional de algumas certezas e muitas incertezas, o Brasil necessita, com certeza, de sistema financeiro saudável, competitivo e competente. As regras no mercado financeiro tendem a evoluir na busca pela competitividade e eficiência operacional, que nos estimula a buscar referências em produtos no mercado, seus aspectos legais e negociais.

Para Cohen e Graham (2002,p.197) “os temas financeiros são importantes para os gerentes de projetos porque os projetos desenvolvem ativos que produzem retorno à empresa e a seus acionistas. Isso tem tudo a ver com finanças”... “Falta de Caixa para investir significa inexistência de projetos e provavelmente de negócios.

Conforme explica Ortolani (2002, p.01) “as políticas governamentais para o crédito consideram o comportamento de toda a economia ou o comportamento de alguns setores econômicos específicos. Apresenta exemplos de políticas setoriais como o crédito rural, que tem tratamento diferenciado, com normatização própria estabelecida pelo Banco Central do

Brasil (BACEN), afinada com a política agrícola do governo, setor exportador que desfruta de incentivos governamentais dentro do mercado de crédito por meio do Proex – Programa de Estímulo às Exportações Brasileiras”.

Desde a interveniência em ramos de atividade específicos, como no ambiente macroeconômico, quando existe interesse em estimular as taxas de crescimento e/ou manter/elevar o nível de emprego, o governo atua por meio de mecanismos que aumentam a liquidez da economia e a oferta de crédito, como o *open market* e os depósitos compulsórios, fazendo aumentar a disponibilidade de recursos e influenciando as taxas de juros.

O controle de ingresso de divisas em moeda estrangeira é outra maneira de atuação sobre a liquidez do sistema financeiro, que se reflete no câmbio: O BACEN facilita ou dificulta os empréstimos externos, por meio de controle dos prazos de permanência dos recursos internados no país, de aceitação de *spreads* de risco – *over libor* – máximos e de impostos, estes estabelecidos juntamente com a Receita Federal.”

É necessário conhecer o funcionamento do Sistema Financeiro Nacional para uma profunda discussão sobre o mercado de crédito, constatando que mesmo de forma indireta, praticamente, todas as empresas do sistema interagem com esse mercado.

Para Cohen e Graham (2002, p.199) “Sob a perspectiva financeira, a empresa é um *portfólio* de ativos produzidos por meio de projetos. As operações correntes de qualquer empresa são o produto de projetos passados e são aprimoradas e respaldadas por projetos em andamento”.

6.1 Finalidades Básicas da Empresa do Sistema Financeiro

As finalidades básicas das empresas do sistema financeiro são a intermediação de negócios que envolvam recursos financeiros e a prestação de serviços. Como intermediários financeiros, as instituições atuam altamente alavancadas, sendo os limites máximos

operacionais de aplicações fixados pelo BACEN em função de seus patrimônios líquidos ajustados. O tipo de doador de recursos varia de acordo com o tipo de instituição e de acordo com normas para captação estabelecidas pelo BACEN. Também, esclarece Ortolani ((2000, p. 32) do lado das aplicações, as operações são diferenciadas por tipo de instituição financeira. Em resumo, as formas de captação - *funding* das operações -, bem como as aplicações das instituições financeiras, são definidas pelo BACEN.

6.2 Operações de crédito

As operações de crédito, que as instituições financeiras praticam, podem ser definidas como as que envolvem o risco de inadimplência de obrigações assumidas contratualmente por clientes.

Nas instituições de crédito, conceder crédito a pessoa física ou jurídica é:

- a. alocar um montante de recursos ao tomador hoje, na expectativa de que estes serão pagos futuramente, acrescidos dos respectivos encargos;
- b. assumir responsabilidade pelo cliente perante terceiros, por meio da concessão de garantias;
- c. intermediar operações de *swap* de taxas de juros e taxas cambiais entre duas empresas. No *swap*, que é a troca de fluxos de caixa esperados entre duas empresas, o risco de crédito da instituição que intermedeia a operação refere-se à eventual inadimplência da empresa responsável pelo pagamento da variação positiva (empresa que perde na troca de fluxos). O montante do risco, que não pode ser definido *a priori*, ou seja, antes do vencimento dos fluxos esperados, será igual ao montante da variação positiva. No caso de inadimplência da empresa perdedora, a instituição que intermediou deverá pagar a diferença da taxa para a empresa que ganhou com a transação;

- d. comprometer-se com aquisição de títulos. Enquanto os papéis permanecerem em carteira, ou seja, enquanto os títulos não forem negociados no mercado secundário, a instituição financeira estará correndo o risco do emissor.

As operações de crédito podem representar um risco direto para a instituição, quando o contrato é firmado diretamente entre ela e seu cliente, como nos empréstimos e financiamentos, ou um risco contingente nos casos em que a instituição garante obrigações que seu cliente assumiu perante terceiros e na intermediação de *swaps*.

Os valores liberados pelo credor, para serem aplicados pelo devedor na aquisição de bens imóveis (veículos, máquinas, equipamentos) e imóveis (unidades habitacionais, plantas industriais) são tratados, tecnicamente, como empréstimos.

As condições negociais estabelecidas pelas instituições financeiras em suas operações de crédito levarão em conta a finalidade da operação e o valor da mesma, para dimensionar o risco e definir-se o *spread*. O valor define o grau de risco que o credor está assumindo.

A diferença entre a taxa de aplicação e a taxa paga pela captação de recursos é definida como *spread* ou margem. Quanto maior o risco, será cobrado maior *spread*, no caso de prazos, encargos, captação, comissão, incidência tributária e imposto de renda.

Segundo Ortolani (2000, p.44) “Com relação à formalização legal das operações de crédito, os contratos, como títulos de crédito, são instrumentos utilizados para formalizar suas respectivas garantias.”

O contrato de empréstimo, regulado no Código Civil Brasileiro, cuida das espécies Comodato e Mútuo. Denomina-se Comodato, o empréstimo gratuito de coisas não fungíveis, perfazendo-se pela entrega da coisa do comodante ao comodatário. Mútuo é o empréstimo de coisa fungíveis. O Mutuário é obrigado a restituir ao mutuante o que dele recebeu em coisas

do mesmo gênero, qualidade e quantidade. São os móveis fungíveis que podem, e não fungíveis os que não podem substituir-se por outros da mesma qualidade e quantidade.

Clemente e Souza (2004, p. 29) esclarecem que, “Quanto à política econômica, é desnecessário enfatizar a importância das políticas monetária, creditícia, fiscal, salarial e de comércio exterior. As decisões governamentais nessas áreas afetam tanto direta quanto indiretamente os resultados econômicos das empresas. As relações entre a política econômica e as decisões no mundo dos negócios estão longe de ser simples. Os formuladores de política econômica gostariam que os empresários fossem menos imediatistas e mais crédulos, enquanto os empresários gostariam que os formuladores fossem menos ávidos na cobrança de impostos e que jamais utilizassem seu poder de estabelecer regras, que são consideradas artificiais”.

6.2.1 Garantias Reais

Conforme Ortolani (2000, p. 53) “Em toda operação de crédito, o *first way out* - primeiro caminho de saída, ou primeiro modo de recuperar o que foi emprestado, acrescido de encargos – é a geração de caixa do cliente, ou seja, sua capacidade de, por meio da obtenção de lucros futuros ou recursos de outras fontes, pagar as obrigações assumidas.

As garantias constituem-se no *second way out* nas operações de crédito e podem incidir sobre coisas próprias ou sobre coisas alheias. Classificam-se em reais e pessoais (ou fidejussórias).

As garantias reais caracterizam-se pela destinação de um bem, móvel ou imóvel, que será objeto de execução para liquidação da dívida, na hipótese de o devedor não cumprir sua obrigação, lembrando que é nula a cláusula contratual que autoriza ao credor ficar com o objeto da garantia se a dívida não for paga no vencimento. Recomenda Ortolani iniciar ação

legal, pois somente após decisão judicial é que o credor poderá dispor do bem para, com sua venda, quitar o saldo devedor.

Em relação a projetos, é importante observar a possibilidade de substituição de garantia prevista em aditivo contratual, além de eventual liberação de garantia à medida que o devedor vá amortizando a dívida.

Para Clemente e Souza (2004 p.131): “Um fato real, e que induz uma nova dimensão na análise de projetos de investimentos, é a incerteza. Esta tem origem na impossibilidade de se controlarem os eventos futuros. Pode-se fazer previsão sobre eventos futuros, mas não se pode determinar exatamente quando e com que intensidade eles irão ocorrer. Exemplos clássicos desses eventos são o comportamento futuro da economia.”

6.2.1.1 Tipos de Garantias Reais

Constituem garantias reais – a hipoteca, o penhor e a anticrese. A alienação fiduciária, que é aplicável a bens móveis, dando ao devedor a posse e o uso do bem, formalizada por instrumento público ou particular que deve, obrigatoriamente, ser arquivado no Registro de Títulos e Documentos do domicílio do credor e do devedor.

Alienação fiduciária

Formalizada por instrumento público ou particular deve, obrigatoriamente, ser arquivado no Registro de Títulos e Documentos, aplicável a bens móveis, dá ao devedor a posse e o uso do bem, mantendo a propriedade com o credor. O devedor, como depositário, tem a responsabilidade de conservar o bem e indenizar o credor por quaisquer danos que o bem sofra.

Penhor

O penhor pode ser constituído sobre mercadorias, máquinas e equipamentos, produtos agrícolas e títulos de crédito, devendo ser consideradas as particularidades referentes a cada operação.

Hipoteca

Formalizada por intermédio de instrumento público registrado em Cartório de Registro de Imóveis, pode ser constituída sobre imóveis, aeronaves e embarcações.

Anticrese

Garantia que envolve a entrega de imóvel frugífero, em que o credor conta com a possibilidade de pagar-se por meio de sua exploração. Utilizada no passado nas operações de empréstimos rurais, essa garantia tem sido substituída atualmente pelo penhor de safras futuras.

6.2.2 Garantias Pessoais

A garantia pessoal compreende o comprometimento de terceiros por obrigações assumidas pelo devedor. Nessas condições, não há um bem destacado para assegurar o pagamento da dívida, mas todo o patrimônio do garantidor. No caso de o devedor tornar-se inadimplente, e o garantidor não pagar a dívida amigavelmente, os bens do devedor/garantidor (exceto o bem de família do devedor casado) responderão pela obrigação.

Salienta Ortolani (2000, p. 54) que a “garantia pessoal é mais fraca do que a real, uma vez que os bens do garantidor poderão ser onerados (hipotecados, alienados fiduciariamente ou penhorados) no dia seguinte ao da constituição da garantia pessoal, sendo privilegiados os credores que vierem a possuir garantias reais”.

6.2.2.1 Tipos Garantias Pessoais

O Aval

O aval formaliza-se pela assinatura do garantidor de um título de crédito. (observado o regime de casamento).

A Fiança

A fiança é um contrato, escrito, pelo qual pessoa física ou jurídica garante a obrigação do devedor.

Empréstimos em moeda nacional

A pessoa jurídica geralmente procura compatibilizar as fontes com as aplicações dos recursos para manter o equilíbrio financeiro, sendo que aquisições de ativos considerados de caráter permanente e as aplicações no realizável a longo prazo são normalmente cobertas por fontes de longo prazo, ou seja, pelo exigível a longo prazo e patrimônio líquido.

Veículos Legais/*Funding*

Empréstimos para pessoas físicas e jurídicas podem ser feitos por bancos comerciais e financeiras, enquanto os bancos de investimento podem contabilizar operações apenas de devedores pessoas jurídicas.

Os empréstimos em moeda nacional concedidos por bancos têm como *funding* captações por meio da colocação de Letras de Câmbio (LC), emitidas com lastro nos contratos de empréstimos/financiamentos existentes, ou cessão de crédito, ou capital próprio.

6.3 Modalidades de empréstimos oferecidas pelo mercado

O crédito é disponibilizado no mercado nas modalidades empréstimos: Empréstimos: abertura de crédito e empréstimos contratados antes de cada utilização de recursos; desconto de duplicatas; empréstimos contratados para formação dos estoques por meio do *vendor's program*; cessões de crédito; crédito rural para custeio e comercialização de safras agrícolas, entretanto não há como esgotar todas as possibilidades de estruturas básicas e possibilidades como estabelecer-se fundo especial para incentivo à cultura integrado ao sistema de arrecadação tributária por intermédio da renúncia fiscal pessoa física do Imposto de Renda (Receita Federal).

Na área de crédito rural dentre as modalidades oferecidas há o financiamento para investimento, que cobre aplicações em bens ou serviços que irão beneficiar vários períodos de produção-safras. Empréstimo para custeio, recursos direcionados para a preparação do solo, plantio e manutenção das lavouras até a colheita. Empréstimos para comercialização que incluem as operações de desconto e os empréstimos do governo federal. Nas operações de desconto, são negociadas as notas promissórias ou duplicatas rurais emitidas na comercialização de produtos agrícolas.

SÉTIMO CAPÍTULO

7. FINANCIAMENTOS

Segundo Ortolani (2000, p.108) “Operações de financiamento são as que envolvem a liberação de recursos do credor para o financiado (devedor), ou em nome deste último para um fornecedor de bens, com a finalidade específica de cobrir os investimentos efetuados pelo financiado”. Conceito que abrange “desde a compra financiada de um simples eletrodoméstico ou veículo pela pessoa física, até o financiamento de projetos que envolvem a construção de plantas industriais, portos, ferrovias, compras de máquinas, equipamentos, veículos e outros bens pela pessoa jurídica”.

Bancos comerciais, bancos de investimentos, bancos de desenvolvimento e bancos múltiplos podem atuar nesse segmento de negócios como financiadores ou repassadores de recursos oficiais e em moeda estrangeira, predominantemente para pessoas jurídicas, com prazos de financiamento médios e longos.

As companhias de crédito, financiamento e investimento atuam como financiadoras para crédito de pequeno/médio valor, predominantemente para pessoas físicas com prazos curtos/médios, segmento em que atuam também os bancos múltiplos que operam a carteira de crédito, financiamento e investimento.

O sistema BNDES compreende o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), a agência Especial de Financiamento Industrial (FINAME), que é atualmente, um departamento do BNDES, e o BNDES Participações (BNDESPAR).

Pelo BNDES são conduzidas as operações que envolvem projetos e prestação de garantias financeiras; na Finame, são centralizadas as operações direcionadas exclusivamente para a compra de máquinas e equipamentos e pelo BNDESPAR cursam as operações que envolvam subscrição de valores mobiliários e participações em fundos de investimento.

As operações apoiadas pelo BNDES podem ser diretamente encaminhadas a ele, quando se tratar de projetos especiais, (valores mais expressivos, acima de R\$ 7MM). Nos demais casos, os interessados nos financiamentos devem dirigir-se aos agentes financeiros, instituições financeiras credenciadas que atuam como repassadores de recursos do BNDES. Perante o BNDES, os agentes financeiros são devedores solidários e principais pagadores.

Segundo Heiss (1975, p.272) “Uma vez que sobreviver é, atualmente, a questão mais importante para qualquer organização, uma atitude que descuide do planejamento futuro por causa dos problemas do dia a dia, acabará levando para um acúmulo de grandes problemas a longo prazo”.

De alguma maneira como toda formulação de política pública, as políticas culturais também necessitam de antevisão, em seu planejamento, em suas fontes e mecanismos de financiamento. No entanto, é a clareza quanto às prioridades e às metas a serem alcançadas em curto, médio e longo prazos que possibilitará a escolha de estratégias diversificadas e adequadas para o financiamento das atividades artísticas e culturais.

Como toda política pública, as políticas culturais também necessitam previsão em seu planejamento, para as suas fontes e mecanismos de financiamento.

Alternativas precisam surgir para garantir sustentabilidade para o setor, porque uma lei de incentivos fiscais específica para a cultura não é o único instrumento capaz de carrear

recursos para o setor. Este tipo de suporte fiscal pode assumir inúmeras formas de modo a refletir uma política efetiva de governo, inclusive, complementadas por financiamento direto a projetos culturais.

Atualmente, os grandes e pequenos produtores lutam pelos mesmos recursos via leis de incentivo fiscal, num universo ao qual se somam as instituições públicas depauperadas, promovendo uma concorrência desequilibrada com os produtores independentes.

O estabelecimento de discussão com a sociedade abre a possibilidade se perceber a condição de equilíbrio que deve existir para oferecer alternativas na administração do quadro atual para o financiamento a projetos culturais, em que as matrizes das empresas se localizam nas regiões Sul e Sudeste, sabendo-se que se tem de pensar nos Estados menos industrializados, onde a captação de recursos via lei de incentivos torna-se, muitas vezes, inviável administrar a diversidade cultural e as necessidades específicas de cada região.

A arte inovadora, experimental, portanto não legitimada e altamente arriscada, sem o concurso do apoio governamental não resistiria, nem mesmo aquelas manifestações de caráter local, que não têm a visibilidade necessária para interessar potenciais patrocinadores. Conhecer estas várias faces do cotidiano é fundamental para a formulação de políticas públicas conseqüentes na área e para o posicionamento estratégico de cada gerente de projetos culturais.

Reorganizando as estruturas sociais e baseando-se em distribuição de recursos econômicos atingir-se-á a meta de estabelecimento de política cultural.

Precisa-se estabelecer no Brasil uma dimensão que permita a elaboração de diagnósticos para atacar os problemas de maneira programada, estimar recursos e solucionar carências, através do estabelecimento de metas em curto, médio e longo prazos.

Para existirem sistemas organizados socialmente, busca-se então uma organização da produção cultural que permita a formação e aperfeiçoamento daqueles que pretendem entrar

nesse circuito de produção, criando ainda mais espaços e meios que possibilitem a sua apresentação ao público, que implemente programas/projetos de estímulo, que crie novas agências de financiamento para os produtores. É preciso desenvolver, cada vez mais, um circuito organizacional que estimule, por diversos meios, a produção, a circulação e o consumo de bens culturais.

A capacidade de criação, compreensão e fruição críticas das manifestações artísticas surge, também, em consequência do desenvolvimento da consciência de cidadania cultural, possibilitando ao indivíduo perceber e valorizar as diferenças de temas, estilos e linguagens próprias às produções culturais de cada época. Portanto, decorre de uma educação do gosto, do olhar, da audição – educação dos sentidos, enfim – resulta da capacidade de proporcionar ao indivíduo autônomo e consciente o discernimento da qualidade do produto cultural, para ir muito além da mera assimilação passiva dos objetos impostos pela cultura de massa. O estímulo à criatividade possibilita a integração da cultura no circuito da produção e difusão do conhecimento e constitui os elementos centrais do novo paradigma produtivo das sociedades para este século.

7.1 Alternativas de financiamento

A função do Estado como instituição que protege e garante a identidade do cidadão é insubstituível. A política cultural é questão de Estado, todavia, não cabe ao Estado a responsabilidade de ser o único a propor e desenvolver as iniciativas que deverão ocorrer nas diversas frentes culturais: preservar o nosso patrimônio cultural em todas as formas pelas quais ele se apresenta, e aumentar o fluxo de produção de bens culturais, o que ocorrerá como resultado da democratização do acesso à cultura e das políticas praticadas pelas agências públicas de fomento e pelo setor privado.

A política cultural clara a que se referem os críticos quanto à ausência de definição do governo em relação aos rumos e estratégias no campo cultural deverá proporcionar uma retomada de confiança nos valores mais caros de nossa nacionalidade, cultivados nos grupos de convívio, expressos nas tradições locais, na memória e no patrimônio cultural de cada comunidade, promovendo a regeneração e a inclusão social, principalmente, da população jovem, restabelecendo o papel dos movimentos culturais mais autênticos e vigorosos, criando parcerias e estabelecendo sinergias com todos os setores da sociedade civil, formando platéias, novos talentos, e promovendo a gestão comunitária dos espaços públicos em direção à auto-sustentabilidade da dinâmica cultural.

Para Valeriano (1998, p. 63) “Alternativas de financiamento podem ser auxiliares na promoção com agilidade das mudanças do ambiente empresarial brasileiro. Diversos fatores políticos, culturais, econômicos e sociais, que se inter-relacionam fortemente, estão submetidos a constantes alterações, exigindo permanente adaptação das organizações e das pessoas, que na elaboração das estratégias refletem as mudanças organizacionais que agregam valor em razão das competências essenciais de seus colaboradores (habilidades, recursos e tecnologias que criam valor, obtendo vantagem competitiva por meio do resultado das competências essenciais), tendo em foco o “ambiente no futuro”, como previsão tecnológica”.

A necessidade do exercício da visão prospectiva do ambiente empresarial torna-se essencial à sobrevivência, competitividade e liderança da empresa.

Alguns gestores brasileiros têm demonstrado seu potencial e capacidade de antevisão. Entretanto, uma visão de futuro desacompanhada de ações consistentes e coerentes, é absolutamente inócua. Da mesma forma, ações descoordenadas e sem focar um objetivo traçado, tornam-se inoperantes.

7.1.1 Financiamento Reembolsável

A globalização da economia atua como fator de aceleração da competitividade, impondo produtos com menor ciclo de vida e estabelecendo preços segundo os mecanismos de mercado. O fabricante, obrigado a operar com a redução de margens de lucro, sujeita-se a diminuir seus custos, através de produtividade e de racionalização dos fatores produtivos. Do outro lado, o consumidor se mantém na expectativa de obter menor preço e mais qualidade.

A carga tributária, pesada por ser mal distribuída, também deverá ser objeto de uma reforma, cuja finalidade é reduzir os gastos do governo e minimizar o *déficit* público, diminuindo as taxas de juros e incentivando novos investimentos.

As empresas desenvolveram e diversificaram suas formas de comunicação, pois o mercado ficou saturado pela publicidade e promoção convencionais. Nesse processo, o patrocínio cresceu como ferramenta de comunicação, por sua capacidade de agregar atributos à marca, e envolver emocionalmente os públicos de interesse.

Os investimentos sociais, culturais, ambientais e esportivos das empresas são um meio concreto de expressão. As ações quebram resistências e propiciam percepções, sensações e emoções que abrem canais diretos com corações e mentes. Favorecem a assimilação das mensagens, sobretudo, promovem o relacionamento com uma comunidade, que exige o compromisso e a integração das empresas com o seu meio.

A comunicação por atitude se desenvolve em todo o mundo independentemente de incentivos fiscais. Ela decorre de transformações nos processos de comunicação institucional e mercadológica, em mercados competitivos e pela necessidade das empresas terem uma maior integração social.

7.2 Investimento, Financiamento e acesso à cultura:

No Brasil, as ações das empresas nas áreas esportiva, ambiental e social crescem fortemente sem qualquer benefício fiscal. As leis de incentivo no Brasil, na verdade, funcionam como um mecanismo de investimento público à cultura, feito através das empresas.

Para que haja real discussão sobre de financiamento público é necessário saber-se o que se deve financiar e quais são as prioridades e metas do Estado Brasileiro. É importante reconhecer que o atual mecanismo de incentivo à cultura não é o ideal - muitas vezes injusto e com pontos frouxos, que dão margem a abusos. Os problemas acumulados desde a criação da Lei Rouanet, em 1993, não podem ser resolvidos de uma única vez ou isoladamente. Sem permitir que aconteça um colapso que mudanças repentinas nas Leis de cultura poderiam provocar na produção cultural do País, porque em alguns lugares do Brasil, a única maneira de haver cultura é pela lei de incentivo.

Clara é a visão do Ministério da Cultura no Brasil que defende a idéia de que as empresas não seriam patrocinadoras de produtos culturais não fosse a renúncia fiscal. Mais recentemente, as organizações perceberam que a atitude responsável e o compromisso com a sociedade são imprescindíveis para o empreendimento de negócios com valor efetivo. Que as pessoas jurídicas também podem ser cidadãs, e que os consumidores sabem muito bem perceber isso. E novamente o privado e o público aliaram-se para a geração de benefícios mútuos.

O marketing cultural fundamenta-se na idéia de formação de uma imagem da empresa a partir da exposição da marca em promoções culturais. Gomez (2001, p.94) constata que “A globalização política e cultural está impondo a denominada cultura de massas, o mínimo denominador comum que pode se apresentar como mercadoria nas transações comerciais. A cultura concebida como pura mercadoria perde sua identidade essencial como manifestação

de diferença de formas de vida, como valor de uso na satisfação singular de necessidades, para se converter em puro valor de troca. O sincretismo que requer o livre mercado trivializa tudo, dissolvendo o valor singular das identidades morais, artísticas, políticas ou culturais em simples manifestações descontextualizadas que se exibem nas vitrinas do supermercado mundial”.

É preciso que se veja a cultura como algo essencial. Trata-se de um propulsor do desenvolvimento do país, de um fator de diferenciação e competição e de um instrumento de transformação e compreensão do mundo. Merece ser encarado como prioridade governamental e individual, e como canal de diálogo vital entre pessoas e instituições.

A discussão sobre o financiamento da cultura, atualmente promovida pelo Ministério da Cultura em todas as regiões do país, envolvendo os mais diversos segmentos culturais e empresariais, representa, um novo momento, e resgata um dos principais compromissos do documento “A Imaginação a Serviço do Brasil”⁴.

Ampliar os recursos do Fundo Nacional de Cultura e estabelecer um debate com a sociedade um processo de transição que diversifique as fontes de financiamento da cultura, sustentadas atualmente nas Leis de Incentivo Fiscal, - enfoque do respectivo documento - , é primordial para o bom desempenho do gestor cultural.

7.2.1 Carência de política pública para a cultura

Conforme Hollanda (2004. org. p.106)“O acesso à cultura – pensado não só como memória ou ato criativo espontâneo ou artístico, mas como conhecimento -, ou necessidade de apropriar-se continuamente de suas variáveis e disponibilizar esse acervo à comunidade, é um ato consciente que exige inserção coletiva e política a todos os cidadãos. Assim exige um ambiente comunitário e político favorável à inserção cultural do indivíduo e de grupos”. A

⁴ Diretrizes políticas expostas em documento à sociedade pela Administração Federal. Partido dos Trabalhadores 2003.

nossa disposição de aprender a dialogar com universos diversos é fruto dos estímulos que recebemos do ambiente vivenciado na infância, na adolescência, na fase adulta da vida. Estímulos e incentivos proporcionados pela riqueza dos encontros culturais proporcionados ao longo da vida, da nossa facilidade e curiosidade de apreendê-los e transformá-los em dados importantes da experiência humana. A cultura, tal qual ela é pensada no século 21, é a experiência que marca a vida humana em busca do conhecimento, do alto aprimoramento, do sentido de pertencimento e da capacidade de trocar simbolicamente”.

É chegado o momento de se começar a implementar esta política e repensar o financiamento da cultura, envolvendo tanto o setor público como o privado, “redefinindo seus papéis e reestruturando os atuais mecanismos de financiamento”.

Para mudar este quadro é imprescindível que se tenha uma visão correta da importância da economia da cultura e novos mecanismos de financiamento sejam criados, buscando de um lado possibilitar que o Estado cumpra o seu papel como condutor de uma verdadeira política pública de cultura e, por outro, a iniciativa privada passe a investir de fato na área cultural.

As leis de Incentivo Fiscal devem permanecer, mas totalmente reformuladas, exigindo uma contrapartida real das empresas, redirecionando parte significativa dos recursos para o Fundo Nacional de Cultura e possibilitando o acesso dos órgãos e instituições públicas de natureza cultural, estaduais e municipais aos seus recursos. Devem, também, ser criadas novas alternativas de renúncia fiscal, hoje restrita às empresas que declaram o IR com base no lucro real e às pessoas físicas, possibilitando às pequenas e médias empresas que declaram o IR com base no lucro presumido, também, investirem na área cultural, contribuindo para descentralizar e democratizar o acesso aos recursos públicos provenientes da renúncia fiscal.

Para Gómez (2001, p. 91) “A lógica do benefício rápido e fácil, que impera na economia do livre mercado, conduz inexoravelmente, em seus desenvolvimentos mais

sofisticados, à primazia da especulação financeira sobre qualquer outra proposta ou atividade. No mercado mundial atual, não se intercambiam objetos fundamentalmente por seu valor de uso para satisfazer necessidades, mas por seu valor de câmbio. O que se intercambia é o direito de utilizar tais objetos como novos instrumentos de intercâmbio e de poder com maior valor acrescido. Esta lógica do benefício a qualquer preço se concretiza de forma exemplar na economia financeira, na qual a primazia da rentabilidade sobre a produtividade põe a descoberto sua potencialidade tanto acumuladora como destrutiva. O parque industrial de um país corre seriamente o risco de quebra quando, através do intercâmbio financeiro, do movimento de capitais e das práticas especulativas, se ganha muito mais dinheiro, de forma muito mais fácil e rápida, do que produzindo bens, artefatos ou infra-estruturas”.

7.3 Metas

A discussão de modelos de financiamento cultural requer a integração de cada mecanismo proposto a um planejamento de metas de médio e longo prazos - leia-se, a uma Política Pública de Cultura clara e consistente;

Uma Política Pública de Cultura efetiva deve permitir uma clara distinção da diversidade da atividade cultural (entretenimento, arte, capital cultural etc.), assim como os modelos de financiamento e os critérios de aprovação e auditoria de projetos;

Para tanto, em junho de 2003, o Instituto lançou o Seminário Visões da Cultura, iniciando um ciclo de debates que se encerraram no dia 9 de setembro do mesmo ano com a intenção de avaliar a situação do setor no país, fixar proposições gerais para a formulação de uma política cultural para o Brasil e subsidiar o próprio Instituto, e outras instituições congêneres, para a elaboração de projetos de políticas culturais para o Brasil.

Com base na participação da sociedade, que enviou centenas de propostas e contribuições, durante o tempo de duração do Seminário, o Instituto Pensarte apresentou aos

órgãos públicos e à sociedade brasileira uma Carta Propositiva refletindo o pensamento e as necessidades apresentadas pelos participantes. Pela sistemática identificada como a mais profícua, o Seminário foi dividido conforme os seguintes setores que manifestam a cultura nacional: artes cênicas, artes visuais, audiovisual, cultura popular, livro e leitura, museus, música e patrimônio. Para cada um desses setores formularam-se propostas, aprovadas pelos presentes ao encerramento do Seminário Visões da Cultura, que integram a Carta Propositiva.

O Fórum busca organizar com outros atores da comunidade cultural e deve servir de porta-voz da sociedade civil no debate de política e financiamento. Com isso, pretende-se um acompanhamento constante da situação da cultura no país, modificando a lógica que hoje impera, quando a sociedade apenas se reúne em momentos de crise ou de ameaça, quando, muitas vezes, já é tarde demais. Quando há mesa para discussão, há muita disposição em colaborar com as ações do governo, lutando pela inclusão da sociedade civil em toda e qualquer ação que envolva a cultura no país.

Ao mesmo tempo em que se observa a tendência oficial em se limitar as leis de incentivo à cultura, nota-se o movimento de diversos setores nacionais que busca por mais recursos destinados à cultura.

As leis de incentivo à cultura que possibilitem renúncia fiscal devem fazer parte de estrutura reguladora que determine princípios e objetivos de uma política cultural pública e que demonstre à sociedade a competência que a cultura possui em gerar riquezas econômicas e em afirmar a essência da natureza dessa sociedade. É necessário que se compreenda a renúncia fiscal como um instrumento de política cultural com fim específico de financiar ações culturais que possuam capacidade de retorno de mercado para os investidores da cultura ao qual ela se adapte melhor. Portanto, para que o mecanismo funcione com maior vigor, ele deve ser entendido em meio a outros mecanismos de financiamento que possam abarcar de modo completo as diversas dimensões de expressão cultural.

Esclarece Ceznik (2002, p.51) “A pessoa física pode investir até 6% de seu imposto de renda devido em favor de projetos culturais previamente aprovados pelo Ministério da Cultura. Esse investimento pode se dar na modalidade de patrocínio ou doação. A previsão legal encontra-se no artigo 26 da Lei nº8.313/91. Como patrocínio, o investidor abate 60% do valor efetivamente contribuído e, como doação, até 80%. É importante salientar que os benefícios de que trata o artigo 26 da lei não excluem ou reduzem outros benefícios, abatimentos e deduções em vigor, em especial as doações a entidades de utilidade pública (Parágrafo 3º)”.

Ganha sentido, então, a proposta de criação de fundos nos estados e na União com o fim de destinar verba direta dos governos a iniciativas culturais, que o governo vem levantando, deste modo, os fundos teriam uma ingerência governamental direta. Serviriam para o financiamento de projetos menores e relevantes, social ou artisticamente, que não tem necessariamente a competência do alcance de visibilidade de mercado para que se adapte aos benefícios de renúncia fiscal. No entanto, há de se salientar, uma vez mais, a especificidade do objetivo que os fundos devem contemplar, não podendo ocorrer como negativa ou substituto dos mecanismos já existentes, mas como um complemento dentro de uma estrutura ampla de incentivo à cultura.

Em decorrência de implementação de uma política cultural efetiva, a cultura no Brasil poderá conquistar o acesso democrático e livre, com o respeito à diversidade, a toda a população, como parte do desenvolvimento humano. Deixará, então, de representar um benefício da elite econômica do país, para se transformar em direito da população.

Ao ampliar os benefícios (com a melhor regulação de leis de incentivos fiscais, fundos e maior orçamento) dentro de uma visão estrutural procura dar voz às suas ações, cumprindo assim sua missão principal de articulação, para o setor cultural, contribuindo para a transformação da sociedade brasileira, através da cultura.

7.4 Competências

As discussões em torno do financiamento, dos patrocínios e das leis de incentivo, embora necessárias, carregam um componente de desgaste do setor perante a sociedade, reforçando a compreensão da desnecessidade da cultura e da sua descrença como elemento fundamental na formação do ser humano e da transformação da sociedade.

Como construir uma sociedade justa e solidária senão por meio de um processo que privilegie os direitos fundamentais do ser humano, o desenvolvimento de potenciais e competências individuais, que fazem com que o cidadão se reconheça como agente ativo da história, do tempo presente e do espaço? Ao entregar a cultura nas mãos do mercado, o governo coloca-se como um facilitador das relações entre os produtores culturais e as fontes de financiamento disponíveis.

Os projetos realizados por meio da lei de incentivo à cultura (mecenato com renúncia fiscal), não refletiram nenhuma política, nenhum desenho de intenções e sim a proximidade das fontes e a capacidade de captação de recursos. Projetos relevantes não puderam ser contemplados, não por falta de mérito e sim pela dificuldade de financiamento.

Gilberto Gil⁵ defende um conceito amplo de cultura e reafirma o papel de inclusão social por ela propiciado, dando vez e lugar “a todas as manifestações culturais, em especial às culturas populares, indígenas e afro-descendentes, e às expressões transdisciplinares, fruto de contaminação urbana, como o *hip hop*”.

Nos tempos que correm, quando a cultura encontra-se empurrada por duas forças avassaladoras – a globalização econômica e a tecno-ciência – não é possível o Estado continuar a manter uma posição recuada diante dos meios de comunicação e dos grandes interesses em jogo quando se trata de tornar a cultura rentável. Pelas falas oficiais vê-se que

⁵ Ministro Gilberto Gil em seu pronunciamento no encontro de Secretários de cultura em São Paulo 27/11/2003.

há que se transigir de forma diferente com os valores do mercado e nem todos os setores da cultura podem ficar em suas mãos. Hoje, os bens culturais estão mais expostos à especulação e ao consumo, por isso mesmo é fundamental a presença do poder público, tanto para mediar essas relações quanto para garantir o papel de inclusão social e de realização da cidadania, inserindo as políticas públicas para a cultura no cerne das intervenções transformadoras do Estado, integrando ações ambientais e sociais sem paternalismo, sem fisiologismo, sem clientelismo.

É preciso atacar alguns pontos decisivos para o bom funcionamento de uma política real e não simplesmente retórica. A economia da cultura, por exemplo, evidencia como, em vários setores, é possível capacitar jovens, gerar empregos e atrair divisas. Das áreas mais sensíveis, é preciso destacar o áudio-visual que, além de mobilizar volumes consideráveis de recursos, é um dos setores mais visados pelos *lobbies* organizados e grupos de pressão. Deve-se relembrar o papel fundamental das estatais no fomento à cultura buscando sensibilizar os investidores e valorizar o papel do financiador cultural, tão importante quanto o investidor na área social favorecendo a visibilidade de grupos e artistas de todas as partes do Brasil. Medidas como essas poderiam ser tomadas para as outras áreas como artes plásticas, teatro, música, dança e, principalmente, na implantação de bibliotecas e políticas de leitura das quais todo o país está carente.

OITAVO CAPÍTULO

8. RESULTADOS ALCANÇADOS

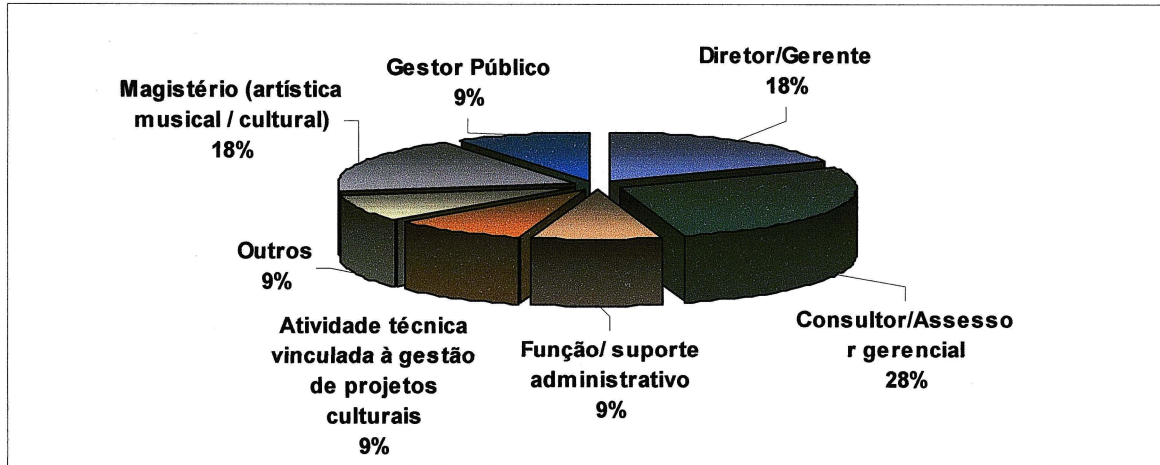
8.1 Pesquisa

Enviamos questionários em 06-2005 a 23 gerentes de projetos culturais na cidade de Curitiba-Pr, dos quais retornaram respondidos onze. Constatamos que, conforme especulações junto ao mercado cultural a importância atribuída às leis de incentivo à cultura, entretanto não há rejeição significativa à implantação de programa de financiamento à cultura, o que confirma também a necessidade de opções para o gerente de projetos culturais.

<i>1. Perfil de sua principal atividade, cargo ou função profissional:</i>	%
Diretor/Gerente	18
Consultor/Assessor gerencial	27
Função/ suporte administrativo	9
Atividade técnica vinculada à gestão de projetos culturais	9
Magistério (artística musical / cultural)	18
Gestor Público	9
Outros	9

Base: 11 respondentes.

1. Perfil de sua principal atividade, cargo ou função profissional:

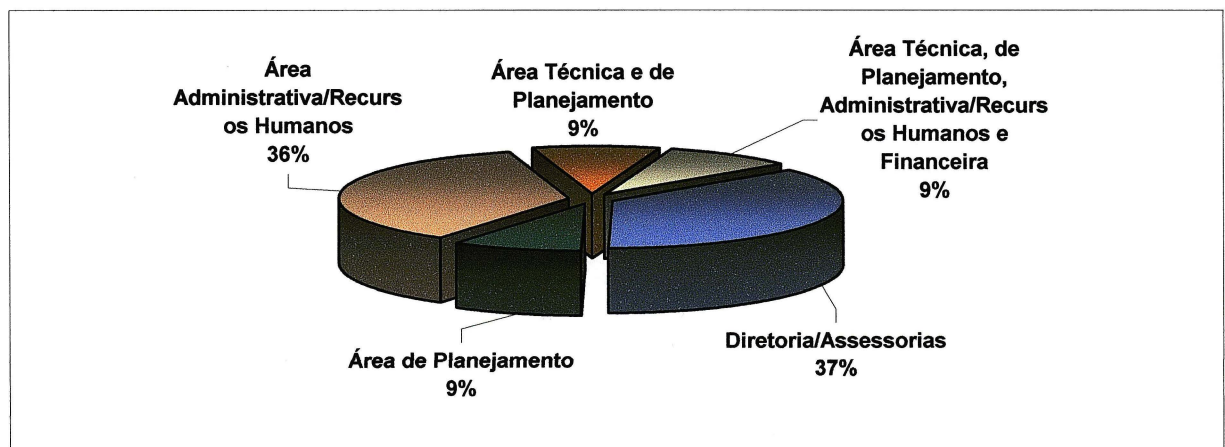


Base: 11 respondentes.

2. Área de atuação:	%
Diretoria/Assessorias	36
Área de Planejamento	9
Área Administrativa/Recursos Humanos	36
Área Técnica e de Planejamento	9
Área Técnica, de Planejamento, Administrativa/Recursos Humanos e Financeira	9

Base: 11 respondentes.

2. Área de Atuação:

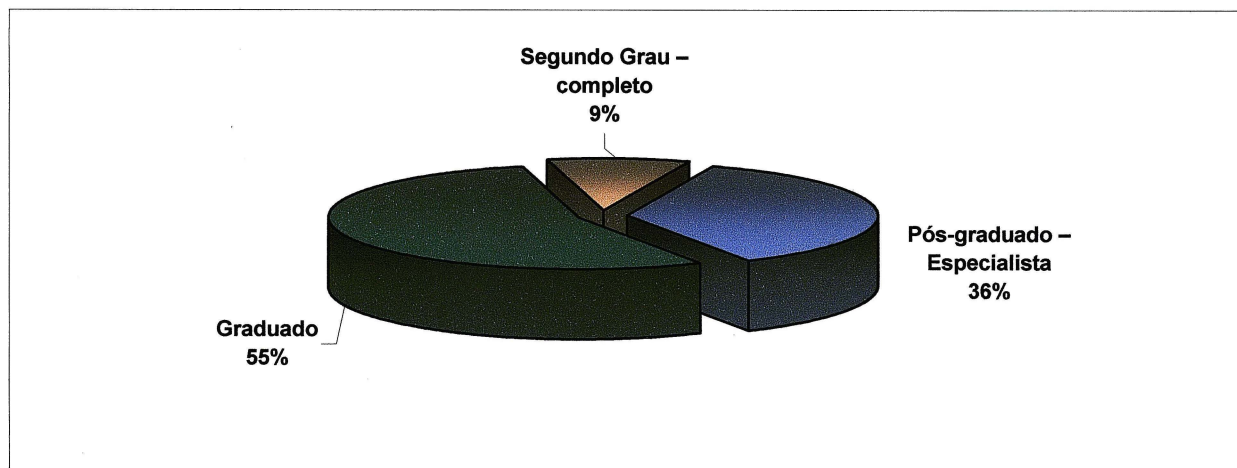


Base: 11 respondentes.

3. Escolaridade:	%
Pós-graduado – Especialista	36
Graduado	55
Segundo Grau – completo	9

Base: 11 respondentes.

3. Escolaridade:

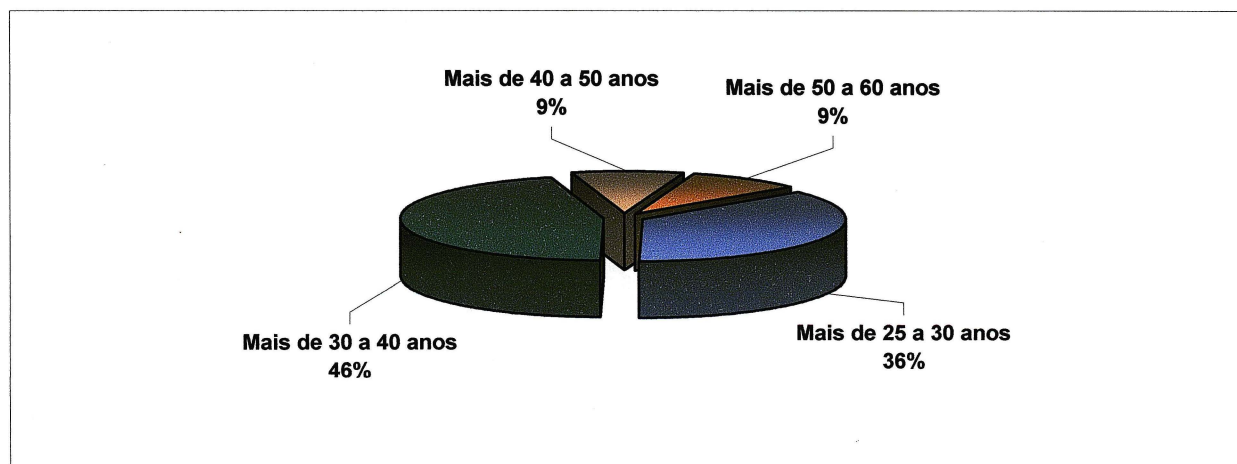


Base: 11 respondentes.

4. Faixa Etária:	%
Mais de 25 a 30 anos	36
Mais de 30 a 40 anos	45
Mais de 40 a 50 anos	9
Mais de 50 a 60 anos	9
Total	100

Base: 11 respondentes.

4. Faixa Etária:

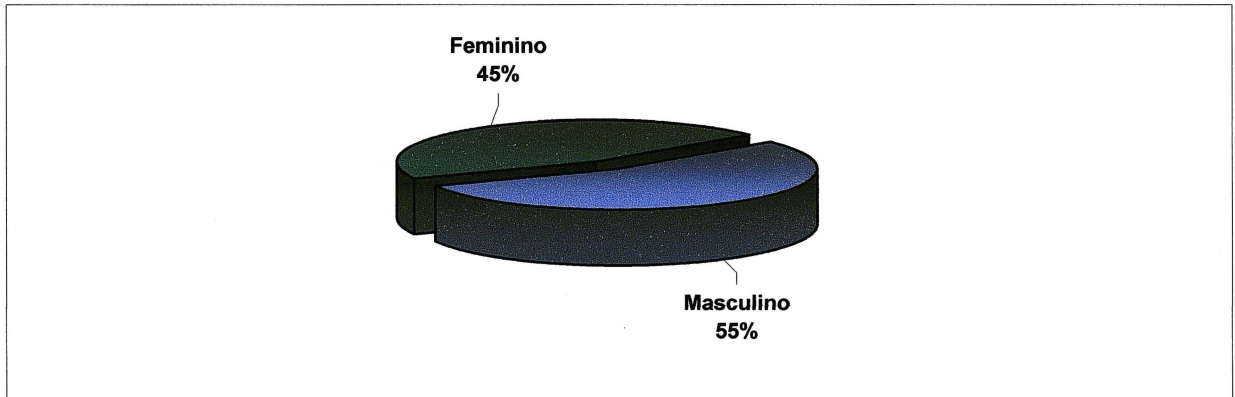


Base: 11 respondentes.

5. Sexo:	%
Masculino	55
Feminino	45

Base: 11 respondentes.

5. Sexo:

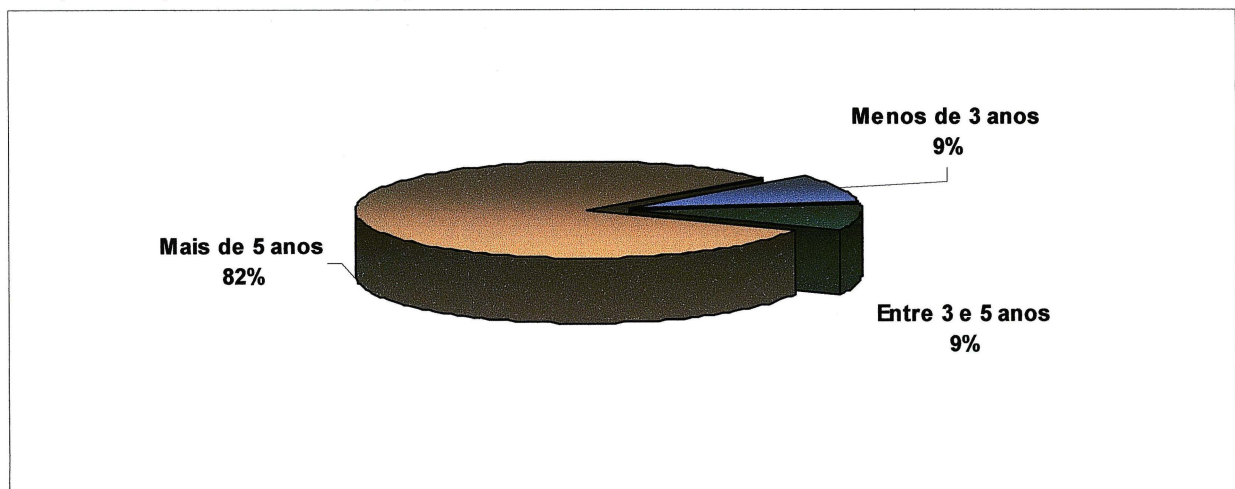


Base: 11 respondentes.

6. Há quanto tempo você trabalha com projetos culturais?	%
Menos de 3 anos	9
Entre 3 e 5 anos	9
Mais de 5 anos	82

Base: 11 respondentes.

6. Há quanto tempo você trabalha com projetos culturais?

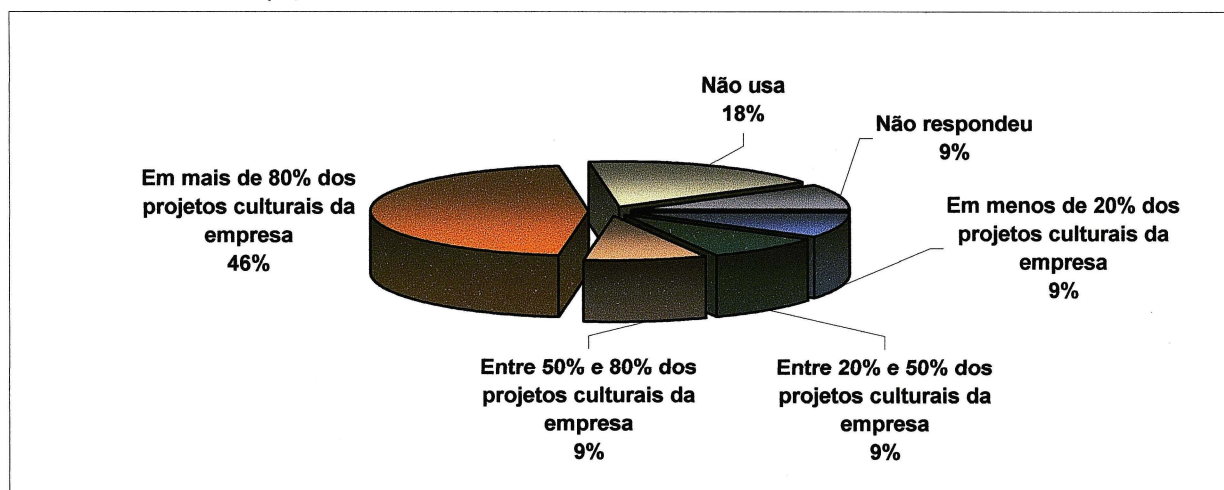


Base: 11 respondentes.

<i>7. Você utiliza as Leis Municipal/ Estadual Federal de Cultura?</i>	%
Em menos de 20% dos projetos culturais da empresa	9
Entre 20% e 50% dos projetos culturais da empresa	9
Entre 50% e 80% dos projetos culturais da empresa	9
Em mais de 80% dos projetos culturais da empresa	45
Não usa	18
Não respondeu	9

Base: 11 respondentes.

7. Você utiliza as Leis Municipal/ Estadual Federal de Cultura?

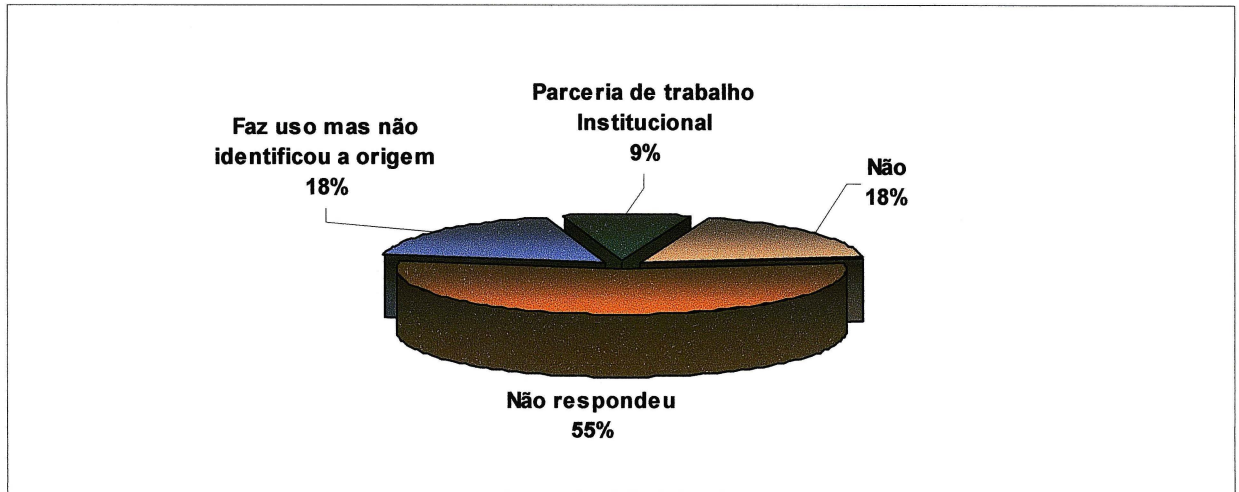


Base: 11 respondentes.

<i>8. Caso você não faça uso de Leis de Incentivo, qual a origem de recursos de financiamento de seus projetos?</i>	%
Faz uso mas não identificou a origem	18
Parceria de trabalho Institucional	9
Não	18
Não respondeu	55

Base: 11 respondentes.

8. Caso você não faça uso de Leis de Incentivo, qual a origem de recursos de financiamento de seus projetos?

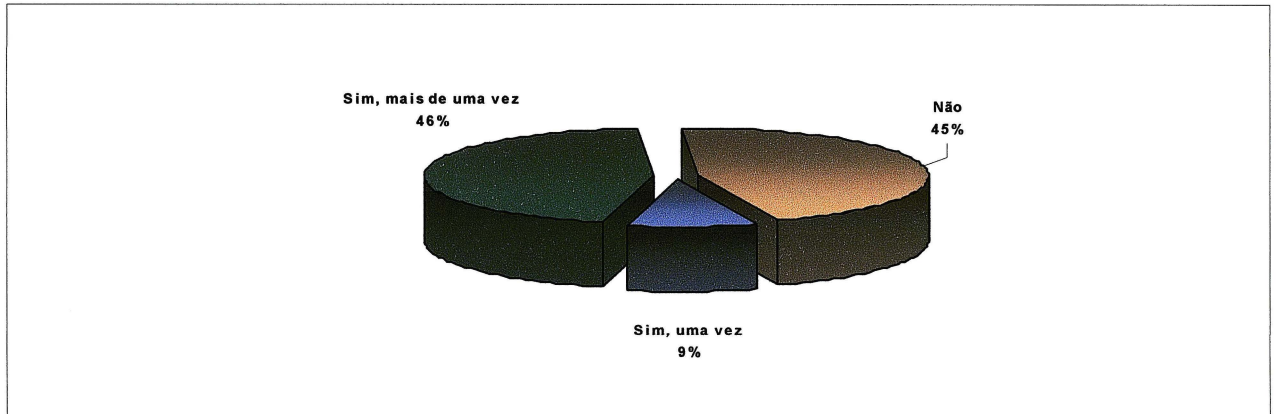


Base: 11 respondentes.

<i>9. Você ou sua empresa já colocou dinheiro do próprio bolso em projetos culturais, tomando recursos no mercado a título de empréstimo para complementar valores necessários ao desenvolvimento do projeto?</i>	%
Sim, uma vez	9
Sim, mais de uma vez	45
Não	45

Base: 11 respondentes.

9. Você ou sua empresa já colocou dinheiro do próprio bolso em projetos culturais, tomando recursos no mercado a título de empréstimo para complementar valores necessários ao desenvolvimento do projeto?

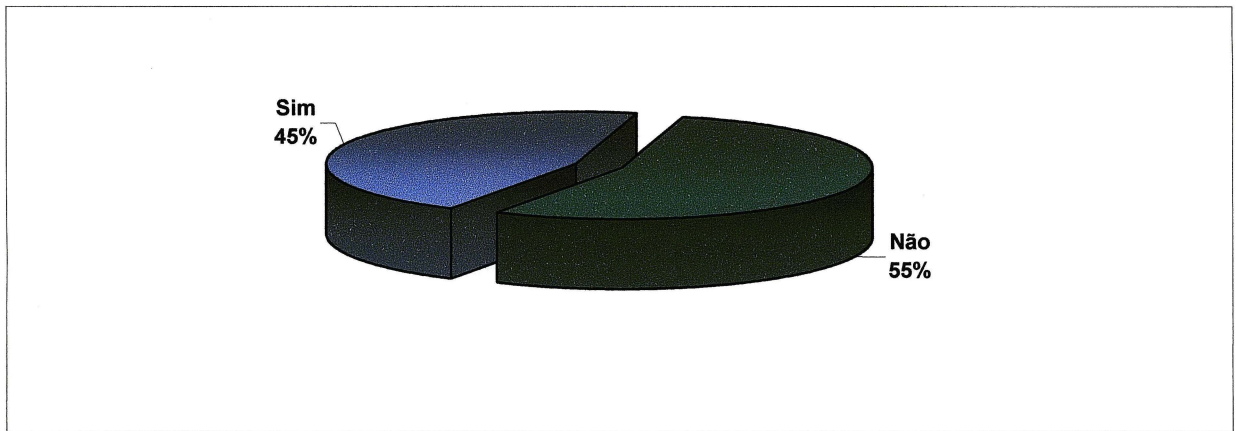


Base: 11 respondentes.

<i>1. Antes das leis de incentivo à cultura no Brasil (1986), você já havia produzido projetos culturais?</i>	%
Sim	45
Não	55

Base: 11 respondentes.

1. Antes das leis de incentivo à cultura no Brasil (1986), você já havia produzido projetos culturais?

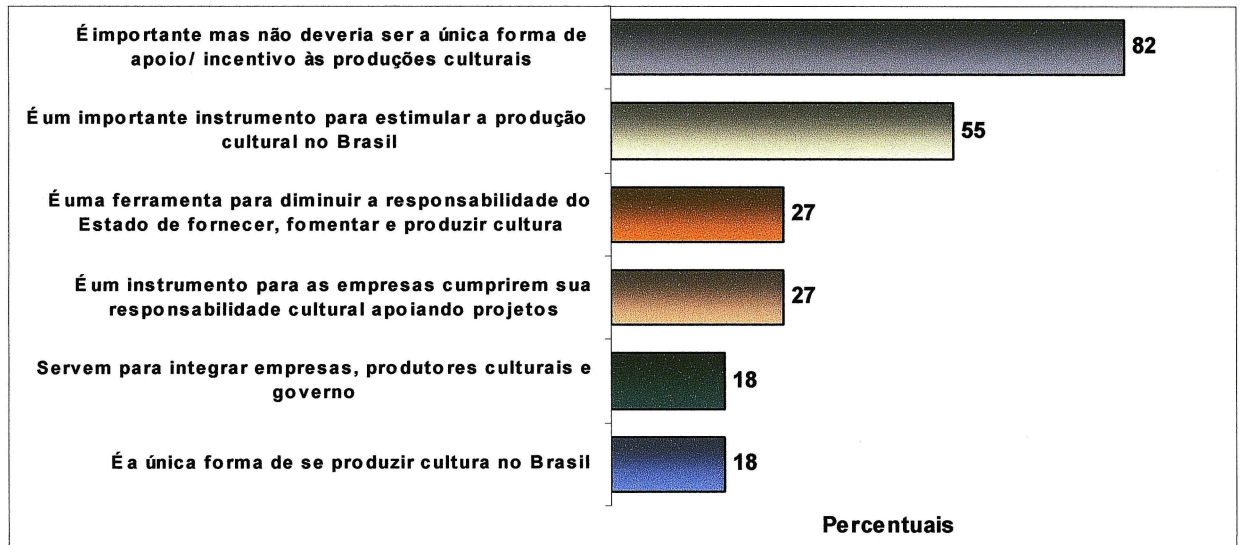


Base: 11 respondentes.

<i>2. Marque abaixo as informações que você recebeu sobre as leis de incentivo à cultura: (RM)</i>	%
É a única forma de se produzir cultura no Brasil	18
Servem para integrar empresas, produtores culturais e governo	18
É um instrumento para as empresas cumprirem sua responsabilidade cultural apoiando projetos	27
É uma ferramenta para diminuir a responsabilidade do Estado de fornecer, fomentar e produzir cultura	27
É um importante instrumento para estimular a produção cultural no Brasil	55
É importante mas não deveria ser a única forma de apoio/ incentivo às produções culturais	82

Base: 11 respondentes.

2. Marque abaixo as informações que você recebeu sobre as leis de incentivo à cultura: (RM)

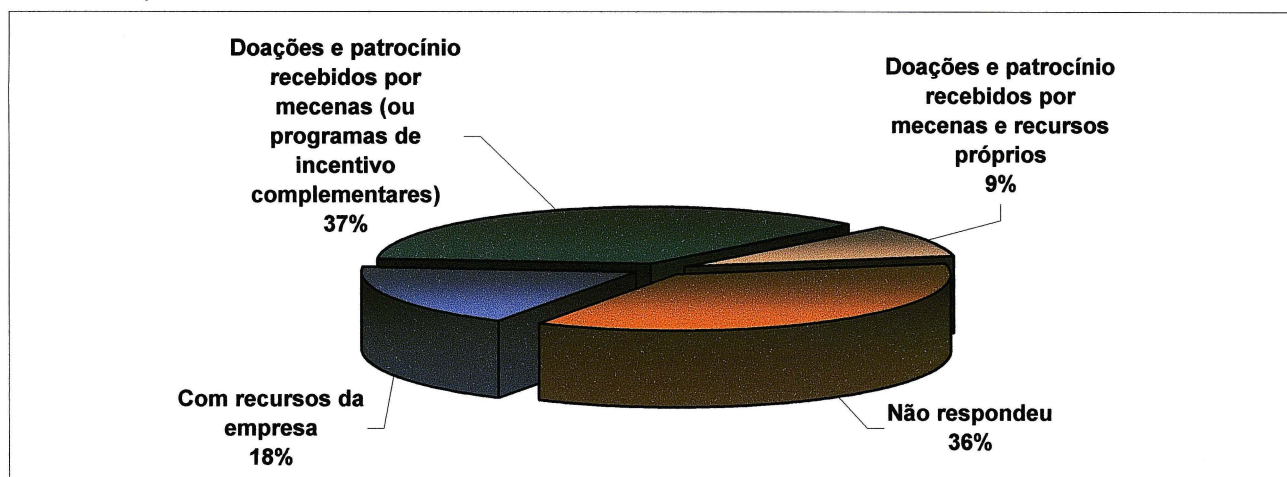


Base: 11 respondentes.

<i>3. Como você aprendeu a usar as leis de Cultura?</i>	%
Sozinho, através de uso intuitivo	9
Sozinho, através de apostilas ou manuais explicativos	55
Com os colegas de trabalho	27
Não respondeu	9

Base: 11 respondentes.

3. Como você aprendeu a usar as leis de Cultura?

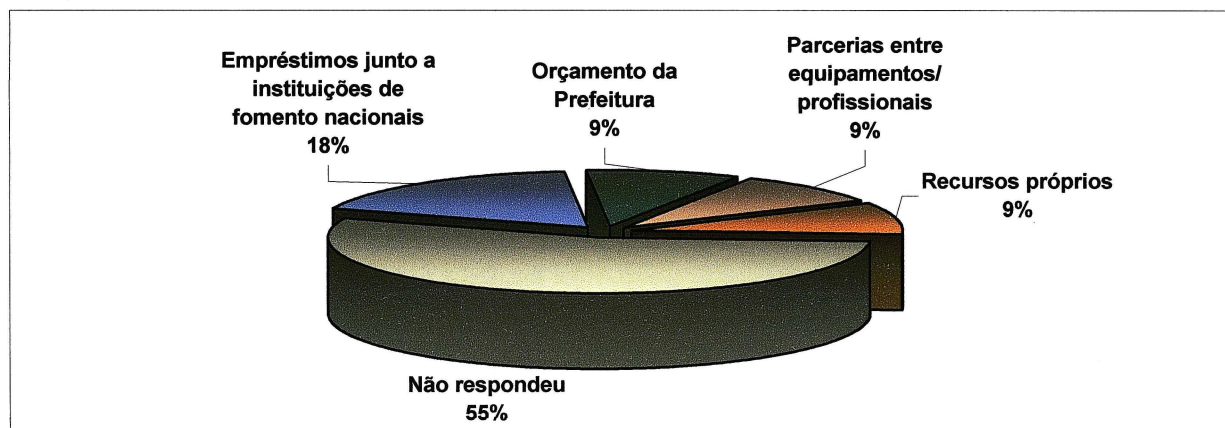


Base: 11 respondentes.

<i>4. Marque se você usa outros recursos de financiamento à cultura:</i>	%
Empréstimos junto a instituições de fomento nacionais	18
Orçamento da Prefeitura	9
Parcerias entre equipamentos/ profissionais	9
Recursos próprios	9
Não respondeu	55

Base: 11 respondentes.

4. Marque se você usa outros recursos de financiamento à cultura:

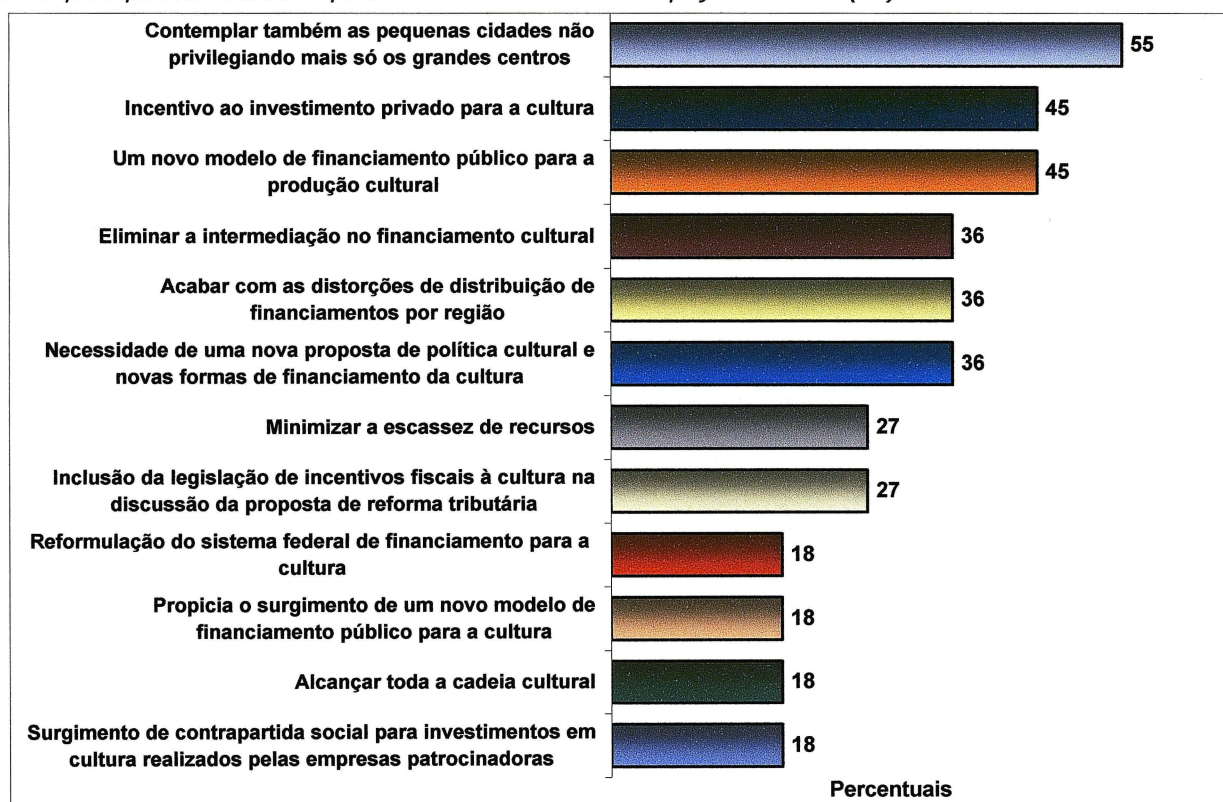


Base: 11 respondentes.

<i>5. Marque o que você considera importante no financiamento direto a projetos culturais: (RM)</i>	%
Necessidade de uma nova proposta de política cultural e novas formas de financiamento da cultura	36
Um novo modelo de financiamento público para a produção cultural	45
Acabar com as distorções de distribuição de financiamentos por região	36
Contemplar também as pequenas cidades não privilegiando mais só os grandes centros	55
Eliminar a intermediação no financiamento cultural	36
Inclusão da legislação de incentivos fiscais à cultura na discussão da proposta de reforma tributária	27
Minimizar a escassez de recursos	27
Surgimento de contrapartida social para investimentos em cultura realizados pelas empresas patrocinadoras	18
Alcançar toda a cadeia cultural	18
Propicia o surgimento de um novo modelo de financiamento público para a cultura	18
Reformulação do sistema federal de financiamento para a cultura	18
Incentivo ao investimento privado para a cultura	45

Base: 11 respondentes.

5. Marque o que você considera importante no financiamento direto a projetos culturais: (RM)

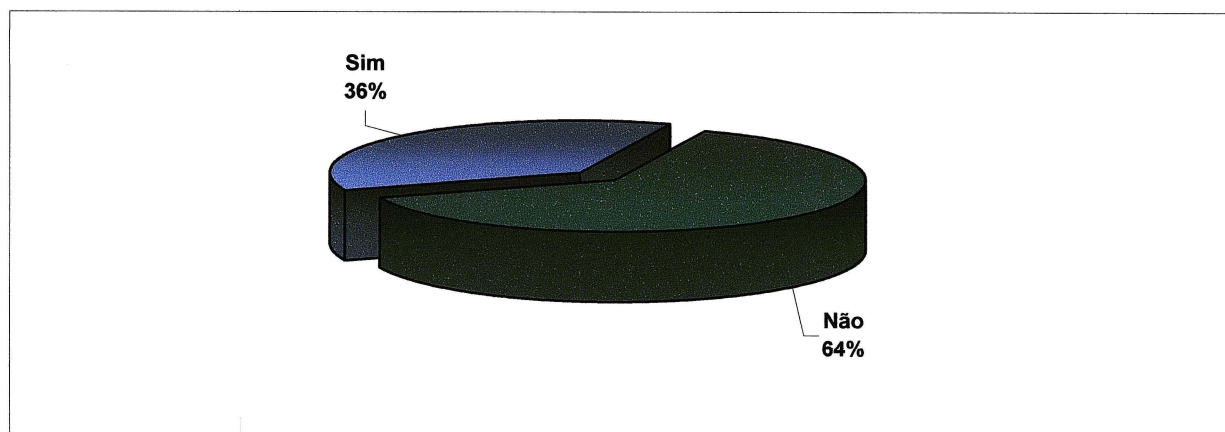


Base: 11 respondentes.

<i>6. Você já lançou mão de financiamento direto junto a instituições financeiras para realizar projeto ou complementar verbas para finalização de projetos culturais?</i>	%
Sim	36
Não	64

Base: 11 respondentes.

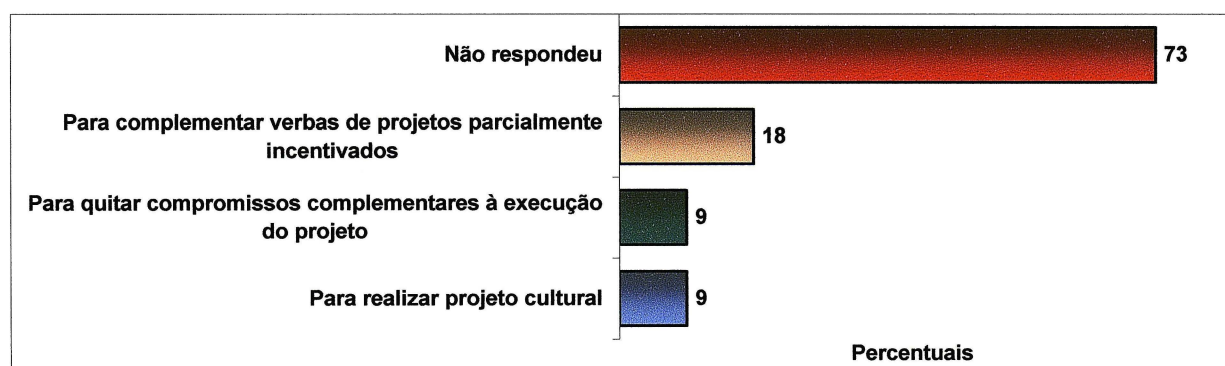
6. Você já lançou mão de financiamento direto junto a instituições financeiras para realizar projeto ou complementar verbas para finalização de projetos culturais?



Base: 11 respondentes.

6.1 Caso tenha respondido sim na pergunta anterior. Complemente abaixo: (RM)	%
Para realizar projeto cultural	9
Para complementar verbas de projetos parcialmente incentivados	18
Para quitar compromissos complementares à execução do projeto	9
Não respondeu	73

Base: 11 respondentes.

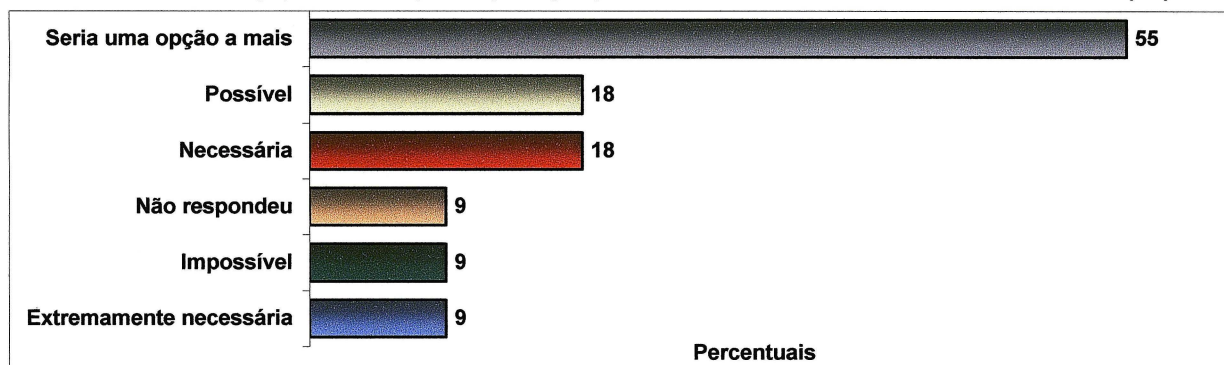


Base: 11 respondentes.

<i>1. Você considera a mudança para modelo que não privilegie apenas o incentivo com subsídio 100% ao contribuinte: (RM)</i>	%
Extremamente necessária	9
Necessária	18
Seria uma opção a mais	55
Possível	18
Impossível	9
Não respondeu	9

Base: 11 respondentes.

1. Você considera a mudança para modelo que não privilegie apenas o incentivo com subsídio 100% ao contribuinte: (RM)

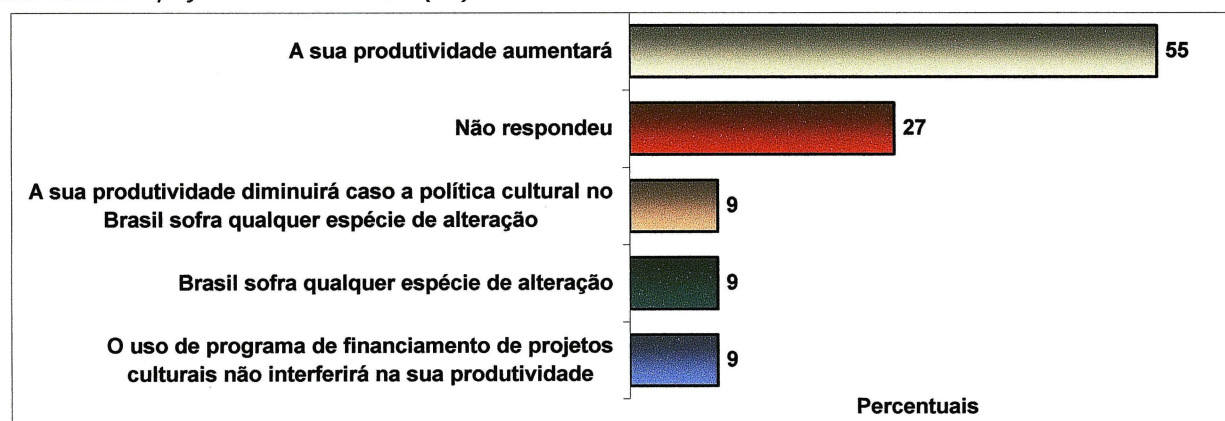


Base: 11 respondentes.

<i>2. Comparando com a sua forma de trabalhar anterior ao uso de financiamento reembolsável promovido por programa de financiamento a projetos auto-sustentáveis: (RM)</i>	%
A sua produtividade aumentará	55
O uso de programa de financiamento de projetos culturais não interferirá na sua produtividade	9
A sua produtividade diminuirá caso a política cultural no Brasil sofra qualquer espécie de alteração	9
Brasil sofra qualquer espécie de alteração	9
Não respondeu	27

Base: 11 respondentes.

2. Comparando com a sua forma de trabalhar anterior ao uso de financiamento reembolsável promovido por programa de financiamento a projetos auto-sustentáveis: (RM)

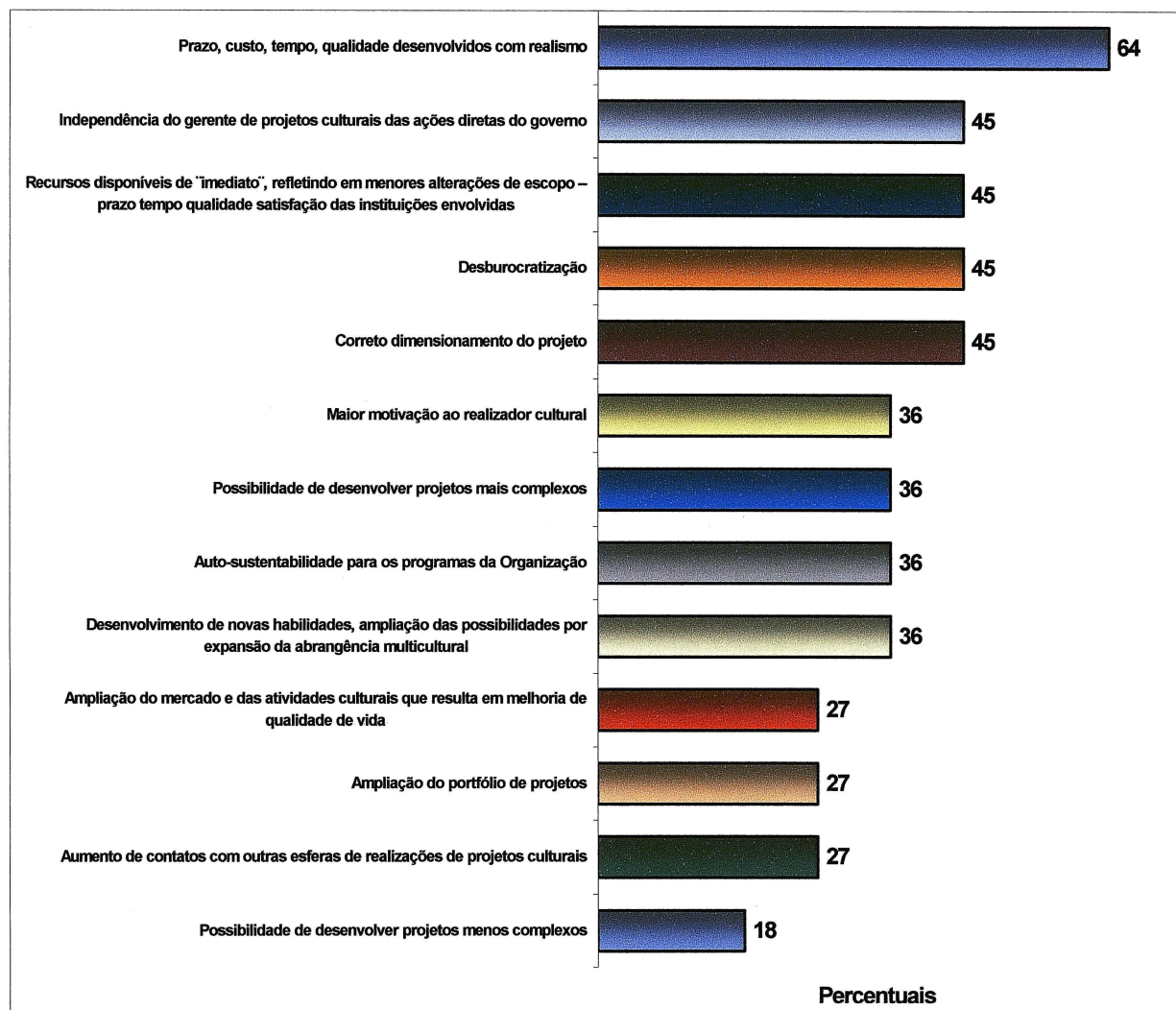


Base: 11 respondentes.

<i>3. Marque o que você considera como efeitos decorrentes do uso de financiamento de longo prazo (considerando apenas a taxas de financiamento de longo prazo para financiamento de projetos culturais, com seis meses de carência, para pessoas jurídicas com garantia flexibilizada) para projetos culturais: (RM)</i>	%
Desenvolvimento de novas habilidades, ampliação das possibilidades por expansão da abrangência multicultural	36
Aumento de contatos com outras esferas de realizações de projetos culturais	27
Auto-sustentabilidade para os programas da Organização	36
Correto dimensionamento do projeto	45
Prazo, custo, tempo, qualidade desenvolvidos com realismo	64
Ampliação do portfólio de projetos	27
Possibilidade de desenvolver projetos mais complexos	36
Possibilidade de desenvolver projetos menos complexos	18
Desburocratização	45
Maior motivação ao realizador cultural	36
Recursos disponíveis de "imediato", refletindo em menores alterações de escopo – prazo tempo qualidade satisfação das instituições envolvidas	45
Independência do gerente de projetos culturais das ações diretas do governo	45
Ampliação do mercado e das atividades culturais que resulta em melhoria de qualidade de vida	27

Base: 11 respondentes.

3. Marque o que você considera como efeitos decorrentes do uso de financiamento de longo prazo (considerando apenas a taxas de financiamento de longo prazo para financiamento de projetos culturais, com seis meses de carência, para pessoas jurídicas com garantia flexibilizada) para projetos culturais: (RM)



Base: 11 respondentes.

PROPOSTA DE INTERVENÇÃO

A ausência de programas alternativos de financiamento de projetos culturais no Brasil restringe o universo da produção e fomento de realizações culturais.

O volume de projetos na área é crescente e contínuo, o nível de profissionalização e a busca pelas melhores práticas para a gestão tem sido constatados no decorrer da última década do século XX.

Entretanto, a oferta de dinheiro gratuito, sem contrapartida e em custo para o realizador não evolui e não tem sustentabilidade.

A renúncia fiscal oferecida pelo poder público é atrativa e duplamente benéfica ao incentivados de projetos culturais, pois, em geral, trata-se de isenção tributária, com ampla possibilidade de marketing e exploração dos resultados, sem considerar o mérito da produção cultural, sem critérios sólidos para analisar e possibilitar a participação nos lucros dos negócios gerados ou com potencial para serem estabelecidos em relação aos projetos culturais.

A cultura é o retrato de um país, e quando se trata de Brasil, verifica-se que o patrimônio cultural é riquíssimo, tornando-se nos dias atuais, fonte de divisas de proporção significativa.

Diante do exposto, propõe-se que seja disponibilizado um Programa para Financiamento de Projetos Culturais, descentralizado e desburocratizado, alternativa importante no processo de cidadania cultural, na busca de oportunidade para todos.

CONCLUSÃO

Diante da análise do corpus redacional, é possível a verificação de que o desenvolvimento de Projetos Culturais necessita de reformulações que dêem sustentação a sua realização, para atender aos objetivos de um grande “leque” de referenciais existentes em todas as regiões, classes sociais e diversidades culturais do Brasil.

Vale ressaltar que os meios para se desenvolver os projetos culturais estão restritos ao Sistema Financeiro Nacional.

Desta forma, buscou-se alternativas de financiamento, para que os agentes facilitadores – gestores culturais – possam responder com sucesso os projetos culturais, tornando-os mais abrangentes expandindo, assim, a riqueza cultural do Brasil.

Referências Bibliográficas

Almeida, Candido José Mendes de / **marketing cultural: cinco casos de sucesso** / José Candido Mendes de Almeida. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1996

Ceznik , Fábio de Sá– **Guia do Incentivo à Cultura**,São Paulo: Manole, 2002

Cohen, Dennis J., Robert J. Grahan, 1945-,: MBA executivo; tradução Afonso Celso da Cunha Serra – **Gestão de Projetos : MBA Executivo**. Rio de Janeiro – Campus, 2002

Di Pietro, Maria Sylvia Zanella .**Parcerias na Administração Pública** : concessão, permissão, franquia, terceirização e outras formas , 3. ed. São Paulo : Atlas, 1999.

Franceschi, Antonio de [et al.] **Marketing Cultural: um investimento com Qualidade** /--São Paulo : Informações Culturais, 1998

Hollanda, Heloisa Buarque de, [org] .**Cultura e Desenvolvimento**/ Rio de Janeiro : Aeroplano,2004

Ortolani, Edna Mendes.**Operações de Crédito no Mercado Financeiro: Modalidades, Aspectos Legais e Negociais, Matemática Financeira Aplicada, Esquemas Gráficos, Riscos Associados a Produtos, Operacionalização**. São Paulo : Atlas, 2000.

Perez Gómez, A.I. **A Cultura escolar na Sociedade neoliberal**. Porto Alegre : Artmed, 2001.

Porter, Michael E., 1947.
Vantagem Competitiva: Criando e Sustentando um Desempenho Superior. Rio de Janeiro: Campus, 1989

Reis, Ana Carla Fonseca.**Marketing Cultural e Financiamento da Cultura: Teoria e Prática em um Estudo Internacional Comparado**. Thomson Learning, São Paulo, 2003.

Valeriano, Dalton
"Gerência em Projetos", Makron Books, 1998

Bibliografia Complementar

Costa, Reinaldo Rocha,

Análise Empresarial Avançada para Crédito. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003

Rechtman, Marcos, 1952 - **Capital de Risco e Diplomacia Corporativa.** São Paulo: Cultrix, 2004.

Shelton, Charlotte. **Gerenciamento Quântico / Como reestruturar a empresa e a nós mesmos usando sete novas habilidades quânticas.** 1. ed. São Paulo: Cultrix, 1998.

Souza Júnior, Paulo Antônio de, **As 101 regras Gerenciais da NASA Adaptadas Para você /** Rio de Janeiro: Qualitymark, Ed., 2003.

Thomaz Wood Jr.[et.al.]. **Mudança Organizacional /** Thomaz Wood Jr. (coordenador). - 3. ed. - São Paulo : Atlas, 2002.

INTERNET:

www.bb.com.br

www.cultura-e.com.br

www.artscouncil.org.uk

<http://www.campus-oei.org/pensariberoamerica/>

www.culturaemercado.com.br

www1.folha.uol.com.br