



#### ENTREVISTA

Sem considerar o minério de ferro, os caminhões respondem por praticamente 80% da movimentação de cargas no País, gerando custos elevados de logística e competitividade reduzida, afirma Wagner Cardoso, da CNI.

**UNIÃO EUROPEIA  
DELEGAÇÕES DE 10  
PAÍSES EUROPEUS  
DISCUTEM ABERTURA  
COMERCIAL NA FIEG**

**RECURSOS HÍDRICOS  
AS PROPOSTAS  
DA FIEG PARA  
PRESERVAR ÁGUA  
E EVITAR O RISCO  
DE NOVA CRISE**

# Goiás Industrial

ANO 66 / Nº 283 / AGOSTO 2018

REVISTA DO SISTEMA FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DE GOIÁS



**INFRAESTRUTURA  
ENEL GOIÁS PLANEJA  
INVESTIR MAIS DE  
R\$ 4,0 BILHÕES NO  
ESTADO ATÉ 2022**

## O golpe duplo NA ECONOMIA

**A PARALISAÇÃO DOS CAMINHONEIROS  
LEVOU AO DESABASTECIMENTO E FREOU O  
JÁ MODESTO CRESCIMENTO DA ECONOMIA.  
A SOLUÇÃO ENCONTRADA PELO GOVERNO,  
COM O TÁBELAMENTO DO FRETE, TORNA O  
CENÁRIO AINDA MAIS NEBULOSO**



● Orquestra Sinfônica de Goiânia durante concerto na Terça no Teatro, patrocinada pelo Leite Piracanjuba

# PATROCINAR CULTURA É BOM NEGÓCIO PARA SEU NEGÓCIO

Instituição promotora de cultura, o Sesi Goiás recorre a leis de fomento a projetos culturais para proporcionar acesso de trabalhadores da indústria e da comunidade, com patrocínio de empresas

Valbene Bezerra

**M**ecanismos de fomento às expressões artísticas, as leis de incentivo à cultura, seja no âmbito municipal, estadual e federal, permitem que empresas patrocinem projetos culturais por meio de renúncia fiscal, mas ainda há muita dificuldade de produtores em captar recursos.

Instituição promotora de cultura, o Sesi Goiás utiliza esses instrumentos para realizar projetos de interesse da comunidade. “As leis de incentivo exercem papel de braço forte das instituições que viabilizam o fazer cultural”, afirma Marcelo Ortega, produtor cultural do Sesi.

Com captação de recursos, a instituição da indústria viabiliza a produção de espetáculos de alta qualidade para públicos diversos dentro e fora das empresas. Com grande adesão dos trabalhadores da indústria e da

comunidade, são bons exemplos de iniciativas desenvolvidas pelo Sesi o Projeto Coral na Empresa, em Niquelândia, com recursos da Lei Rouanet/Empresa Votorantim Metais, e a capacitação gratuita pelo Teatro Sesi de duas dezenas de bailarinos de Goiânia, promovendo o Núcleo Coreográfico, série de oficinas ministradas por nomes consagrados da dança nacional, com patrocínio da Funarte/Ministério da Cultura. Em 2016/2017, foi a vez do Núcleo de Dramaturgia, com patrocínio da Lei Goyazes/Belcar Caminhões, que contou com participação de dezenas de novos talentos da dramaturgia goiana. Em 2018, o Leite Piracanjuba usou o mesmo instrumento para viabilizar o projeto da Semana de Dramaturgia Goiana, no Teatro Sesi, que possibilitou a encenação de três espetáculos inéditos, abertos ao público.



● **Rosana Gedda Carneiro, diretora administrativa financeira da Belcar:** incentivar a cultura regional é valorizar a própria empresa



● **Rejane Neves, da Panelada Produções.** “É difícil encontrar empresas dispostas a patrocinar a cultura”

Um dos mais importantes projetos do Teatro Sesi, a Terça no Teatro tem patrocínio do Leite Piracanjuba, por meio da Lei Goyazes, e parceria com a TV Anhanguera. Em cartaz desde 2011, o projeto, que tem entrada gratuita, recebe artistas regionais, nacionais e até internacionais. Milhares de pessoas têm prestigiado os espetáculos de dança, teatro, música, concertos e óperas que ocupam o palco do teatro toda terça-feira. Exibição de vídeo institucional da empresa patrocinadora e sorteios de brindes também são realizados a cada apresentação, iniciativa que fortalece e divulga ainda mais a marca.

“A empresa que investe em cultura contribui para o bem coletivo e agrega valores positivos à sua marca. Associar a imagem da empresa a um projeto diferenciado e escolhido com cuidado reforça a importância que se dá à cidadania e as suas mais diversas práticas”, afirma a diretora administrativa financeira da Belcar, Rosana Gedda Carneiro.

Para a adesão às leis, o primeiro passo é ter interesse pela cultura local. “Mesmo diante de todas as dificuldades que estamos passando para nos manter, essa não é uma tarefa fácil, principalmente porque o retorno financeiro não é imediato. Porém, por meio das leis de incentivo, não fazemos aportes financeiros, apenas trocamos o pagamento de impostos, por incentivos culturais”, acrescenta Rosana Gedda. Não é complicado. O próprio contador da empresa pode fazer os trâmites legais. “A cultura é um componente essencial para o desenvolvimento de uma região. Junto com os fatores econômico e social, forma o tripé sob o qual se apoia a cidadania de um povo. A empresa ganha visibilidade, reforçando seu marketing institucional”, sublinha a diretora da Belcar.

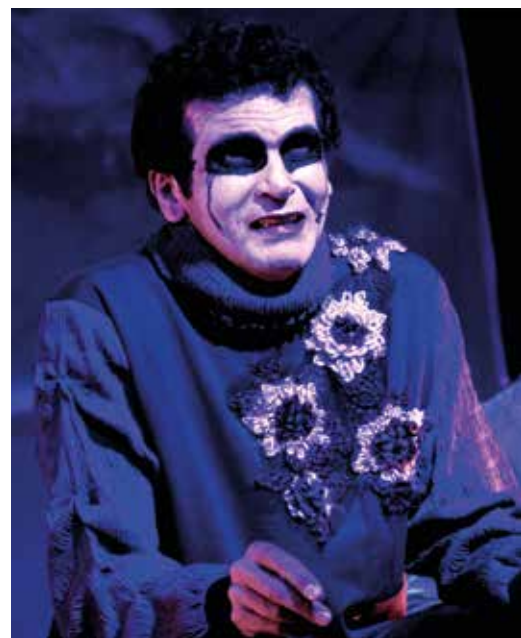
## Vantagens para artistas e empresários

Ator, diretor da Cia. Teatral Sem Nome e ex-presidente da Federação de Teatro do Estado de Goiás, Norval Barbari explica que o percentual de dedução é de 4% do Imposto de Renda devido. Caso o projeto cultural aprovado esteja dentro do segmento de economia criativa, o valor do aporte pode ser deduzido em até 100%. Ao apoiar um projeto cultural, os benefícios são mútuos para artistas e empresários. “As vantagens tributárias da Lei Rouanet têm ligação direta com o Imposto de Renda. Isso nada impede que o empresário possa aderir às leis municipais e estaduais, conseguindo deduções fiscais em tributos como o ICMS e o ISS. As vantagens tributárias da Lei Goyazes têm ligação direta com o

ICMS, com concessão de prazos para pagamento de tal imposto. Na lei municipal (Goiânia), a dedução direta é de 100% do ISS”, destaca.

Além de incentivar as atividades culturais, o empresário que investe nas leis de incentivo fortalece a imagem do negócio, podendo expor a marca de seus produtos em banners, filipetas, outdoors e mídias impressas. Apesar das vantagens, ainda há empresários receosos em usufruir desse tipo de benefício, motivo de reclamação de produtores culturais como Rejane Neves, da Panelada Produções. “É difícil encontrar empresas dispostas a patrocinar a cultura. Se para chegar até a empresa é difícil, imagine apresentar e convencer o empresário da importância daquele projeto. Há muita desconfiança”, queixa-se a produtora.

Ela se refere ao fato de nem sempre as portas estarem abertas aos artistas que querem expor seus projetos. Muitas vezes constrangedora, a situação suscita um debate no meio cultural sobre a transformação das leis de incentivo em fomento direto. “De qualquer forma é o Estado, a prefeitura e o governo federal que acabam ▶



● **Norval Barbari, ator e diretor de teatro, no espetáculo *Distrito Zero*:** fortalecer imagem do negócio

## LEIS DE INCENTIVO À CULTURA

pagando a conta do patrocínio”, afirma. Para Rejane, é muito bom uma empresa ter um projeto ligado à cultura. “Isso identifica aquela empresa à cultura do seu Estado”. Como Goiás está muito associado à música sertaneja, projetos de outra natureza (teatro, shows de música popular, dança, etc.) têm maior dificuldade de apoio e alguns são inviabilizados por não conseguir fazer a captação em tempo hábil.

Presidente do Conselho Municipal de Cultura de Goiânia, a produtora Laila Santoro garante que as leis estadual e municipal são as que têm dado maior apoio à cultura goiana. “O empresariado goiano é bastante sensível e tem apoiado quase a totalidade dos projetos”, assegura. O mesmo não se pode dizer em relação à lei federal, a Lei Rouanet, que estabelece regras mais rígidas para assegurar benefícios às empresas e pessoas físicas. “É preciso quebrar as barreiras que nos impede de chegar até a Rouanet. As indústrias instaladas em Goiás precisam entendê-la e favorecer nossa arte e outras atividades culturais de nosso Estado.”

Entusiasta das leis de incentivo, Norval Berbari acredita que apoiando os projetos culturais o empresário só tem a ganhar. “Apostar em um projeto artístico não é apenas uma ótima oportunidade para que as empresas reduzam valores de tributos e impostos, mas uma comprovada e excelente forma de incentivar e reconhecer a arte produzida em sua cidade, em seu estado, em sua região, em seu país”, afirma.

### O desafio de conseguir patrocínio

Experiente produtor cultural, consultor de projetos socioculturais e membro da Associação Brasileira de Captadores de Recursos, com ampla atuação no meio artístico, Marcelo Carneiro garante que não há resistência por parte do empresário em patrocinar os artistas goianos. O problema muitas vezes, explica, é que

algumas empresas não têm capacidade financeira, falta pessoal interessado em traçar objetivos, receber as propostas e atender os artistas adequadamente. Outro problema apontado pelo produtor é a suspeição de algumas empresas ou de seus departamentos de contabilidade quanto ao funcionamento das leis de incentivo. “Isso não tem fundamento”, assegura o produtor.

Captar recursos exige experiência, por isso é importante ter conhecimento do mercado e todo o funcionamento da legislação vigente, estabelecer estratégias para chegar ao possível patrocinador. “É preciso ter um bom relacionamento e dar retorno de tudo o que foi acordado”, ensina o produtor.

Marcelo Carneiro lembra que as leis são instrumentos utilizados pelos governos para estimular atividades específicas de cultura, esportes, programas para crianças e adolescentes, idosos e saúde. “Com lei ou sem lei, se o projeto bater forte no coração do interlocutor da empresa, há possibilidade de boas parcerias”, sublinha. “Um dos maiores problemas é a comunicação. Como o empresário gosta de obter retorno, precisamos falar com objetividade, usando a linguagem corporativa com números. Conhecendo suas ambições, seus objetivos e desafios, ficará mais fácil chegar até ele, e não somente arrumar um patrocinador olhando unicamente para nosso próprio umbigo”.

### Espectáculo bom, mais tempo em cartaz

O diretor do Teatro Sesi, Nilton Antônio Faleiro (Teco), acredita que os espaços culturais da capital só têm a ganhar com as parcerias entre produtores e empresas e governo. “Somente com a articulação de todos os envolvidos se consegue produções que atinjam o gosto popular, sem perder o estímulo ao desenvolvimento crítico do espectador. Quando os espetáculos são bons, permanecem mais tempo em cartaz”,

observa Teco, que considera fundamental o bom relacionamento entre as partes para obter resultados que atendam a todos. “Muitas vezes o interesse dos artistas não atende aos objetivos da empresa, o que acaba dificultando a captação. É preciso que os projetos contemham propostas atrativas que despertem o interesse tanto do espectador como do empresariado”, pondera. Já o governo, observa o diretor, quer atender a todos. “Muitas vezes esse triângulo não dialoga e o confronto de interesses dificulta a realização dos projetos. É preciso que haja consenso que podem resultar em bons projetos. Todos só têm a ganhar”. ♦



● **Produtor cultural, consultor e membro da Associação Brasileira de Captadores de Recursos, Marcelo Carneiro:** experiência e conhecimento do mercado facilitam captação



● **Nilton Faleiros, diretor do Teatro Sesi:** “Quando os espetáculos são bons, permanecem mais tempo em cartaz”