

Comunicação Direta, *Of. Cultura* especializada em captação de recursos

Cristiane Galvão
de Brasília

Uma produtora brasiliense reuniu forças e transformou-se num bem sucedido escritório de captação de recursos para a área cultural. A Comunicação Direta nasceu em 1986 e produziu filmes de cineastas como Vladimir Carvalho e de Armando Lacerda, idealizador da produtora. Em 1996, por intermédio da Lei Rouanet, conseguiu captar R\$ 50 mil junto a Telebrasil e filmou *Janela para os Pireneus*. Falando de tradições e costumes goianos e filmado em Pirenópolis, o filme recebeu no 29º Festival de Brasília o Prêmio Paulo Emílio Salles Gomes, além de prêmios nos festivais de Curitiba e de Gramado.

A vontade de trabalhar em equipe falou mais alto e em outubro do ano passado, Armando se juntou aos dois produtores culturais, Eveline Knychala Silva e Celso Melo Franco. O segredo do sucesso foi uma combinação bem equilibrada com ingredientes: a sensibilidade de um cineasta para avaliar os projetos, a experiência e o talento de um bom marketing capaz de aliar as necessidades de cada proposta à linha de atuação das empresas e um administrador que encara com seriedade e transparência os trâmites legais para viabilização dos projetos. E também, profundo conhecimento da legislação cultural.

Projetos

Os três buscam recursos para investimentos em todas as áreas culturais, criteriosamente avaliados. "Queremos oferecer projetos para os empresários que fiquem entre o bom, o melhor e o melhor ainda", explica Lacerda. Todos conhecem as leis de incentivo na ponta da língua, mas Celso Franco é o especialista na área. Formado em Economia e Direito, autor de roteiros para Cinema e cantor de coral, Celso participa há dez anos da vida cultural da cidade. "Com minha formação acadêmica, pude me aprofundar e adquirir um posicionamento técnico diante da burocracia que envolve os projetos culturais". Eveline era funcionária do BRB na área de marketing. Comunicativa e com um poder de organização impecável graças ao seu curso de biblioteconomia, ela é capaz de convencer até o mais turrão dos empresários. "Você tem que casar o perfil da empresa com o perfil do projeto para ver como o empresário pode otimizar o incentivo dado em benefício da divulgação de sua empresa. O segredo da coisa é descobrir o que o cliente quer" explica Eveline.

A Comunicação Direta trabalha basicamente com três leis: a lei do Audiovisual, em âmbito federal, e as leis de Incentivos Fiscais e Magela, em âmbito distrital. As duas primeiras prevêem descontos no Imposto de Renda e oferecem vantagens financeiras para o empresário. Pela Lei do Audiovisual, o empresário tem um ganho em torno de 25% do valor investido. No total de despesas tributáveis, ele pode lançar até 5% de descontos para projetos culturais e ainda sob esse valor abater mais 5%. Além disso, o empresário se torna

acionista do filme ou espetáculo ganhando de 40% a 60% da bilheteria. "A Lei do Audiovisual possibilita uma economia dentro do balanço contábil da empresa, oferecendo uma vantagem estritamente financeira", esclarece Celso.

Na Lei de Incentivos Fiscais, o abatimento alcança até 20% do IPTU e do ISS para aplicar num projeto cultural. Mas exige extremo rigor e a empresa deve apresentar um histórico impecável em termos gerais. "Tudo tem que ser contabilmente correto e toda a verba utilizada pela produção do filme ou espetáculo deve ser comprovada por notas fiscais. O empresário também não pode estar com nada pendurado na Justiça ou na União. "Isso é muito legal porque dá credibilidade à lei e a nós, que trabalhamos com ela. Assim, o empresário descobre que é viável investir, pois existe um trabalho dentro dos parâmetros legais e contábeis".

A Lei Magela é a mais nova e mais fácil de ser trabalhada por não concentrar a arrecadação no final do ano. Ela prevê um desconto de 20% do ISS mensal e ainda 20% do IPTU para projetos na área cultural. "Nossa preocupação atual é fazer com que o empresário saiba que ele pode investir projetos culturais de forma séria e segura. É possível canalizar um dinheiro que ele iria usar para pagamento de um imposto e investir numa coisa concreta sendo dono daquele imposto e revertendo-o em benefício da empresa", enfatiza Eveline.

Mas a viabilização dos projetos culturais não depende só da vontade e entendimento empresarial. Um teto limite para recursos destinados à área cultural é estipulado pela Secretaria de Fazenda do Distrito Federal e pelo Ministério da Fazenda. Para a cultura, este semestre, a secretaria estipulou uma cota de R\$ 6 milhões e a União fixou seu teto em R\$ 160 milhões como limite de isenção das empresas para projetos na área cultural. "Tudo é muito novo e a partir do momento que a gente conseguir melhorar essa burocracia e facilitar cada vez mais a vida do empresário, o teto estipulado será pouco. Tem projeto demais para a liberação de só R\$ 6 milhões", avalia.

Empresas

Só no ano passado, a Comunicação Direta arrecadou quase 10% desse valor para apenas um projeto, o longa-metragem *O Casamento de Louise*, de Betse de Paula. A obra recebeu investimentos de grandes empresas como Hotel Nacional, Jorlan, Hospital Anchieta e BRB da ordem de R\$ 500 mil. Além disso, o BRB inovou no mercado financeiro da cidade e passou a ser a corretora de valores para as ações dos filmes que buscam recursos pela empresa captadora.

Atualmente, a empresa trabalha basicamente em cima de cinco projetos: um longa de Ary Pararraios, baseado no roteiro da peça *Os Sete Trabalhos de Steve*, destinado ao público infanto-juvenil, um coral de Brasília, o trabalho do cantor brasiliense Marcelo Guima, um projeto da Cia. de Teatro Mapa'Ti e o novo filme de Armando Lacerda, *O Comendador*, contemplado com verbas do edital do Pólo de Cinema.

"A filosofia da Comunicação Direta é investir e captar recursos para projetos que são produzidos com sedimento, com história. Com a minha experiência, pude perceber que esses projetos têm uma vida mais prolongada do que projetos destinados apenas para mercado", diz Lacerda.