

**EMPREENDEDORISMO CULTURAL: BENEFÍCIOS DA CAPTAÇÃO DE
RECURSOS PARA O MUSEU CASA DAS ROSAS
CULTURAL ENTREPRENEURSHIP: BENEFITS OF FUNDING FOR THE
MUSEUM CASA DAS ROSAS**

Andrea Cristina Marin, Fabiano Souza Anunciação, Fernando Augusto Ortriwano, Alex
Paubel Junger, Júlio Francisco Blumetti Faco

Centro Universitário SENAC, Brasil | Universidade Federal do ABC, Brasil | Faculdade
de Tecnologia Termomecânica, Brasil | Universidade Cruzeiro do Sul, Brasil

alexpaubel@hotmail.com

RESUMO

O estudo aqui apresentado buscou demonstrar como o processo de captação de recursos financeiros públicos atrelados ao empreendedorismo cultural podem beneficiar o museu Casa das Rosas, que tem sua importância como patrimônio histórico-cultural na cidade de São Paulo, trabalhando para auxiliar na sua missão de promover a literatura, incentivando a leitura e a criação artística não através somente de doação, mas na busca de parcerias oferecendo relações de ganho mútuo entre os envolvidos.

Palavras-chaves: Captação de Recursos; Empreendedorismo Cultural; Gestão Cultural.

ABSTRACT

The study presented sought to demonstrate how the process of fundraising linked to cultural entrepreneurship can benefits the *Casa das Rosas* museum, which has the importance as a cultural and historical patrimony in the city of São Paulo, working for the mission to promote the literature, encouraging the reading and artistic creation, not only through the donation, but looking for partnerships and offering mutual relations with each other.

Keywords: Fundraising; Cultural Entrepreneurship; Cultural Management.

INTRODUÇÃO

O trabalho cultural que é desenvolvido pelos museus em todo o mundo, desempenha um papel fundamental para o desenvolvimento da sociedade e também da economia como pode ser demonstrado por seus projetos culturais.

No universo da cultura, o museu assume funções as mais diversas e envolventes. Uma vontade de memória seduz as pessoas e as conduz à procura de registros antigos e novos, levando-as ao campo dos museus, no qual as portas se abrem sempre mais. A museologia é hoje compartilhada como uma prática a serviço da vida (IBRAM, 2017).

Todo o trabalho desenvolvido dentro do espaço dos museus necessita de recursos financeiros e parcerias. Trabalho como a captação de recursos financeiros hoje auxiliam em grande grau os projetos culturais para que se mantenha os museus ativos para benefícios da sociedade.

Como foco no trabalho que será apresentado, temos o museu Casa das Rosas que possui um papel importante para o desenvolvimento da sociedade. Para a gestão e criação de seus projetos, além de contar com a administração da organização social (POIESIS) na gestão cultural, os benefícios da ação de captação de recursos podem acrescentar em muito na realização do seu trabalho e na sua missão que é “Promover o conhecimento, a difusão e a democratização da poesia e da literatura, incentivando a leitura e a criação artística, preservando e problematizando o patrimônio histórico-cultural que abriga, tanto o arquitetônico quanto o acervo Haroldo de Campos”.

Através de um estudo visando o entendimento da captação de recursos, empreendedorismo cultural e como base na nova lei de incentivo da cultural buscamos demonstrar os benefícios que a captação recursos pode trazer para o museu Casa das Rosas para os próximos anos e assim fortalecendo o desenvolvimento dos seus projetos culturais.

MUSEU CASA DAS ROSAS E SUA IMPORTÂNCIA HISTÓRICA E CULTURAL

Não há dúvidas que toda a importância da Casa das Rosas hoje se dá por ser um bem cultural. Está localizada na Avenida Paulista, coração da cidade de São Paulo.

Patrimônio histórico e arquitetônico, sua construção também possui um ponto importante: é tardia em relação ao período dos famosos casarões dos barões do café. Tal importância foi reconhecida no dia 24 de outubro de 1985, a publicação no Diário Oficial de São Paulo, localizada na Seção I, página 14, dando o merecido valor a Casa das Rosas como patrimônio histórico, arqueológico, artístico e turístico paulista.

“ Resolução 57, de 22-10-85

O secretário da cultura, nos termos do artigo 1º do Decreto-lei 149, de 15 agosto de 1969 e do Decreto 13.436, de 16-3-79, resolve:

Artigo 1º - Fica tombado como bem cultural de interesse histórico-arquitetônico o imóvel situado na Av. Paulista, nº37, nesta Capital. Exemplar tardio remanescente do período cafezista, construído na década de trinta, através do projeto e construção sob a responsabilidade do Escritório Severo Villares, e cujas características correspondem à tipologia predominante na primeira fase de ocupação da Avenida no início do presente século, no que se refere à concepção espacial do edifício e ocupação do lote.

Artigo 2º - Fica o Conselho de Defesa do Patrimônio Histórico, Arqueológico, Artístico e Turístico do Estado autorizado a inscrever no Livro de Tombo competente o bem em referência, para os devidos e legais efeitos.

Artigo 3º - Esta Resolução entrará em vigor na data de sua publicação. ”

A Casa das Rosas é um dos poucos casarões que escapou às demolições para a verticalização da Avenida Paulista, hoje um dos principais marcos geográficos, financeiros e turísticos da cidade de São Paulo (CICCACIO, 2013). Também nas palavras de CICCACIO (2013), foi projetada na década de 1920 por Ramos de Azevedo para sua filha Lúcia, casada com o engenheiro e importador de matérias de construção Ernesto Dias de Castro, e construída em 1935. A Casa das Rosas foi habitada durante os primeiros 51 anos de sua existência.

A história da Casa das Rosas como um equipamento cultural público começa, como é citado por CICCACIO (2013), em 11 de março de 1991. Quatro dias antes de transmitir o cargo a seu sucessor, o governador Orestes Quécia e seu secretário da Cultura, Fernando Morais, inauguraram o mais novo equipamento cultural público da cidade de São Paulo: a Casa das Rosas – Galeria Estadual de Arte. Esse grande evento

ocorre após um período de cinco anos de restauração que o espaço passou para se tornar esse a galeria de arte. Sob a direção do artista plástico Cildo Oliveira, sua missão seria exhibir mostras temporárias extraídas do acervo artístico do estado, ou seja, ao visitá-la o grande público poderia apreciar obras até então restritas aos palácios e secretarias do governo paulista (CICCACIO, 2013).

Durante o período de 1991 a 2003 foram promovidas diversas exposições enquanto o espaço era administrado como galeria de arte. A primeira exposição, reunindo cerca de 45 trabalhos de diversos artistas brasileiros, recebeu o nome do “Confrontos”. Todas essas exposições que passaram pela Casa das Rosas eram sempre acompanhadas de oficinas e palestras para orientação e promover o conhecimento ao público que visitava o espaço.

A Casa das Rosas permaneceu fechada por quase dois anos, a partir de 2003. Nesse período, passou por nova reforma e teve sua vocação artística reorientada das artes visuais para a literatura, conforme determinação a secretária de Estado da Cultura, Cláudia Costin, que ao assumir a pasta, em janeiro, anunciou como suas metas a realização de ajustes de gestão na Secretaria, implantação do modelo de Organização Social (OS) para gerir instituições culturais do governo e promoção de programas de incentivo à leitura (CICCACIO, 2013).

Importante mencionar que uma Organização Social no âmbito do Estado de São Paulo é qualificada de acordo com a Lei Complementar nº 846/1998 e normas correlatas, onde inicialmente é dito no seu Artigo 1º: “O Poder Executivo poderá qualificar como organizações sociais pessoas jurídicas de direito privado, sem fins lucrativos, cujas atividades sejam dirigidas à saúde e à cultura, atendidos os requisitos previstos nesta lei complementar”. A Secretária da Cultura por meio de contratos de gestão concede as organizações sociais de cultura sem nenhum fim lucrativo a oportunidade de administrar os equipamentos culturais como museus, bibliotecas, teatros, escolas de formação artístico-cultural e também realizar programas, projetos e atividades de fomento e difusão da arte e cultura, entre outras metas estabelecidas em contrato.

Pode-se afirmar que a nova fase da Casa das Rosas ocorreu no final de 2004 quando o governador Geraldo Alckmin re-inaugurou o espaço como “Casa das Rosas – Espaço Haroldo de Campos de Poesia e Literatura”. Como é mencionado nas palavras

de CICCACIO (2013), a Casa das Rosas surpreendeu ao ressurgir como guardião de um verdadeiro tesouro: o acervo bibliográfico do poeta concretista, tradutor e ensaísta Haroldo de Campos (1929-2003).

Nessa nova fase as atividades do museu Casa das Rosas começaram a ser moldadas e voltadas para a literatura e pesquisa. Desse período em diante o espaço do museu também foi aberto para a realização de eventos culturais como palestras, saraus, cursos e oficinas até hoje disponíveis em sua programação cultural, além do seu setor educativo que busca resgatar a história de São Paulo e a importância do casarão para a sociedade. A Casa das Rosas passou a disponibilizar o seu acervo para pesquisadores e estudiosos das diversas áreas através do Centro de Referência Haroldo de Campos e hoje conta também com o Centro de Apoio ao Escritor para dar suporte à criação literária.

REYNALDO DAMAZIO, coordenador Centro de Apoio ao Escritor do museu Casa das Rosas, que tem como proposta contribuir para formação de novos autores e orientá-lo nos possíveis caminhos da carreira literária nos concedeu uma breve entrevista nos relatando a importância do museu hoje “Acredito que o museu Casa das Rosas se tornou uma referência hoje, não só na cidade, como um espaço de excelência voltado para a literatura, poesia e leitura. Um museu que tem a função de preservar o patrimônio histórico e arquitetônico do casarão da Avenida Paulista de 1935, construído pelo escritório do arquiteto Ramos de Azevedo, mas que também realiza um trabalho importante de criação e difusão de literatura, constituindo um importante patrimônio imaterial. Além disso, a Casa das Rosas também guarda a biblioteca de Haroldo de Campos, que é muito utilizada para pesquisas, artigos, ensaios, consultas acadêmicas e exposições, promovendo não só a divulgação de seu legado literário e intelectual, como promovendo uma ampla reflexão sobre o papel das vanguardas e da experimentação poética. Se levarmos em conta o público crescente que frequenta o museu e que participam de suas atividades, seja em oficinas, cursos, palestras, saraus, recitais, exposições, notamos que o museu está inserido no circuito de atividades culturais e formação, ao lado de outras instituições renomadas do gênero”. Nas palavras de DAMAZIO percebemos o quão importante e dedicado é o trabalho que se é desenvolvido dentro do espaço.

ADMINISTRAÇÃO DO MUSEU CASA DAS ROSAS

Hoje o museu Casa das Rosas é administrado pela organização social POIESIS – Instituto de Apoio à Cultura, à Língua e à Literatura, que recentemente renovou o seu contrato de gestão através da Secretaria da Cultura com o Governo do Estado de São Paulo. O atual contrato de gestão nº 01/2017 “tem por objeto o fomento, a operacionalização da gestão e a execução, pela CONTRATADA, das atividades na área cultural referentes às Casa das Rosas” e também se referente a outros museus casa-literários de São Paulo.

Anteriormente a POIESIS administrou o museu Casa das Rosas através do contrato de gestão nº 05/2012 em 29 de junho de 2012, contrato esse que também tinha como objetivo a administração do museu Casa Guilherme de Almeida prorrogado até o período de 29 de junho de 2017. Através dos anos alguns aditivos foram realizados referentes ao valor de repasses para os museus e com a última alteração o valor chegou a R\$ 29.504, distribuído da seguinte forma nos exercícios:

Repasses do Contrato de Gestão nº 5/2012	Recebidos	A receber	Total
2012	3.315	-	3.315
2013	5.951	-	5.951
2014	6.272	-	6.272
2015	5.943	-	5.943
2016	5.349	-	2.674
2017	-	2.674	-
	26.830	2.674	29.504

Quadro 01. Demonstrações financeiras em 31 de dezembro de 2016 e 2015 referente ao contrato de gestão nº 05/2012 - Valores mencionado em milhões.

Os recursos financeiros que serão repassados para a organização social POIESIS para a administração dos museus estão previstos no novo contratado de gestão nº 01/2017 na sua Cláusula Sétima, Parágrafo Primeiro. Tal recurso previsto tem a importância global de R\$ 31.707.744,00 (Trinta e um milhões, setecentos e sete mil,

setecentos e quarenta e quatro reais) para execução do seu Plano de Trabalho e metas estabelecidas para cumprimento dos seus projetos culturais. Vale lembrar que tal valor é destinado aos três Museus-Casas Literários administrados pela organização social.

Em comparação ao contrato de gestão anterior, o valor atual de repasse disponível é menor, tendo em vista que anteriormente o repasse era feito para a administração de dois museus. Passando por essa readequação dos recursos financeiros destinados, agora para três museus, a importância que se deve dar à ação de captação de recursos para a realização do trabalho é bastante válida para o cumprimento do Plano de Trabalho e metas estabelecidas para o museu Casa das Rosas.

CAPTAÇÃO DE RECURSOS E EMPREENDEDORISMO CULTURAL

Antes de mencionarmos com mais detalhes a importância que uma ação de captação de recursos pode beneficiar o museu Casa das Rosas, devemos fazer uma definição desse processo e atrelar ao empreendedorismo.

Captação de recursos tem sua origem da palavra em inglês *fundraising* que é definido pelo dicionário Cambridge “*the act of collecting or producing money for a particular purpose, especially for a charity*” ou seja “o ato de coletar ou produzir dinheiro para um propósito específico, especialmente para uma instituição de caridade”.

Quando nos referimos a captação de recursos para um museu ou de qualquer organização sem fins lucrativos, por exemplo, tal estratégia é vista como um grande desafio a ser alcançado. Esse desafio para atrair capital e outros recursos, são de grande necessidade para a realização de suas atividades.

O texto de CRUZ e ESTRAVIZ (2003) indica a importância da captação de recursos quando afirma que “Toda a instituição sem fins lucrativos, para viabilizar sua missão e seus projetos, precisa de recursos. Portanto, captar recursos é uma das atividades fundamentais dessas organizações e deve ser compreendida, assimilada e realizada, mesmo que indiretamente, por toda a organização”.

Na teoria, a captação de recursos é o processo estruturado desenvolvido por uma organização para pedir as contribuições voluntárias de que ela precisa, sejam eles financeiros ou outros recursos, buscando as doações com indivíduos, empresas, governos, outras organizações. Na prática, captação de recursos significa ter uma equipe

dedicada a pensar em ideias criativas para trazer as doações, a aproximar a organização da comunidade, a defender que ela seja o mais transparente possível e etc. Captar recursos é, principalmente, ter pessoas na organização que entendem que o trabalho delas é fundamental para conseguir os recursos tão importantes para que a ONG tenha impacto e seja transformadora na sua atuação, cumprindo integralmente a sua missão (VERGUEIRO, 2016).

Na existência desse setor, o responsável que busca garantir e realizar esse trabalho é também o captador de recursos que como nos diz VERGUEIRO (2013) “originário do que em inglês se chama *“fundraiser”*, ou “levantador de fundos”, o captador de recursos é o profissional responsável por garantir a sustentabilidade das organizações, justamente porque trabalha por garantir as receitas delas, as suas doações”. Também somos orientados por VERGUEIRO (2013) que “é o captador que precisará ter também uma visão de especialista, sabendo trabalhar, a depender do seu papel na organização, com doações de indivíduos, de famílias, de heranças, das empresas, dos governos, por meio de editais”.

CRUZ e ESTRAVIZ (2003) ampliam nossa visão do profissional da área e nos apresentam aos diferentes cargos e habilidades dos envolvidos na captação de recursos e entre eles se destaca o captador de recursos que também pode ser denominado com os cargos profissionais de assessor, coordenador e diretor de desenvolvimento. Esse profissional nas palavras de CRUZ e ESTRAVIZ (2003) terá entre outras funções a de “liderar todos os esforços da captação de recursos”. Outra orientação é a de que “esse profissional deverá conhecer as diferentes técnicas de gerenciamento e de captação de recursos existentes, como solicitação com indivíduos, elaboração de projetos, redação e técnicas de mala direta, telemarketing, condução de campanhas de captação anuais e de capital, organização de eventos. Outra habilidade importante está no gerenciamento de voluntários profissionais nas diferentes fases de campanhas de captação de recursos”.

EMPREENDEDORISMO CULTURAL

A palavra empreendedorismo possui a seguinte definição no dicionário Priberam, um dos principais dicionários da língua portuguesa, que diz: “qualidade ou caráter do que é empreendedor. Atitude de quem, por iniciativa própria, realiza ações ou

idealiza novos métodos com o objetivo de desenvolver e dinamizar serviços, produtos ou quaisquer atividades de organização e administração”.

Dentro do empreendedorismo destacamos um braço nesse meio que se mostra importante no mercado cultural, o empreendedorismo cultural. Sua definição não está disponível nos dicionários, mas canais como o site Wikipédia define que empreendedorismo cultural “é o gerenciamento de empresas culturais. É a transformação de companhias de teatro, circo, dança, bandas de música, artistas plásticos em empreendimentos gerenciados no formato de empresas, buscando mercado, fornecedores e preços competitivos”.

Quando normalmente nos referimos ao empreendedorismo é comum relacionar todo o seu contexto a resultados financeiros e visão de lucros e como é mencionando anteriormente dentro do empreendedorismo encontramos a “qualidade ou caráter do que é empreendedor”.

Buscando o seu significado, de acordo com o dicionário Priberam, empreendedor é “que ou aquele que empreende; que é animoso para empreender; trabalhador; amigo de ganhar a vida (traçando empresas novas)”. Ser um empreendedor atualmente é ser aquele capaz de realizar e produzir através de sua criatividade ideias inovadoras partindo para ação em busca de um desejo ou sonho, enxergar oportunidades onde ninguém mais ver.

CHIAVENATO (2012) define o empreendedor como “a pessoa que inicia e/ou dinamiza um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente”. Para DORNELAS (2001) “o empreendedor é aquele que faz as coisas acontecerem, se antecipa dos fatos e tem uma visão futura da organização”.

O empreendedor hoje também começa a se inserir dentro do mercado cultural, da mesma forma que o empreendedor que definimos, como uma agente preparado para grandes mudanças que o mundo com a globalização pode proporcionar e como uma agente que busca assumir os riscos e encontrar oportunidades inovadoras. BRANT (2001) cita que “Observa-se no mercado a procura incessante de produtores, administradores e captadores de recursos, sob o argumento de que o artista não pode dedicar seu tempo a “coisas menores”. Não que o artista vá colocar a mão na massa e deixar seu trabalho próprio em segundo plano para administrar diretamente a produção

cultural. Mas, como empreendedor, uma vez que está criando um produto para o mercado, ele precisa conhecer gestão e administração para supervisioná-las.

O papel do empreendedor cultural dentro das estratégias das organizações culturais possui uma finalidade relevante para se dar o desenvolvimento necessário dos projetos culturais principalmente como um agente na captação de recursos. Um empreendedor cultural possui as mesmas habilidades de um empreendedor de negócios somadas a habilidades adquiridas dentro do ramo cultural e assim sendo um gestor cultural capaz de buscar inovação para as necessidades dos projetos culturais. BRANT (2001) no conduz que em seu livro sobre a fragilidade da administração cultural quando citada que “Talvez a gestão administrativa seja o aspecto mais frágil do mercado cultural... Ainda são poucos os produtos culturais que têm uma produção cuidada, planejada e constantemente avaliada pelos procedimentos de gestão administrativa”, claramente podemos perceber o papel importante que o empreendedor cultural possui dentro de uma instituição.

Definindo a Captação de Recursos e o papel do Empreendedorismo Cultural e do profissional, podemos apresentar e prosseguir com nosso estudo apontando os benefícios que a legislação pode nortear o museu Casa das Rosas nas suas ações culturais.

BENEFÍCIOS DA CAPTAÇÃO DE RECURSOS PARA O MUSEU CASA DAS ROSAS.

No nosso estudo, buscamos apresentar a captação de recursos através da Lei 8.313/91, conhecida como Lei Rouanet, é o principal mecanismo de fomento à Cultura do Brasil, instituiu o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac). O nome Rouanet remete a seu criador, o então secretário Nacional de Cultura, o diplomata Sérgio Paulo Rouanet. Para cumprir este objetivo, a lei estabelece as normativas de como o Governo Federal deve disponibilizar recursos para a realização de projetos artístico-culturais. A Lei Rouanet até o início de 2017, não contemplava o segmento de museus, porém uma nova Instrução Normativa publicada em 20 de março deste ano (2017) estabelece novos procedimentos, substituindo a última publicação de 2013. A atual IN, que inclui o segmento cultural Museus e Memória, visa atender o setor quanto às suas

especificidades, permitindo identificar a demanda e a oferta de investimentos na área e um melhor entendimento sobre o enquadramento das ações no artigo 18 da Lei Rouanet – que permite ao patrocinador deduzir 100% do valor investido.

O coordenador DAMAZIO em entrevista nos fala do auxílio que a captação de recursos pode trazer para o museu Casa das Rosas “o recurso destinado ao museu pela secretaria de cultura do Estado muitas vezes sofre com os momentos de crise econômica e de queda na arrecadação de impostos, o que acaba limitando o alcance e a ampliação das atividades. Como o sistema de gestão das Organizações Sociais (OS) permite a captação de recursos na iniciativa privada e as parcerias, todo aporte de recursos pode contribuir para a manutenção e o aperfeiçoamento na prestação de serviços à comunidade. A captação de recursos pode ser uma ferramenta importante não só para a continuidade do trabalho com a cultura e a literatura, mas também para criar laços entre as esferas pública e privada, no sentido de cooperação e diálogo”.

LEI Nº 8313/91 (LEI ROUANET)

Art. 18. Com o objetivo de incentivar as atividades culturais, a União facultará às pessoas físicas ou jurídicas a opção pela aplicação de parcelas do Imposto sobre a Renda, a título de doações ou patrocínios, tanto no apoio direto a projetos culturais apresentados por pessoas físicas ou por pessoas jurídicas de natureza cultural, como através de contribuições ao FNC, nos termos do art. 5º, inciso II, desta Lei, desde que os projetos atendam aos critérios estabelecidos no art. 1º desta Lei.

§ 1º Os contribuintes poderão deduzir do imposto de renda devido as quantias efetivamente despendidas nos projetos elencados no § 3º, previamente aprovados pelo Ministério da Cultura, nos limites e nas condições estabelecidos na legislação do imposto de renda vigente, na forma de:

- a) doações; e
- b) patrocínios.

Quando o projeto cultural apoiado enquadrar-se no artigo 18, as pessoas físicas poderão deduzir do Imposto de Renda das Pessoas Físicas (IRPF) 100% do valor incentivado, mas até o limite de 6% do imposto devido.

As pessoas jurídicas podem deduzir do imposto de renda 100% do valor incentivado até o limite de 4% do imposto devido, independentemente da forma de incentivo – doação ou patrocínio. Isto quer dizer que se o valor incentivado for menor do que 4% do imposto de renda devido deduz-se do imposto de renda das pessoas jurídicas (IRPJ) 100% do valor incentivado, mas se for maior, deduz-se os 4% do imposto devido.

BENEFÍCIOS PARA EMPRESAS

Além do incentivo fiscal citado, o Ministério da Cultura concederá certificados de reconhecimento, que poderão ser usados para fins promocionais a incentivadores, beneficiários e entidades culturais que se destaquem.

Os patrocinadores podem receber até 10% do produto cultural para distribuição promocional gratuita. Caso haja mais de um patrocinador, a distribuição dos produtos resultantes do projeto deve ser feita proporcionalmente ao investimento feito, respeitando-se o referido limite de 10% para o conjunto de incentivadores. O patrocinador pode inserir sua marca no produto cultural e em todo material de divulgação.

As organizações que realizam um trabalho de responsabilidade social contínuo e dinâmico conseguem a empatia da comunidade e têm maior possibilidade de subsistirem, na medida em que conseguem se adaptar às demandas da sociedade, que compõe o ambiente externo da empresa.

Em adição, o incentivo à cultura local é um dos mais importantes e atraentes meios éticos e socialmente responsáveis de construir um vínculo com a comunidade, na medida em que demonstra o compromisso da organização com ela.

Ao incentivar projetos culturais, as empresas assumem seu papel na democratização e difusão da cultura, na promoção da cidadania e no desenvolvimento do bem comum e da sociedade, por meio de todas as dimensões da cultura: simbólica, econômica, e a de direito e cidadania. Desta forma, as organizações crescem junto com a comunidade, desenvolvendo-se com sustentabilidade.

BENEFÍCIOS PARA O MUSEU CASA DAS ROSAS

De acordo com o Anexo IV da nova Instrução Normativa de 20 de Março de 2017, o segmento de museu e memória foi enquadrado no Artigo 18 da Lei Nº8.313/91, podendo se beneficiar dos incentivos listados. Segue o trecho da lei, qual se refere aos benefícios do segmento do nosso estudo:

ANEXO IV - LEI Nº 8313/91

SEGMENTOS CULTURAIS ENQUADRADOS NO ART. 18, § 3º, DA LEI Nº 8.313, DE 1991.

OS INCENTIVADORES DE PROJETOS QUE SE ENQUADREM NA LISTAGEM DESTE ANEXO FARÃO JUS AO BENEFÍCIO DE QUE TRATA O § 1º DO ART. 18 DA LEI Nº 8.313, DE 1991. PARA OS DEMAIS PROJETOS, ENQUADRADOS NO ART. 25 DA LEI, OS INCENTIVADORES FARÃO JUS AO BENEFÍCIO DO ART. 26.

VI - MUSEUS E MEMÓRIA

- a) doação ou aquisição de acervos para museus e instituições de preservação da memória;
- b) preservação, restauração, conservação, identificação, registro e promoção;
- c) documentação e digitalização de acervos; sistemas de informações;
- d) ações de segurança para preservação de acervos;
- e) planos anuais de atividades e elaboração de planos museológicos;
- f) exposições realizadas em museus, exposições organizadas com acervos de museus e museografia;
- g) pesquisa; sistematização de informações;
- h) ação educativo-cultural, inclusive seminários, congressos, palestras;
- i) criação e implantação, projetos, construção, restauração e reforma;
- j) espaços museais; e
- k) treinamento de pessoal ou aquisição de equipamentos para a preservação e manutenção de acervos.

Os museus em geral, são instituições com baixa dotação orçamentária, geralmente subordinada às verbas públicas e que por vezes não suprem todas as suas necessidades para cumprimento das metas.

Após o novo contrato da POIESIS, com verba agora destinada para administração de três museus mas com praticamente o mesmo repasse anteriormente destinado a apenas dois, se faz necessário uma solução para que o Museu Casa das Rosas possa cumprir suas atividades e ainda, captar recursos para a ampliação do seu portfólio.

Utilizando-se da Lei Rouanet com a atual abrangência para o segmento, o museu poderá contar com empresas dispostas a patrocinar novos projetos, ampliar seus eventos, treinar seus funcionários e melhorar sua estrutura física. Isso faz com que o mesmo seja mais atrativo ao público e contribua ainda mais com a sociedade na difusão da cultura.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A cultura é uma expressão da construção humana. A Casa das Rosas é um museu de suma importância literária para a cidade de São Paulo, sua construção também faz parte do patrimônio cultural e histórico que enaltece e soma às raízes culturais da cidade e tem como objetivo promover o conhecimento, a difusão e a democratização da poesia e da literatura.

Como pudemos notar ao longo deste artigo, o museu é administrado pela POIESIS, a qual é responsável pelo repasse da verba destinada à sua atividade através da Secretaria da Cultura com o Governo do Estado de São Paulo. Atualmente a POIESIS passou a administrar três museus ao invés de dois como nos contratos anteriores, porém com repasse praticamente igual, problemática que nos levou a construção desse estudo.

Nosso maior desafio foi buscar através de pesquisas, como o Museu Casa das Rosas poderia se beneficiar das políticas públicas para captação de recursos que suprissem a demanda de suas atividades e assim melhorar a qualidade de sua estrutura e conseqüentemente uma maior atratividade de patrocinadores para propagação da literatura. Cada vez mais as empresas percebem que o investimento social pode ser uma ótima ferramenta de comunicação com seu público, as ações sociais agregam valor à sua imagem e permite a comunicação de suas qualidades, causando mais impacto positivo na sociedade e obtendo mais eficácia que ferramentas das quais falem apenas sobre si

mesma. Com esse tipo de conduta, buscam atender aos interesses de seus públicos estratégicos, os quais têm se tornado mais críticos, fazendo com que as empresas não cumpram apenas seu papel tradicional, mas também que assumam sua responsabilidade de colaborar para construir uma sociedade melhor.

Nesse ponto entra o papel do empreendedor cultural, o qual não se limita à busca de resultados financeiros, mas também de resultados que possuem uma missão social. O empreendedor cultural busca oportunidades para atrair investidores para eventos culturais, tem que estar atento às mudanças no mercado, economia e nas leis para atrair empresas dispostas a se tornarem patrocinadoras.

Através das nossas pesquisas, pudemos notar empresas patrocinadoras de projetos culturais por meio das leis de incentivo à cultura. A Lei Rouanet se tornou objeto do nosso estudo de captação de recursos para o museu Casa das Rosas, é o principal meio de incentivo à cultura no Brasil. Seu maior objetivo é o uso de incentivos fiscais para que empresas e pessoas físicas possam aplicar uma parte do Imposto de Renda em projetos culturais. A partir da nova Instrução Normativa de 20 de março de 2017, da qual abrange os museus, a Casa das Rosas pode se beneficiar da captação de recursos. Entre as que mais se enquadram às atividades e objetivos do museu, estão: planos anuais de atividades e elaboração de planos museológicos; exposições realizadas em museus, exposições organizadas com acervos de museus e museografia; ação educativo-cultural, inclusive seminários, congressos, palestras; criação e implantação, projetos, construção, restauração e reforma; espaços museais e treinamento de pessoal ou aquisição de equipamentos para a preservação e manutenção de acervos.

Concluimos que, com o conhecimento dos incentivos das políticas públicas aliado empreendedorismo cultural, é possível lograr êxito na captação de recursos para a cultura em geral, e assim beneficiar instituições que trazem riqueza histórica, cultural e social para o país, como o museu Casa das Rosas.

REFERENCIAS

BRANT, Leonardo. **Mercado Cultural: investimento social, formatação e venda de projetos, gestão e patrocínio, política cultural**. São Paulo: Escrituras Editora, 2001.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: Dando asas ao espírito empreendedor**. 4ª EDIÇÃO. 2012

CICCACIO, Ana. **O jardim das resistências: uma história da Casa das Rosas**. São Paulo: Risco Editorial, 2013.

CRUZ, Célia M. e ESTRAVIZ, Marcelo. **Captação de diferentes recursos para organizações sem fins lucrativos**. São Paulo: Global, 2003.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

IBRAM - Instituto Brasileiro de Museus. **Os Museus**. Disponível em: <<http://www.museus.gov.br/os-museus/>> Acesso em: 28 de outubro de 2017.

PLANALTO. **Lei Rouanet: LEI Nº 8.313, DE 23 DE DEZEMBRO DE 1991..** Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8313cons.htm> Acesso em: 15 de novembro de 2017.

PLANALTO. **Instrução Normativa Rouanet 2017**. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/noticias-destaques/-/asset_publisher/OiKX3xlR9iTn/content/instrucao-normativa-rouanet-2017/10883> Acesso em: 22 de novembro de 2017.

POIESIS. **Contrato de Gestão nº 01/2017: Museus - Casa Guilherme de Almeida, Casa das Rosas e Casa Mário de Andrade**. Disponível em: <<http://www.poiesis.org.br/new/transparencia/arquivos/contrato-gestao-museus-01-2017.pdf>> Acesso em: 04 de novembro de 2017.

POIESIS. **Demonstrativos Financeiros: demonstrações financeiras em 31 de dezembro de 2016 e 2015**. Disponível em: <<http://www.poiesis.org.br/new/transparencia/demonstrativos/demonstracoes-financeiras-em-31dezembro-2015-2016.pdf>> Acesso em: 04 de novembro de 2017.

AVIS BRASILIS - **Lei Rouanet**. Disponível em: <<http://www.avisbrasilis.com.br/lei-rouanet>> Acesso em: 22 de novembro de 2017.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Marketing cultural e financiamento da cultura: teoria e prática em estudo internacional comparado**. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

VERGUEIRO, João Paulo. **Captação de Recursos: O que é captação de recursos?**. Disponível em: <<http://captadores.org.br/captacao-de-recursos/>>. Acesso em: 28 de outubro 2017. ABCR – Associação Brasileira de Captadores de Recursos, 2016.

VERGUEIRO, João Paulo. **O profissional: O Captador/Mobilizador de Recursos.** Disponível em: <<http://captadores.org.br/o-profissional/>>. Acesso em: 28 de outubro 2017. ABCR – Associação Brasileira de Captadores de Recursos, 2013.

WIKIPÉDIA. **Empreendedorismo cultural.** Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Empreendedorismo_cultural> Acesso em: 02 de novembro de 2017.

Recebido em: 20/07/2018

Aceito em: 04/08/2018