

# O CAMINHO DAS FOTOS

**Veja como três estudantes gaúchos conseguiram publicar um livro de fotografia e conheça o caminho das pedras para obter patrocínio. Saiba ainda usar as leis de incentivo cultural que existem no Brasil**

**D**epois de quase dois anos e meio de trabalho, três universitários gaúchos de Pelotas (RS), loucos por fotojornalismo, conseguiram o que muitos profissionais com anos e anos de janela sonham: publicar um livro de fotografia. A trajetória não foi fácil, mas ao procurar uma empresa especializada em produção cultural, encontraram o caminho das pedras.

O projeto foi formatado e o patrocínio surgiu veio com base em leis de incentivo cultural, que dão vantagens fiscais a quem investe em cultura.

Usando a estratégia da "cara-de-pau", os três bateram à porta da Ato, empresa de produção cultural de Pelotas. A proprietária Beatriz Araújo recebeu-os após muita insistência. "Para minha surpresa, entraram na sala três caras tatuados e cheios de piercing", conta. Fizeram um relato apaixonado que seduziu a produtora. Daí em diante, a Ato tornou-se uma espécie de parceira dos três e encarregou-se de montar o projeto, captando recursos em troca de uma porcentagem (10%) do valor total do patrocínio.

A Brasil Telecom, empresa



Os três jovens fotógrafos acompanharam o dia-a-dia de uma colônia de pescadores à margem da Lagoa de Patos (RS)



Manuel Nogueira, Elio Stoltz e Marcelo Curia, os autores do livro abaixo



gaúcha de telefonia, gostou do projeto e topou patrocinar. O custo foi de R\$ 72 mil, entre ampliações, edição e impressão do livro, viagens, transportes, convites e divulgação.

## HISTÓRIA DE PESCADOR

Com patrocínio assegurado, Elio Stoltz (26 anos), Manuel Nogueira (22) e Marcelo Curia (24), estudantes de comunicação da Universidade Católica de Pelotas (RS) lançaram "História de Pescador", livro com um ensaio fotográfico sobre o cotidiano de uma vila de pescadores à beira da Lagoa >

## UM BOM PEIXE E UMA BOA FOTO



Trecho da apresentação do livro feito por Ricardo Chaves, editor de fotografia do jornal Zero Hora, de Porto Alegre (RS)

“Fotografar e pescar são coisas parecidas. Para começar, é preciso algum equipamento, também é preciso uma especial vontade de ir à luta, e, mais que tudo, uma esperança e uma fé inabalável de que alguma coisa vai se conseguir. Claro, tem ainda aquela grande dose de paciência. Fotógrafos e pescadores se deslocam para o lugar que supõem certo e lá aguardam que as coisas aconteçam. As vezes demora. Não se pode exigir já um bom peixe ou uma boa foto.”



das Patos, próximo a Pelotas.

O investimento inicial do grupo se resumia a cerca de 90 filmes p&b e muitas idas e vindas à colônia para registrar a atividade pesqueira, as manifestações populares e flagrantes do cotidiano.

#### RESPEITO

Os três acompanharam passo a passo a impressão do livro. "É fundamental escolher uma boa gráfica para não comprometer o trabalho", afirma Manuel. Eles usaram três câmeras Nikon: FE, F70 e F90. Selecionaram 106 fotos sem se preocupar com quem fotografou isso ou aquilo. Optaram por não colocar créditos nas fotos. "Foi um trabalho de equipe", diz Ello.

No final, acabaram não ganhando nada, gastaram pouco e esperam receber algo com a venda do livro. O maior dividendo foi o respeito conquistado para a pouca experiência que têm como fotógrafos. "Onde quer vamos, o livro funciona como um cartão de visitas", conta Manuel.

"História de Pescador" teve tiragem de 2.000 exemplares. Metade será distribuída de graça em universidades brasileiras e outra metade está sendo vendida por R\$ 30,00 o exemplar na exposição itinerante que faz parte do projeto. Para entrar em contato com os autores do livro, acesse: [www.historiadepescador.com.br](http://www.historiadepescador.com.br)

Os fotógrafos registraram também manifestações populares da colônia, como a festa de Nossa Senhora dos Navegantes, comemorada toda ano



Ao todo, foram consumidos 90 filmes de 36 poses e selecionadas 106 fotos

#### LEIS DE INCENTIVO CULTURAL

Com as leis de incentivo cultural, ficou muito mais fácil viabilizar projetos como livros e exposições fotográficas. Por meio destas leis, as empresas podem investir em atividade cultural uma parte de que pagariam em impostos. Em muitos casos, o custo para a empresa é zero, uma vez que o dinheiro iria de qualquer forma para impostos. A Lei Rouanet, por exemplo, a mais importante de incentivo cultural do Brasil, permite que empresas destinem até 4% do Imposto de Renda para o patrocínio de projetos aprovados pelo

Ministério da Cultura. Pela Lei de Incentivo Cultural do Rio Grande do Sul, que viabilizou o livro "História de Pescador", o abatimento é de até 3% do ICMS para patrocínio de projetos culturais. O limite é de 75% de total, com o patrocinador arcando com os outros 25%. No site do Instituto Pensarte há uma relação de todas as leis de incentivo cultural existentes no Brasil. Além da Lei Rouanet, que é federal, há leis estaduais e até municipais. O endereço é: [www.pensarte.com.br](http://www.pensarte.com.br).



O livro "História de Pescador", todo em p&b, é o primeiro trabalho dos fotógrafos gaúchos, ainda iniciantes



#### COMO MONTAR UM PROJETO

Se você não tem acesso a uma empresa de produção cultural para propor uma parceria, saiba quais são os principais passos na elaboração de um projeto segundo Simone Marília Lisboa, mestre em Marketing e Planejamento Estratégico e técnica licenciada da Secretaria Municipal de Cultura de Belo Horizonte (MG):

1. Leia atentamente as leis, decretos e editais de abertura de recebimento de projetos, a fim de enquadrar o seu nos padrões exigidos pelas leis.
2. Formate o projeto para as leis de incentivo, considerando que quem vai ler pode não entender necessariamente daquele assunto. Deixe bem claro a importância do projeto.
3. Enquanto o projeto estiver tramitando nos órgãos públicos, inicie contatos com potenciais patrocinadores. Converse com o contador da empresa, pois muitas vezes são eles que definem o incentivo cultural. Tenha um certo cuidado. O contador pode achar que o patrocínio
4. pode se transformar em trabalho incômodo e convencer a diretoria a não investir em cultura.
4. Escreva um projeto curto (no máximo duas páginas) para levar ao patrocinador. Nele, deve-se explicar claramente e que o empresário vai ganhar com o patrocínio e, principalmente, convencê-lo disto: São itens fundamentais deste projeto: ideia central, montagem e execução, programação detalhada, promoção (onde o nome do patrocinador vai ser veiculado), cronograma de produção, benefícios gerados ao empresário, estudo de aplicação das leis de incentivo à cultura e plano de cotas (parcela requerida ao incentivador para a realização do projeto).