

MARKETING CULTURAL

Junho de 1998 - número 12

**BOA
APPLICAÇÃO**

MERCADO

Por que
empresas
recusam
projetos



**Banco adota cultura para
qualificar a sua marca**



Edegar Cid
Ferreira, presidente
do Banco Santos

IMAGEM DA MARCA

Banco Santos S.A. investe em cultura para reforçar e qualificar sua presença no mercado

O banqueiro Edegar Cid Ferreira não gosta que o associem à figura do mecenas típico. “O simples mecenato não é construtivo. Isso não existe mais no mundo moderno”, diz o presidente do Banco Santos S.A., uma das 35 maiores instituições financeiras privadas no país, segundo o ranking da revista *Balanço Anual*.

Este ano, ele chamou a atenção do mercado ao fazer publicar nos jornais um balanço social relatando as ações

culturais patrocinadas pelo banco no biênio 1997/1998. “Quando publicamos isso, estamos nos qualificando e construindo a nossa marca”, justifica esse santista de 54 anos de idade que, ainda adolescente, em Santos, foi um dos atores de *Barrela*, sob a direção do próprio autor da peça, o teatrólogo e conterrâneo Plínio Marcos.

Comparadas às dos concorrentes Itaú, Real ou Bradesco, realmente, as cifras aplicadas em cultura pelo Banco Santos não são tão expressivas. No

entanto, foi um dos primeiros a se preocupar em publicar o balanço social. Por determinação de Ferreira, desde 1995, pelo menos 5% do lucro líquido da instituição são destinados a investimentos em atividades culturais. No período relativo a 1997 e 1998, isso representa cerca de US\$ 2,5 milhões distribuídos, entre outras coisas, aos Patronos do Teatro Municipal de São Paulo, produção de CDs, pesquisa de documentos históricos brasileiros na França, um megaprojeto sobre os 500

anos de Descobrimento do Brasil, patrocínio à Bienal, apoio a programas da TV Cultura e trabalho de catalogação da obra da pintora Tomie Ohtake. "Um banco tem uma relação íntima com as pessoas. Eu sei qual é o seu saldo bancário, sei da sua vida. Por isso, a nossa imagem é fundamental", arremata.

ACERVO – A sede do Banco Santos, instalada em um prédio da avenida Paulista, em São Paulo, guarda parte do acervo particular do seu presidente. Distribuídos em três andares, os executivos trabalham rodeados de telas assinadas por Tomie Ohtake, réplicas de esculturas do Aleijadinho e artefatos de madeira do século 18 esculpido à mão. Sem falar dos documentos históricos, cerca de 3 mil, uma das paixões declaradas do banqueiro.

Esses documentos estão em todos



No acervo, documentos históricos

BALANÇO SOCIAL - BIÊNIO 97/98

O Banco Santos acredita que uma empresa moderna tem obrigações sociais que vão além dos seus próprios limites e que afetam as comunidades às quais ela está ligada.

A ação social da empresa não deve se limitar à área de seus clientes, fornecedores e funcionários, incluindo-se aí iniciativas para complementar ações estatais nas áreas de alimentação, saúde, educação, habitação, segurança pessoal, aposentadoria e transporte. A ação social de uma empresa deve incorporar atividades culturais, esportivas e de lazer, além de estimular a militância solidária na luta pela preservação do meio-ambiente.

O Banco Santos acredita que o seu investimento nessas ações contribuiu para o desenvolvimento da comunidade, reafirmando seu propósito de participar, através da cultura, na construção da cidadania. Assim, o Banco Santos publica seu primeiro balanço social, com as atividades e projetos de quem vem participando.

Total: R\$ 1.500.000,00.

São Paulo, fevereiro de 1998.

Edemar Cid Ferreira,

Presidente.



Como um dos patronos do Theatro Municipal de São Paulo:



1- Apresentação da soprano Olga Borodina e do barítono Dmitri Hvorostovsky, em outubro de 1997.



2- Apresentação da soprano June Anderson e do barítono Juan Pons, em abril de 1998.



Edição, produção e distribuição gratuita de 7.000 CDs relativos às apresentações de Olga Borodina e Dmitri Hvorostovsky, em 1997, e de outros 8.000 CDs de June Anderson e Juan Pons, que serão editados em 1998.



Pesquisa e levantamento de toda a obra da artista plástica Tomie Ohtake, para a edição do catálogo completo e exposição na cidade de São Paulo, no correr de 1999.



Pesquisa do "Projeto Resgate" na França, visando ao levantamento

dos acervos de documentos relativos ao Brasil colonial naquele país.



Formatação da curadoria do projeto "V Centenário do Descobrimento do Brasil", a ser realizado em maio do ano 2000.



Convênio com o Center of Brazilian Studies da Universidade de Oxford para:

1. Bolsas de estudo de pós-doutorado voltadas para finanças e economia;
2. Seminário para executivos com professores de Oxford em São Paulo, com temas sobre globalização.



Fundação Padre Anchieta – TV Cultura: patrocínio da programação.



Fundação Bienal de São Paulo: exposição de obras de René Magritte em homenagem aos 100 anos do nascimento do artista, a ser realizada em 1998, durante a 24ª Bienal.

os cantos e paredes do banco, onde só quem tem sala é o presidente. "Isso gera uma ambiente mais comunicativo e cultural", define. São cartas escritas por Machado de Assis, Rui Barbosa, mapas antigos ou um pergaminho de pele de cabra firmado por D. Manoel, o Venturoso, da época do Descobri-

mento do Brasil, e um Ficção, recibo do Período Colonial comprovando depósitos em ouro ou diamantes.

"Eu sei de coisas que pouca gente sabe. Um rei de Portugal declarou guerra aos índios brasileiros. Eu tenho este decreto, por exemplo." Ferreira conta que pretende formar um grupo



Executivos e funcionários já se habituaram com a presença...

de trabalho, com universidades do Brasil e do exterior, para reescrever a História do Brasil. “Algumas partes dela estão mal-escritas.”

INFLUENTE – Edegar Cid Ferreira é provavelmente um dos dez brasileiros mais influentes da administração cultural do país. Exerce, atualmente, pelo menos seis cargos. Integra o Conselho Nacional de Política Cultural junto a mais outros oito membros, todos nomeados pelo presidente Fernando Hen-

rique Cardoso, em 1996. Como conselheiro, participou ativamente das discussões que ajudaram a criar as leis de incentivo cultural, inclusive das que geraram a MP dos 100%, no final de 1997. Em política cultural, só é radical quando o assunto é isenção fiscal.

“As empresas patrocinam cultura, mas este não é o negócio delas. O Banco Santos não foi criado para patrocinar ópera, mas para fazer negócios financeiros. Por isso, o governo tem que dar a parte dele. Esse é o princípio”,

declara Ferreira, que em São Paulo ainda participa do Conselho da Fundação Padre Anchieta, mantenedora da TV Cultura, é conselheiro-curador da Bolsa Mercantil e de Futuros (BM&F), conselheiro da Fundação Bienal, vice-presidente dos Patronos do Teatro Municipal e comissário-geral da comissão Brasil 500 Anos – Artes Visuais.

TRAJETÓRIA – A trajetória percorrida por Edegar Cid Ferreira pelo universo das artes começa em 1989, depois que fundou o Banco Santos. Junto com outros empresários, inaugura e torna-se vice-presidente do Patronos do Teatro Municipal de São Paulo, com José Ermírio de Moraes na presidência. Nessa instituição, o Banco Santos chegou a promover mais de 100 eventos – desde a vinda de grandes óperas até doação de instrumentos e partituras. Por esta atuação assumiu a presidência da Fundação Bienal, de São Paulo, que passava por dificuldades financeiras. Contratou a Price Waterhouse para fazer uma auditoria e o trabalho de head-hunter. “Deu tão certo que as duas bienais seguintes obtiveram lucro”, lembra. A primeira, consumiu US\$ 6 milhões. Já a última, em 1996, gastou US\$ 15 milhões. As duas geraram exposições no exterior.

“Na 1ª Bienal da África do Sul, por exemplo, inaugurada pelo Nelson Mandela, tivemos participação decisiva no fornecimento de know-how”, relembra. Em maio, estava previsto que o Banco Santos patrocinaria a exposição do artista plástico francês René Magritte, na 24ª Bienal. Mas Ferreira pode trocar isso pelo patrocínio de um megasite da exposição na Internet: uma pessoa de qualquer parte do mundo poderá visitar virtualmente as salas.

VÍRUS – Se foi na adolescência, atuando sob a direção de Plínio Marcos, que floresceu o interesse do banqueiro pela arte, o vírus que o contaminou definitivamente foi inoculado pela mãe, Marina Cid Ferreira, uma pintora ama-



...das obras de arte que decoram seu ambiente de trabalho

dora apaixonada por ópera. Em abril, Edemar atravessou o continente para assistir, em Nova York, a Romeu e Julieta, com a soprano Angela Ghirghiu e o tenor Roberto Alagna, “que eu quero trazer para o Brasil”.

O interesse por Richard Wagner levou-o aos Mestres Cantores de Nuremberg. “Entrei no Metropolitan Opera House ao meio-dia e sai às 17h30. Esta ópera só pode ser encenada à tarde, porque demora cinco horas e pouco. Mas eu me diverti lá.”

Esta relação histórica com a cultura contribuiu para que Ferreira passasse a entender o binômio arte-empresa. “O que constrói uma marca? Para nós, é a cultura”, define. Por influência dele, o banco investe em dois setores: música lírica e artes visuais. Patrocinou, em 1997, a vinda da soprano Olga Borodía e do barítono Dmitri Hvorostovsky, e distribuiu 7 mil CDs deste repertório. Trouxe também a soprano June Anderson e o barítono Juan Pons. Mais 8 mil CDs serão distribuídos em 1998.

Outro projeto importante é o tra-

balho de catalogação da obra da artista plástica Tomie Ohtake, que resultará no catálogo que acompanhará a exposição programada para o Museu de Arte de São Paulo (Masp), em 1999. “Já levantamos cerca de 680 obras à óleo, 300 esculturas e 2 mil desenhos”, conta Ferreira.

O BANCO – Com um patrimônio estimado em US\$ 120 milhões e ativo calculado em US\$ 1,7 bilhão, o Banco Santos é uma instituição financeira sem agências, que como o próprio Edemar diz, “ganha dinheiro” em uma atividade especializada. É com uma carteira de US\$ 600 milhões em CDBs que realiza suas operações de empréstimo com pessoas jurídicas, como supermercados, lojas de departamentos, construtoras e universidades. Em troca, o banco fica com os “recebíveis”, ou seja, os cheques dos supermercados e das lojas de departamento, as mensalidades das universidades e as prestações das construtoras. No economês, isso recebe o nome de securitização de recebíveis. ◆

HISTÓRIAS DO MECENATO

“Eu não sou um sábio! Dê-me uma espada!”, disse o papa Júlio II a Michelangelo, quando este lhe mostrou um livro.



REPRODUÇÃO

Famoso por **Papa Júlio II** seu espírito guerreiro, Júlio II assumiu o pontificado em 1503, com o objetivo de tornar Roma o centro espiritual e político da cristandade. Para isso, liderou pessoalmente exércitos, foi hábil diplomata e combateu o nepotismo da Igreja.

No entanto, para a maior glória desta Igreja, seria necessário reformar o símbolo deste poder, Roma, que era só uma pequena e subpovoada vila medieval, vítima da peste e com fama de “pecadora”. Júlio II demonstrou, então, outra virtude: o reconhecimento de grandes talentos, atraindo para Roma dois gênios da arte ocidental: Michelangelo e Rafael. Iniciou, ainda, a construção da nova Basílica de São Pedro. A relação de Michelangelo com Júlio II ficaria famosa. Dois homens impulsivos e de gênios irrequietos brigavam e se admiravam ao mesmo tempo. A primeira encomenda do papa ao artista foi seu próprio túmulo, um projeto que durou 40 anos. A grande encomenda foi a Capela Sistina, tarefa à qual Michelangelo recusou-se de início, pois considerava-se um escultor, mas que acabou aceitando. A realização desta obra o tornaria ainda mais obsessivo e solitário: Michelangelo não permitia que ninguém acompanhasse seu trabalho, e o papa chegou a agredi-lo a bengaladas pela demora do serviço. Quando ficou pronta em 1512, Júlio II foi o primeiro a render-se à genialidade e beleza dos afrescos.

José Carlos Vilardaga, historiador.