

Janaina Pereira

outubro 25, 2008

Cultura é um bom negócio

Filed under: [Economia](#) — janapereira @ 5:43 pm

As leis de incentivo ajudam as empresas na realização de projetos culturais. Conheça mais sobre a Lei Rouanet, que há 16 anos incentiva trabalhos nesta área

Janaina Pereira, revista Meu Próprio Negócio, edição 55, julho / 2007

Cultura é uma totalidade de padrões aprendidos e desenvolvidos pelo ser humano. Para alguns é sinônimo de entretenimento. Para outros, pode ser um bom negócio.

Investir em cultura é um caminho seguido por diversos empreendedores. As leis de incentivo criadas pelos governos federal e estadual são alternativas para empresas com o objetivo social e cultural. Uma das mais conhecidas é a Lei Rouanet, criada em 1991 para dar a pessoas físicas e jurídicas a oportunidade de incentivar e patrocinar projetos na área da cultura.

Embora tenha sua imagem associada a grandes empresas, a Lei Rouanet também beneficia pequenos e micro empresários, que podem utilizá-la para incentivar projetos, ou para atuar como produtores culturais.

Os fotógrafos Luiz Cláudio Lacerda e Rogério Randoff, sócios da 360° Editora, do Rio de Janeiro, especializada em livros de fotografias em 360 graus, são exemplos de utilização da Lei Rouanet. Diante das dificuldades para impressão de um livro, os empresários inscreveram o trabalho na Lei. Como responsáveis pelo projeto – chamados pela Lei de proponentes –, saíram em busca de patrocínio e assim o livro de fotos sobre o Rio de Janeiro foi produzido.

“A editora é pequena e precisa da Lei para conseguir patrocinadores para produzir os livros, pois eles são caros. Num projeto de livro sobre Fernando de Noronha, não tivemos incentivo da Lei Rouanet e tiramos dinheiro do nosso bolso para realizá-lo”, conta Lacerda.

A editora, que conta com três funcionários, além dos sócios, está a cinco anos no mercado e sempre inscreve seus projetos nas leis de incentivo. Lacerda acredita que assim pode viabilizar seus trabalhos.

“Um livro leva oito meses para ser produzido, por isso apresentamos o projeto com um ano de antecedência. Inscrevemos tudo na Lei Rouanet, nem sempre conseguimos utilizá-la, mas continuamos tentando. As empresas deveriam usar mais a Lei, mas é preciso saber que elas serão analisadas, pois a empresa tem que ser idônea e estar com tudo em ordem. É burocrático, mas a Lei Rouanet é excelente.”

O atual projeto da 360° – o livro *100 anos de encantamento*, sobre Oscar Niemeyer, e a mostra de fotos do livro, que vai percorrer o Brasil – foram realizados graças a Lei Rouanet. A visibilidade desses projetos fez a empresa colher bons frutos: a 360° foi escolhida para divulgar a imagem do Rio de Janeiro durante os Jogos Pan-Americanos. E os negócios não páram por aí: um novo projeto já está inscrito na Lei Rouanet. “Estamos preparando um livro sobre o Brasil e aceitando propostas para patrociná-lo”, diz Lacerda.

Potenciais investidores

A economista e conferencista em marketing cultural Ana Carla Fonseca Lacerda, da Garimpo de Soluções – Economia, Cultura e Desenvolvimento, acredita que a Lei Rouanet trouxe um diálogo entre público e privado, com recursos para o setor cultural que antes inexistia. Em seu livro *Marketing Cultural e Financiamento da Cultura*, Ana Carla dedica um capítulo à micro e pequenas empresas. “É interessante mostrar ao pequeno empresário a Lei Rouanet porque a maioria não conhece ou não sabe como utilizá-la. Não podemos esquecer que os agentes que fazem a cultura no interior das cidades são potenciais investidores. Ele está dentro do contexto, e por isso tem um envolvimento maior, sua importância não pode ser subestimada.”

Para Ana Carla, apesar da Lei Rouanet ter aberto novas possibilidades no mercado cultural e dar aos investidores uma visão do seu público, há alguns aspectos negativos. “A lei não existe para determinar que os direitos estão nas mãos do setor privado e os deveres nas mãos do setor público. Há um problema que não está na produção, mas na forma como isso chega às pessoas. A Lei Rouanet deveria corrigir as falhas do mercado, com o governo investindo em projetos que têm dificuldades para serem realizados, e não em produções que poderiam conseguir patrocínio sem a Lei.”

Detalhes que fazem a diferença

A produtora cultural Luli Hunt, da Empório de Produção, trabalha há dez anos com leis de incentivo. Para ela, a criação dessas leis é uma maneira do governo transferir sua responsabilidade para as empresas. Trabalhando com publicação de livros e realização de exposições, Luli afirma que as grandes empresas são as que mais se beneficiam da dedução de 4% do Imposto de Renda previsto na Lei Rouanet. “Para os micro e pequenos empresários o ideal é ser proponente, que é o idealizador do projeto. Depois de aprovado, ele vai ser o realizador, e pode buscar patrocínio.” Luli explica que uma das partes mais importantes para as empresas que conseguem os recursos da Lei Rouanet é a prestação de contas. “Enquanto o projeto está sendo realizado, toda movimentação financeira tem que ser comunicada ao Ministério da Cultura. E o projeto é auditado até cinco anos após sua realização, com toda a documentação da empresa sempre em ordem para qualquer esclarecimento necessário.”

Luli Hunt ainda ressalta dois artigos da Lei Rouanet como fundamentais para análise antes da inscrição de qualquer projeto. “O artigo 18 diz que os 100% de abatimento fiscal do patrocinador só é possível para determinados projetos, como, por exemplo, música clássica e exposições itinerantes. É preciso ficar atento a isso, pois muitos projetos não estão especificados neste artigo, então eles entram no artigo 26, que determina por volta de 70% de abatimento.”

Para os micros e pequenos empresários, a produtora cultural dá a dica de outra lei que pode ser utilizada em investimentos na área. “A Lei Mendonça, do município de São Paulo, abate 20% do ISS e do IPTU, e tem a mesma finalidade da Lei Rouanet: patrocinar iniciativas culturais.”

O consultor Gabriel Lins, da ELS2 Comunicação, do Rio de Janeiro, empresa especializada em marketing cultural, diz que apesar das micro e pequenas empresas terem menor acesso a Lei Rouanet como patrocinador, podem usá-la como forma de viabilizar projetos, desde que tenham como objetivo valorizar a cultura nacional e o trabalho seja de interesse público. “Existem vários projetos realizados por pequenas empresas. Muitas editoras trabalham com a Lei Rouanet e para elas a lei de incentivo é fundamental pois a publicação de determinados livros, como os de arte, são inviáveis sem esse apoio.” Lins afirma que o caminho é desenvolver pequenos projetos, já que os patrocínios acabam ficando com os grandes.

Sebrae aposta na área cultural

O Sebrae, dentro do Departamento Unidade Organizacional de Desenvolvimento Territorial, criou a célula Negócios em Turismo, Cultura e Artesanato, com cursos voltados para a área cultural, ministrados pelos escritórios regionais de São Paulo. Os cursos são realizados de acordo com a demanda, e há as opções de Investimento em Cultura e Mercado em Cultura.

Segundo o consultor do Sebrae SP Ary Scapin, esses cursos mostram ao micro e pequeno empresário como investir em cultura, explicando, inclusive, aspectos das leis de incentivo. “O objetivo é mostrar que é possível trocar o investimento em publicidade pelo marketing cultural. A cultura dá visibilidade, mas é uma outra forma de abordagem, tão boa quanto investir no marketing tradicional. E as empresas que se preocupam mais com o social e a cultura são consideradas mais criativas e tem melhor visibilidade”, diz Scapin.

Conheça outras leis de incentivo

Lei Mendonça (município de São Paulo) - oferece como benefício fiscal à pessoa física ou jurídica a dedução de 70% do valor investido no projeto, até o limite de 20% do total devido de ISS (Imposto Sobre Serviço) e IPTU (Imposto Predial e Territorial Urbano). O contribuinte pode lançar a diferença entre o investimento e o desconto do imposto, a seu favor, em outros pagamentos de impostos, num prazo de 24 meses, podendo nesse período resgatar o total de descontos a quem tem direito.

Lei do ICMS (Estado do Rio de Janeiro) – beneficia projetos artístico-culturais nas várias vertentes ou eixos de atuação, como: produção, circulação, formação, leitura, memória, difusão, conservação, criação e eventos. A cada ano o Governo do Estado abre um edital para receber os projetos. Em caso de aprovação, o proponente do projeto recebe um bônus fiscal (cheque do governo) para converter em dinheiro junto às empresas que pagam ICMS no Estado. Todo o valor comprovado em bônus, aplicado pelo empresário no projeto é devolvido pelo governo na hora de pagar o ICMS. O proponente do projeto recebe o dinheiro do patrocinador, executa o projeto e presta contas ao governo.

Lei do Audiovisual (federal) - para empresas que desejam investir na produção e co-produção de obras cinematográficas e/ou audiovisuais e infra-estrutura de produção e exibição.

Na prateleira

A complexa inter-relação entre os setores público e privado na promoção e na preservação da produção cultural é abordado por Ana Carla Fonseca Reis em seu livro *Marketing Cultural e Financiamento da Cultura*. A autora, que é bacharel em Administração Pública pela FGV/SP, economista pela USP, conferencista em marketing cultural e economia da cultura e consultora da ONU em economia criativa, analisa 24 estudos de casos, desenvolvidos com empresas dos mais diversos portes e áreas de atuação que se tornaram referência em marketing cultural. O financiamento da cultura no Brasil é contemplado de forma comparada a outros seis países. O livro traz também dados levantados em 33 fundações e órgãos governamentais e o estudo de 40 leis e regulamentações federais, estaduais e municipais. Ana Carla também é autora de *O Caleidoscópio da Cultura – economia da cultura e desenvolvimento sustentável*, que revela por meio de reflexões de casos internacionais e brasileiros uma visão global e integrada de cultura, economia e desenvolvimento sustentável.

MARKETING CULTURAL E FINANCIAMENTO DA CULTURA

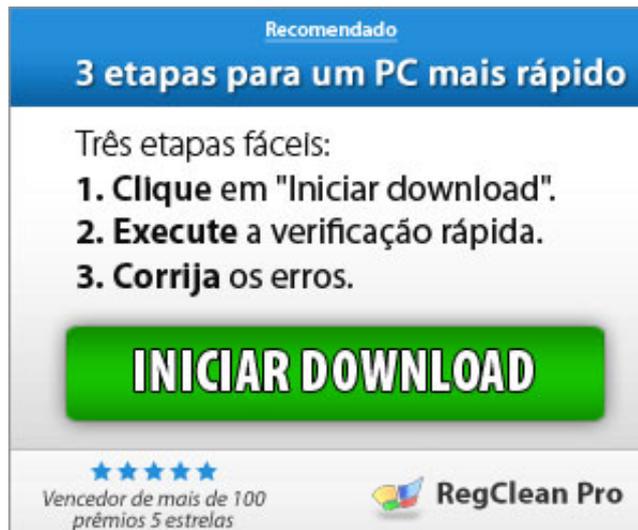
De Ana Carla Fonseca Reis

Editora Thomson

R\$69,90

COLABORARAM

ELS2 Comunicação – www.els2.com.br – (21) 2535-0166; Empório de Produção – (11) 3819-0083; Garimpo de Soluções – Economia, Cultura e Desenvolvimento – www.garimpodesolucoes.com.br; SEBRAE SP – www.sebraesp.com.br – (11) 3177-4980; 360º Editora – www.360imagens.com.br – (21) 2236-7652



Recomendado

3 etapas para um PC mais rápido

Três etapas fáceis:

- 1. Clique em "Iniciar download".**
- 2. Execute a verificação rápida.**
- 3. Corrija os erros.**

INICIAR DOWNLOAD

★★★★★
Vencedor de mais de 100 prêmios 5 estrelas

 **RegClean Pro**

★ Gostei Seja o primeiro a gostar disso.

[Deixe um comentário](#)

Deixe um comentário »

Nenhum comentário ainda.

[Feed RSS para comentários sobre este post.](#) [URI de trackback](#)