

## Práticas de Financiamento para organizações culturais e economia criativa

Leonardo Flach<sup>1</sup>

### Resumo

Este artigo tem por objetivo analisar as práticas de financiamento para organizações culturais e Economia Criativa do Brasil a partir da Lei Rouanet e Projeto de Lei ProCultura. A Lei Rouanet avançou em vários aspectos no incentivo à cultura, mas apresenta pontos com necessidades de melhorias. Dessa forma, está atualmente em discussão uma nova lei, denominada ProCultura. Os resultados da pesquisa apresentam as diferenças entre a Lei Rouanet e as novas propostas para financiamento cultural, bem como motivos e objetivos para o novo projeto de lei.

**Palavras-chave:** organizações culturais; economia criativa; financiamento; lei Rouanet; Projeto de lei pró-cultura.

## Practice Funding for cultural and creative economy

### Abstract

This article aims to analyze the practices of funding for cultural organizations and Creative Economy of Brazil, explaining the Rouanet law and the new project with the name ProCultura. The Rouanet law advanced in several aspects, but some points need improvement. Thus, it is currently being discussed a new law, called ProCultura. The results show the differences between the Rouanet law and new proposals for financing cultural organizations.

**Keywords:** cultural organizations, creative economy; financing; Rouanet law, Pro-Culture law project.

---

<sup>1</sup> Doutor em Administração (UFRGS); Mestre em Administração (UFSC); Bacharel em Administração (UFSC). Professor do PPG em Contabilidade e do curso de Ciências contábeis da UFSC. Membro permanente da comissão de Cultura (UFSC). E-mail: <leoflach@hotmail.com>

## Introdução

Dezoito anos de vigência da Lei Rouanet geraram discussões e distorções, como uma concentração do financiamento cultural em termos territoriais e de proponentes. Como não se consegue beneficiar o conjunto da cultura brasileira, não se consegue abranger toda a diversidade cultural que demanda continuamente por mais recursos em várias áreas e segmentos, em todas as regiões. A cultura de um país representa um patrimônio intangível, que expressa a identidade de um povo.

O Ministério da Cultura tem como uma de suas atuais ideias disponibilizar aos artistas, produtores, empresas patrocinadoras da cultura e cidadãos em geral, uma nova lei de fomento e incentivo à arte e à cultura. É necessário, portanto, esclarecer os motivos e objetivos desse projeto de lei que pretende substituir a Lei Rouanet.

Artistas e produtores culturais não podem depender exclusivamente de patrocinadores, nem do critério de retorno de imagem. Projetos de teatro, música, leitura, bibliotecas, museus e patrimônio não podem depender apenas do interesse de marketing das empresas para ter seu reconhecimento e viabilizar suas atividades.

A partir de mecanismos eficientes de financiamento cultural, torna-se possível a valorização dessa diversidade artística e o acesso à mesma como direito de todos. O retorno é intangível, pois consiste na formação de geração de cidadãos culturalmente ricos e plenos, fortalecendo uma jovem democracia e ampliando a liberdade de expressão. Além disso, a cultura tornou-se atualmente uma economia estratégica no mundo, que demanda investimento público e privado. O poder público tem papel central nesse desempenho, já que os recursos financeiros precisam ser usados com transparência, critério e responsabilidade. Há a necessidade de o Estado se tornar capaz de agir com rapidez, reduzir a burocracia e avaliar resultados de maneira eficiente.

A sociedade anseia por lideranças que apresentem possibilidades, ideias baseadas na esperança, aspiração, inovação e beleza, em detrimento da restrita e pragmática reaplicação de padrões ultrapassados (ADLER, 2011). Isso reporta à discussão sobre a substituição da Lei Rouanet pelo Projeto de Lei ProCultura. Para entender o campo de atuação em que esses financiamentos ocorrem, torna-se necessário compreender o seu arcabouço conceitual.

## A expansão das Organizações Culturais e Economia Criativa

Florida (2005), um dos principais analistas da “economia criativa”, tem explicado nas duas últimas décadas (2000 e 2010) como a criatividade se tornou a força motriz da economia. Como exemplo de indicador dessa mudança, o autor aponta a explosão do setor criativo no que tange a atividades de arquitetura, propaganda, publicação, design, moda, entretenimento em geral, etc. Segundo ele, esse setor foi responsável pela geração de milhões de empregos. No caso particular dos Estados Unidos, o setor criativo já havia se expandido tanto que se tornou responsável por quase metade da renda de todos os salários do país (FLORIDA, 2005).

Adler (2011) destaca que na economia criativa as pessoas combinam uma aspiração para o belo e o uso da criatividade extrema, com enorme potencial de mercado e capacidade para resolver problemas,

com soluções dignas para a humanidade. A questão para reflexão consiste em saber os parâmetros necessários para que o mundo funcione como uma economia criativa.

Hartley (2005) descreve algumas das razões da expansão da economia criativa. No final do século XX, a economia mundial tinha bases que se alteravam gradativamente da indústria manufatureira para os serviços ao consumidor. Isto significa que o valor não estava mais sendo gerado pelo processamento de matérias-primas (exemplo: o processamento do aço na fabricação de automóveis), mas pela informação (exemplo: sistemas operacionais de computadores). Nos Estados Unidos, o mercado de ações, que havia sido dominado por companhias como a General Motors e a General Electric, passou a sê-lo por empresas como a Microsoft e empresas de telecomunicação. O papel das tecnologias de informação também fomentou esse enfoque na economia criativa, e deu origem a uma sociedade que Castells (2004) denominou de Sociedade da Informação.

O desenvolvimento da economia criativa perpassa a necessidade de avaliar as competências de um líder de organizações criativas. Adler (2011) destaca que grandes artistas e grandes líderes apresentam em comum as seguintes habilidades: ver e entender a realidade como ela é, reconhecendo aspectos positivos e negativos; vislumbrar novas possibilidades; inspirar as pessoas a mudar trajetórias e realidades para novos caminhos.

O crescimento das indústrias criativas e economia criativa traz também novos desafios, pois assim como evoluem setores como a produção de cinema, televisão e vídeo, evolui também a tecnologia, aumentando a demanda por serviços mais complexos, com maior grau de especialização e conhecimento (PHELPS, 2012).

Em análise global de padrões de mudança de empregabilidade nas indústrias criativas na região metropolitana de Sydney (Austrália), Gibson e Brennan-Horley (2006) retratam uma geografia irregular para a criatividade dentro da cidade de Sydney. Algumas regiões suburbanas ou áreas que antigamente não eram urbanas apresentaram rápido crescimento de organizações culturais e indústrias criativas. Como fatores que desencadearam este crescimento os autores destacaram razões como: o crescimento mais rápido da população; pressão de custos sobre a indústria criativa; trabalhadores dentro das regiões metropolitanas experimentando inflação no valor dos imóveis; localização e realocação de emprego na indústria criativa dentro dos próprios subúrbios.

Após a compreensão das organizações culturais e economia criativa de maneira geral, aborda-se em seguida esse panorama no campo nacional, com foco nos mecanismos normatizadores que fomentam a cultura no Brasil.

### **Avanços da Lei Rouanet para o financiamento cultural**

A Lei Federal de Incentivo à Cultura (Lei nº 8.313 de 23 de dezembro de 1991), também conhecida por Lei Rouanet, instituiu políticas públicas para a cultura nacional, como o Programa Nacional de Apoio à Cultura (PRONAC). Com isso, as diretrizes para a cultura nacional foram estabelecidas nos primeiros artigos, sendo que sua base está pautada na promoção, proteção e valorização das expressões culturais nacionais.

O grande avanço da Lei Rouanet se refere à política de incentivos fiscais que possibilita às empresas (pessoas jurídicas) e cidadãos (pessoas físicas) a aplicarem uma parcela do imposto de renda devido em ações culturais.

O percentual disponível de 6% do imposto de renda para pessoas físicas e 4% de imposto para pessoas jurídicas, ainda que relativamente pequeno, permitiu que em 2008 fossem investidos em cultura, mais de R\$ 1 bilhão, de acordo com dados do Ministério da Cultura (2012).

Essa Lei também ajudou a educar empresas e cidadãos para o investimento cultural. Inicialmente daria incentivos fiscais, pois com o benefício no recolhimento do imposto a iniciativa privada se sentiria motivada ao patrocínio de eventos culturais, uma vez que o patrocínio fomenta a cultura e valoriza a marca das empresas junto ao público.

Segundo dados do Ministério da Cultura (2012), os incentivos do governo à cultura somam R\$310 milhões: R\$280 milhões para a Lei Rouanet (percentagem investida diretamente pela União) e R\$30 milhões para a Funarte. O incentivo fiscal deixou no ano de 2009 de adicionar aos cofres da união cerca de R\$ 1 bilhão.

A Lei nº. 8.313 (Lei Rouanet), tendo como prioridade o desenvolvimento e a difusão da atividade cultural, apresenta dois diferentes instrumentos de apoio para projetos culturais: Fundo Nacional da Cultura e Mecenato. Se estiver devidamente enquadrada nos critérios estabelecidos pela legislação, qualquer proposta de natureza cultural pode pleitear recursos financeiros por meio da Lei Rouanet. Já o mecenato consiste no mecanismo de apoio que garante o incentivo fiscal, mediante a renúncia de impostos, às instituições que comprovem investimento no segmento cultural. Por meio desse mecanismo, o gestor do projeto cultural aprovado pelo Ministério da Cultura busca recursos junto a contribuintes e empresas, que por sua vez deduzem percentuais do imposto de renda, respeitando os limites estabelecidos em lei. Os proponentes podem ser pessoas físicas ou pessoas jurídicas, privadas ou públicas de administração indireta, com ou sem fins lucrativos e de natureza cultural. Na Tabela 1 encontram-se valores anuais sobre a quantidade de projetos culturais apresentados, montante dos valores solicitados, montante dos valores aprovados, e valores anuais captados:

Quadro 1: Montante dos valores solicitados, montante dos valores aprovados, e valores anuais captados para projetos culturais nacionais

Ano	Quantidade	Solicitado	Aprovado	Captado
2007	1060	R\$651.825.516,00	R\$441.186.048,47	R\$159.869.651,16
2008	831	R\$534.026.759,07	R\$359.207.956,12	R\$111.753.496,81
2009	543	R\$328.901.302,53	R\$243.230.227,49	R\$81.366.824,09
2010	562	R\$365.196.776,41	R\$293.340.547,78	R\$87.319.076,82
2011	886	R\$552.136.063,53	R\$272.618.604,45	R\$71.257.786,09

Fonte: elaborado pelo autor com base em Ministério da Cultura (2012)

Segundo dados do Ministério da Cultura (2012), no ano de 2011, ou seja, 20 anos após a aprovação da Lei Rouanet, obteve-se os seguintes avanços: investimento crescente no setor cultural; R\$12 bilhões entre os anos de 1991 e 2011; R\$1,3 bilhões em 2011 (97% de execução); R\$1,6 bilhões em 2012; 35 mil projetos apoiados, sendo 3,5 mil em 2011 e 12 mil em execução; mecanismo de indução do profissionalis-

mo no setor; envolvimento da iniciativa privada nos patrocínios; transparência em todas as fases; implantação de política de editais; desenvolvimento de alguns setores (música e artes cênicas); tornou-se o mais importante mecanismo de incentivo para a cultura; estímulo para a criação de leis estaduais e municipais.

Destaca-se também na Tabela 1 o decréscimo linear do valor financeiro captado entre os anos de 2007 e 2011, ao passo que oscilaram significativamente: o valor solicitado de projetos culturais nacionais, quantidade demandada, valor solicitado e valor aprovado. Entre os anos de 2007 e 2009 decresceram, paralelamente, os valores da quantidade de projetos, orçamento solicitado, valor aprovado, e valor captado.

### **Críticas e desafios da Lei Rouanet para o financiamento cultural**

A Lei Rouanet, assim como apresentou avanços, possui também pontos que necessitam de discussão. A Lei ajudou a educar empresas e cidadãos para o investimento cultural, permitiu incentivos fiscais, mas estas características também se tornam ponto crítico. Ou seja, apesar de motivar a iniciativa privada no recolhimento do imposto para o patrocínio de eventos culturais, a crítica é que a Lei também ensinaria a fazer propaganda gratuita.

Outra crítica é que ao invés de o governo investir diretamente em cultura, começou a permitir que as próprias empresas decidissem qual forma de cultura mereceria ser patrocinada. Isso é negativo, pois tal fato pode culminar na redução da pluralidade cultural, enfatizar o que determinam o mercado e a mídia de massa, redução da possibilidade de crescimento de contextos culturais locais em detrimento da cultura globalizada. Além disso, há também a crítica da falta de transparência nessa forma de financiamento, pela possibilidade de fundos serem desviados inapropriadamente.

Entre os principais problemas da Lei Rouanet, elencados com base nas análises do Ministério da Cultura (2012), citam-se os seguintes: não traduz o atual momento que vive a Cultura Brasileira; permite 100% de abatimento do investimento para alguns segmentos; não garante o acesso dos brasileiros à cultura; não estimula o investimento privado no setor cultural; promove a concentração de recursos em 2 estados brasileiros; exige estrutura pesada e onerosa de análise/acompanhamento; trata diferentes de forma igual (patrocinador-proponente-região); prestação de contas complexa – inadimplência/passivo; exclui agentes culturais que não têm acesso aos patrocinadores; torna o produtor refém dos recursos incentivados; não permite políticas compensatórias por parte do Estado; exclui os pequenos contribuintes, inclusive pessoas físicas; lei ancorada no Mecenato.

Há, ainda, o ponto negativo da polarização no montante do financiamento cultural. Analisando dados do Ministério da Cultura (2012), constatou-se que os estados que mais receberam verbas pela Lei Rouanet foram respectivamente: São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais. São Paulo, por exemplo, alcança o montante de R\$200.000.000 solicitados, e um valor de mais de R\$160.000.000 aprovados. No entanto, os valores realmente captados são muito mais baixos. Em São Paulo, por exemplo, nesse mesmo ano de 2011 os valores não passaram de R\$25.000.000 reais.

## **Pilares do financiamento cultural nacional e a nova proposta do projeto de lei Pró-Cultura**

O Projeto de Lei Pro-Cultura foi apresentado pelo executivo em 29-01-2010 e permanece em discussão para a implementação. Entre as principais propostas para avanços com a nova lei da cultura estariam: possibilidade de três faixas de renúncias (40, 60 e 80%); contrapartida mínima de 20% para empresas, para todos os projetos; pessoa física como proponente (renúncia e FNC); critérios de análise baseado nas dimensões simbólica, econômica e social (parâmetros para o percentual de renúncia); fortalecimento do FNC; financiamento direto simplificado (bolsas e prêmios); Transferência para fundos estaduais e municipais; parcerias com entidades culturais, inclusive com fins lucrativos; empréstimos reembolsáveis; incentivo à criação de fundos privados para manutenção de instituições culturais (Fundo de Investimento Cultural e Artístico/ FICART); possibilidade de investimentos em empresas e projetos com associação ao retorno comercial; limite por proponente (0,5%); Criação de Fundos Setoriais para o FNC; possibilidade de execução de Planos Plurianuais; menor alíquota de renúncia para eventos/ações que têm o nome do patrocinador.

O financiamento cultural está amparado em três pilares pela legislação. O primeiro pilar consiste no incentivo fiscal, que se caracteriza por lógica racional de que o empresário tem a prerrogativa de alocar o recurso do imposto de renda. É sabido que esse valor é na verdade do governo, mas enquanto não vem para o governo, é do empresário. Assim, o empresário opta por alocar o recurso onde ele tiver maior retorno econômico e social. Isso gera concentração de recursos, pois se o empresário atua no Sudeste, e não na região Sul, decide que a sua marca seja divulgada no Sudeste.

O segundo pilar está no Fundo Nacional de Cultura, criado com a Lei Rouanet, mas que ao longo dos anos perdeu força. Com o Fundo Nacional, o governo teria, em tese, condições de abraçar áreas que o empresário não beneficia ou não quer beneficiar. Ou melhor, são ações culturais relevantes para o desenvolvimento da cultura brasileira, mas a lógica empresarial não visualiza como boa oportunidade de investimento. O Fundo Nacional é uma forma de o governo beneficiar esses lugares. Como a maioria das empresas está no Centro, Sul e Sudeste do país, a maior concentração do PIB se encontra nessas regiões, as quais acabam recebendo mais incentivos por parte dos empresários. O Fundo Nacional procura fazer uma compensação nessa lógica, mas o valor desse montante tem se apresentado historicamente baixo.

O terceiro pilar do financiamento cultural incide no Fundo de Investimento. Esse Fundo também foi criado a partir da Lei Rouanet, mas nunca saiu do papel pela falta de atrativos para os investidores. A ideia é a de que o Fundo de Investimento teria um funcionamento parecido com um banco, no qual as ações lucrativas, comercialmente viáveis e espetáculos renomados, ao invés de usarem o incentivo ou Fundo Nacional, poderiam usar o Fundo de Investimento. O produtor de tais eventos poderia ir no Fundo captar o dinheiro, realizar o empreendimento e depois devolveria o dinheiro a aquele.

## **Principais diferenças e alterações entre a Lei Rouanet e o projeto de lei PróCultura**

As principais diferenças entre a Lei Rouanet e a nova Lei Pro-Cultura são: quase todos recebem 100% de renúncia fiscal, sem critério; a área de Patrimônio é prejudicada pelos critérios de análise; há ampliação da base de patrocinadores (aumento das alíquotas de incentivo fiscal para pessoas físicas e jurídicas); criação de CNICs Setoriais deliberativas que mantêm a mesma formação da CNIC (Comissão

Nacional de Incentivo à Cultura); equiparação do FNC à renúncia; produção independente necessita de maior valorização e revisão conceitual; ampliação para 3% no limite de abatimento de pessoa física na declaração; representação dos artistas nas CNICs, por eleição direta; modificação dos critérios de análise (natureza do projeto, alcance e impacto cultural), inclusão da pontuação no texto da lei, com conceitos subjetivos; retirada do artigo que trata de eventos com o patrocinador no título do projeto; o montante de 25% do orçamento incide em despesas administrativas, incluindo captação de recursos; elimina o limite por proponente (0,5%); 100% de renúncia para os FICARTS; apresentação de projetos durante todo o ano; valorização da transversalidade da Cultura (educação, meio ambiente, saúde, esporte, cidadania e direitos humanos)

Para destacar as diferenças e alterações da Lei Rouanet para o Projeto de Lei ProCultura, foi organizado o Quadro 1 a partir de categorias de análise:

Quadro 2: diferenças entre Lei Rouanet e Projeto de lei Pró-Cultura

	<b>Lei Rouanet</b>	<b>Projeto de lei Pró-Cultura</b>
<b>Legislação</b>	Lei 8.313/1991: Programa Nacional de Apoio a Cultura. Será revogada.	PL. 6.722/2010: Programa Nacional de Fomento e Incentivo à Cultura. Entrará em vigor em 180 dias da publicação. Deve ser regulamentada em 120 dias a partir da publicação.
<b>Finalidades</b>	Captar e canalizar recursos para o setor cultural.	Mobilizar e aplicar recursos para apoiar projetos culturais que concretizem os princípios da Constituição.
<b>Objetivos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Incentivo à formação artística e cultura- fomento à produção;</li> <li>- Preservação e difusão do patrimônio artístico, cultural e histórico;</li> <li>- Estimulo ao conhecimento dos bens e valores culturais.</li> </ul>	<p>Cultura é entendida como pólo estratégico de um novo ciclo de desenvolvimento humano no país:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Defesa da diversidade;</li> <li>- Universalização de acesso;</li> <li>- Fomento a criatividade cultural;</li> <li>- Transversalidade.</li> </ul>
<b>Mecanismo do Procultura</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fundo Nacional da Cultura- FNC;</li> <li>- Fundo de Investimento Cultural e Artístico (FICART)</li> <li>- Vale- Cultura, criado por Lei específica (novidade).</li> </ul>
<b>Modalidade de execução dos mecanismos do pró-cultura</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Financiamento direto; não há reembolso;</li> <li>- Empréstimos;</li> <li>- Investimento em empresas e projetos, com associação aos resultados econômicos;</li> <li>- Transferência para fundos públicos, estaduais e municipais de cultura;</li> <li>- Contratos e parceiros com entidades sem fins lucrativos;</li> <li>- Incentivo a fundos privados permanentes mantenedores de instituições culturais.</li> </ul>

<p><b>Natureza pública dos projetos</b></p>	<p>- Projetos culturais cuja exibição, utilização e circulação dos bens culturais deles resultantes sejam abertos, sem distinção, a qualquer pessoa, se gratuitas, e a público pagante, se cobrado ingresso.</p> <p>- Vedada a destinação a coleções particulares ou circuitos privados que estabeleçam limitações de acesso.</p>	<p>- Projetos culturais cuja exibição, utilização e circulação dos bens culturais deles resultantes sejam oferecidas ao público em geral, gratuitamente ou mediante cobrança de ingressos.</p> <p>- É vedada a concessão de incentivo a obras, produtos, eventos ou outros decorrentes, destinados ou circunscritos a coleções particulares ou circuitos privados que estabeleçam limitações de acesso.</p> <p>- Devem estar presentes a dimensão cultural e predominante interessante público.</p>
<p><b>Competência e atribuições da CNIC – Comissão Nacional de Incentivo à Cultura</b></p>	<p>- “Subsidiar” o Ministério da Cultura na avaliação dos projetos.</p> <p>- Emitir pareceres em recursos.</p>	<p>Novas atribuições:</p> <p>- Definir diretrizes, normas e critérios para utilização dos recursos do Profic, de acordo com um plano de ação anual.</p> <p>- Aprovar a programação orçamentária e financeira dos recursos do Procultura e avaliar sua execução.</p>
<p><b>Composição da CNIC – Paritária</b></p> <p><b>CNICs setoriais (novidade) – Composição e funcionamento serão definidos em regulamento.</b></p>	<p>Ministério do Estado da Cultura (Presidente) – Possui voto de qualidade em caso de empate e pode decidir “ad referendum” da CNIC</p> <p>(6) Presidentes de cada uma das entidades vinculadas ao MINC (Funarte, IPHAN, FBN, etc.)</p> <p>(1) Presidente da entidade nacional que congrega os Secretários de Cultura das unidades federais.</p> <p>1 representante do empresariado nacional</p> <p>6 representantes de entidades associativas de setores culturais e artísticos, de âmbito nacional.</p>	<p>- Ministro do Estado da Cultura (Presidente) – Possui voto de qualidade em caso de empate.</p> <p>- O Poder Executivo disporá sobre a composição da representação governamental na CNIC.</p> <p>- Artistas, acadêmicos e especialistas com ampla legitimidade e idoneidade;</p> <p>- Empresariado brasileiro; e</p> <p>- Entidades associativas dos setores culturais e artísticos de âmbito nacional.</p>
<p><b>Composição da CNIC</b></p>	<p>- A designação dos membros da CNIC (sociedade civil) é feita pelo Ministro de Estado da Cultura para o período de 2 anos, permitida uma única recondução subsequente.</p> <p>- O processo de sua indicação é estabelecido em ato específico do Ministro de Estado da Cultura, na forma de regulamento (edital público)</p> <p>- As reuniões da CNIC são fechadas. As ementas de suas decisões são disponibilizadas em sítio na internet.</p>	<p>- A designação dos membros da CNIC (sociedade civil) será feita pelo Ministro de Estado da Cultura para um período de no máximo 2 anos, permitida uma única recondução subsequente.</p> <p>- Escolha de forma transparente devendo contemplar as diferentes regiões do País, setores da cultura e da sociedade e elos das cadeias produtivas da cultura, na forma do regulamento.</p> <p>- As reuniões da CNIC serão públicas e todas as suas decisões serão disponibilizadas na internet.</p>

<b>O novo mecenato – doação</b>	<p>Doação - a transferência definitiva e irreversível de numerário ou bens em favor de proponente, pessoa física ou jurídica sem fins lucrativos, - sem finalidade promocional. Tanto o proponente quanto o projeto devem ter natureza cultural .</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Despesas com o objetivo de conservar, preservar ou restaurar bens de sua propriedade ou sob sua posse legítima, tombados pelo Governo Federal – PF e PJ lucro real.</li> <li>- Transferência definitiva e irreversível de dinheiro, bens ou numerário para aquisição de produtos culturais e ingressos para espetáculos culturais e artísticos, de distribuição pública e gratuita, em favor de proponente pessoa física ou jurídica sem fins lucrativos.</li> <li>- Em favor do Fundo Nacional de Cultura, com destinação, com destinação livre ou direcionada a programas, projetos e ações culturais específicos.</li> </ul>	<p>Doação Incentivada: a transferência, sem finalidade promocional, de recursos financeiros para projeto cultural previamente aprovado pelo Ministério de Cultura. Somente o Projeto deve ter natureza cultural.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- as despesas efetuadas com o objetivo de conservar, preservar ou restaurar o patrimônio material edificado de sua propriedade ou sob sua forma legítima, tombado pelo Poder Público Federal – PF e PJ lucro real.</li> <li>- a transferência de recursos financeiros ao FNC.</li> <li>- a transferência de recursos, previamente autorizada pelo Ministério da Cultura, para o patrimônio de fundações que tenham como objeto a atuação cultural.</li> </ul>
<b>Patrocínio</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- A transferência definitiva e irreversível de numerário ou serviços, a cobertura de gastos ou a utilização de bens móveis ou imóveis de patrocinar, sem a transferência de domínio- com finalidade promocional – PF e PJ (com ou sem fins lucrativos).</li> </ul> <p>Tanto o proponente quanto o projeto devem ter natureza cultural .</p>	<p>Patrocínio Incentivado: a transferência, com finalidade promocional, de recursos financeiros a projetos culturais previamente aprovados pelo Ministério da Cultura. Somente o Projeto deve ter natureza cultural.</p>
<b>Doação de pessoas físicas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Doação – Limite de 6% do IR devido. 80% de renúncia (art. 26) ou 100% de renúncia (art.18)</li> </ul>	<p>Doação – Limite de 6% do IR devido. 80% de renúncia. O doador de recursos ao FNC pode optar por abater o calor doado quando entrega da declaração de IR – Limite de renúncia de até 1% do IR (com limitação global de 6%)</p>
<b>Doação de pessoas jurídicas ( lucro real)</b>	<p>Doação – Limite de 4% do IR devido. 40% de renúncia (em torno de 73%, com a DESPESA OPERACIONAL) (art. 26) e 100% de renúncia (art. 18)</p>	<p>Doação – Limite de 4% do IR devido. 80% de renúncia.</p>
<b>Patrocínio de pessoas físicas</b>	<p>Patrocínio a projetos aprovados via Mecenato – limite de 6% do IR devido/ 60% de renúncia (art. 26) e 100% de renúncia (art.18).</p>	<p>Patrocínio a projetos aprovados via Mecenato – limite de 6% do IR devido / 40, 60 ou 80% da renúncia. Obrigatoriamente 40% em caso de eventos que contiveram em seu nome a marca do doador.</p>

<b>Patrocínio de pessoas jurídicas</b>	Patrocínio a projetos aprovados via Mecenato – limite de 4% do IR devido / 30% (em torno de 64% com despesa operacional (art.26) ou 100% de renúncia (art.18)/	Patrocínio a projetos aprovados via Mecenato - limites de 4% do IR devido – 40,60 ou 80% de renúncia. Obrigatoriamente 40% em caso de eventos que contiveram em seu nome a marca do patrocinador.
<b>Patrocínio e doação</b>	Despesa de administração – limite de 15%. Despesas de elaboração e agenciamento (captação) – 10% , com limite de R\$ 100.000,00 (definido pela CNIC) Despesa com mídia (televisão, rádio, internet, jornal e outdoor) (mídia gráfica não) – Hoje é definido pela CNIC - Parâmetro anterior de até 25%.	Despesas com elaboração e administração (mecenato) – limite de 10% do valor do projeto. O valor da contratação de serviços de captação de recursos não poderá ser incluído no projeto cultural.

Fonte: elaborado pelo autor a partir de dados e informações disponíveis em Ministério da Cultura (2012)

Dentre essas diferenças apontadas entre a Lei Rouanet e o novo projeto de lei, um dos pontos principais consiste no formato do financiamento cultural, pois pela Lei Rouanet os formatos de financiamento são Fundo Nacional de Cultura, incentivo fiscal e Fundo de Investimento. No entanto, somente a lei de incentivo está atualmente em pleno funcionamento, e a maior parte das organizações culturais busca nesse incentivo o montante financeiro que não consegue captar no Fundo Nacional de Cultura e no Fundo de Investimento. No novo Projeto de Lei ProCultura busca-se equalizar novamente essas três formas de financiamento para obter: ações que são da lógica do empresário, em que esse vai buscar inserir a sua marca; ações que o empresário não visualiza, mas para as quais o Fundo Nacional de Cultura pode cumprir o seu papel a fundo perdido; e ações que possuem viabilidade econômica, alta lucratividade, que podem se dirigir ao Fundo de Investimento.

### Considerações finais

Uma crítica feita à Lei Rouanet, a atual lei de incentivo ao financiamento cultural, é que a escolha dos projetos que receberão recursos acaba concentrada na mão das empresas. Mas será que a nova lei ProCultura poderia reverter esta situação? Na verdade, cada empresa tem a possibilidade de colocar os seus recursos financeiros onde achar que poderá ter maior visibilidade ou retorno, e isto parece ser uma questão difícil de mudar. O próprio incentivo fiscal já está fundamentado nessa hipótese de que a escolha é do empresário. O governo continuaria a dar incentivo para o empresário colocar recursos na manifestação ou ação cultural, mas caberia ao empresário a escolha.

Então, chega-se a uma segunda questão: de que maneira poderiam ser contemplados os projetos culturais e setores da economia criativa que não se enquadram na lógica do empresarial? Uma mudança necessária no financiamento cultural consiste na possibilidade de ter um mecanismo que visualize ações diferentes de forma diferenciada. Atualmente, a Lei acaba misturando diferentes aspectos culturais e fornece um tratamento homogêneo para manifestações culturais diferentes. Quarteto de cordas, música tocada por rabecas, blues, jazz, podem acabar entrando na mesma categoria de música instrumental. Assim, na costuma-se tratar de forma igual organizações e projetos culturais com características muito diferentes.

Essa é uma demanda que a nova lei ProCultura pretende atender.

Dentre as principais diferenças entre a Lei Rouanet e o novo Projeto de Lei denominado ProCultura podem ser citados: quase todos os projetos recebem 100% de renúncia, sem critério; a área de Patrimônio é prejudicada pelos critérios de análise; ampliação da base de patrocinadores (aumento das alíquotas de incentivo fiscal para pessoas físicas e jurídicas); CNICs Setoriais deliberativas e com mesma formação da CNIC; equiparação do FNC à renúncia; produção independente valorizada (problema com conceito); amplia para 3% o limite de abatimento PF, na declaração; representação dos artistas nas CNICs, por eleição direta; modificação dos critérios de análise (natureza do projeto, alcance e impacto cultural), inclusão da pontuação no texto da lei, com conceitos subjetivos; retirada do artigo que trata de eventos com o patrocinador no título do projeto; 25% do orçamento para despesas administrativas (incluindo captação de recursos); elimina o limite por proponente (0,5%); 100% de renúncia para os FICARTS; valoriza a transversalidade da cultura (educação, meio ambiente, saúde, esporte, cidadania e direitos humanos); fortalecimento da produção independente; apresentação de projetos durante todo o ano.

## Referências

- ADLER, Nancy J. Leading Beautifully: The Creative Economy and Beyond. *Journal of Management Inquiry*, v. 20, n. 3, pp. 208–221, 2011.
- CASTELLS, M. *A galáxia da internet: reflexões sobre internet, negócios e sociedade* (M. L. X. A. Borges, Trad.). Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.
- FLORIDA, R. *Cities and the Creative Class*. London: Routledge, 2005.
- GIBSON, C.; BRENNAN-HORLEY, C. (2006) Goodbye Pram City: beyond inner/outer zone binaries in creative city research. *Urban Policy and Research*, v. 24, pp. 455–471, 2006.
- HARTLEY, J. Creative industries. In J. Hartley (Org.), *Creative industries* (pp. 1-40). Malden, MA: Blackwell, 2005.
- MINISTÉRIO DA CULTURA. *Ministério da Cultura*. Disponível em <http://www.cultura.gov.br/site/>. Acesso em fevereiro de 2012.
- PHELPS, Nicholas A. The sub-creative economy of the suburbs in question. *International Journal of Cultural Studies*, v. 15, pp. 259-271, 2012.

Recebido em 19/03/2013. Aceito para publicação em 01/04/2013.