

---

## O mecenato e a nova Lei Rouanet: oportunidade de negócios

Muito se fala sobre a Lei Rouanet e seus benefícios fiscais, mas o que vem por trás destes benefícios, sem dúvida, diz respeito à divulgação de projetos culturais. A escolha desses projetos, entretanto, fica a cargo de quem os promove, e mesmo que muitas vezes sem uma linha cronológica ou alguma evolução didática, a cultura oferecida aleatoriamente já é de grande valia, pois a partir de uma exposição de Leonardo da Vinci, por exemplo, espriam-se novos projetos de livros e exposições sobre pintores, escultores, músicos, fotógrafos, independentemente da origem. Quem ganha com isso? O público, que de forma geral não tem livre ou fácil acesso a muitos temas culturais, que em outros países é questão basilar.

Portanto, a partir de uma exposição de Michelangelo, por exemplo, o resultado são ideias. Idéias novas relacionadas a novos projetos sobre assuntos que, para a grande maioria do público, são novos apesar de fazerem parte do domínio público há centenas de anos.

E é este o objetivo desta Lei, ou seja, enriquecer culturalmente o público brasileiro tirando-o da margem e procurando levá-lo, sempre que possível, ao centro. Centro das discussões filosóficas, sob a ótica da cultura, das ideias, projetando este brasileiro a ser também um fomentador cultural.

E isto só será possível quando o brasileiro estiver alimentado com um mínimo de cultura, propriamente dita. Na Itália, por exemplo, todo jovem conhece cultura em geral, pois tem acesso a ela desde que nasce. Portanto, é muito comum conversar com qualquer pessoa, com um mínimo de educação formal, que saiba quem foi Michelangelo, quais foram suas principais obras e sua importância no cenário mundial.

Quanto à Lei Rouanet (Lei 8.313, de 23/12/1991), ela estabelece que empresas com base no lucro real podem, através de renúncia fiscal, abater até 4% do Imposto de Renda. A vantagem está no fato de que a empresa pode se valer desse montante para associar sua marca a uma exposição de um artista de renome, agregando um enorme valor. Em linhas gerais, une-se a marca da empresa patrocinadora com a “marca” do artista escolhido. Considerando-se que é praticamente impossível quantificar quanto vale a “marca do artista”, se tomarmos por base uma exposição de Michelangelo, a ligação de ambas torna-se um negócio viável, tendo em vista o valor utilizado por renúncia fiscal, independente do valor.

A empresa obterá sempre vantagens, pois poderá usar uma porcentagem (4%) de um valor cuja obrigação é compulsória, e que estaria definitivamente perdido em termos de disponibilidade, para fomentar a cultura e divulgar o seu nome nos meios de comunicação, como um símbolo de defesa da cultura e obras artísticas.

O governo do estado de São Paulo, com o Pro Ac, instituído pela Lei 12.268, de 20 de fevereiro de 2006, e posteriormente regulamentado, criou um sistema semelhante à Lei Rouanet para o fomento da cultura. O mecanismo consiste em beneficiar o contribuinte que desejar investir em cultura em troca de uma porcentagem de desconto no recolhimento do ICMS, que varia, de modo geral, de 1% a 3% do montante recolhido no ano anterior – valor que é estabelecido pelo governo estadual.

No âmbito municipal, a prefeitura de São Paulo, através da Lei Mendonça, também oferece mecanismos

de renúncia fiscal para patrocinar cultura com a possibilidade de desconto no IPTU e no ISS, desde que não se ultrapasse 20% do valor devido a cada incidência.

Contudo, como não é novidade, os recursos da Lei Rouanet, principal mecanismo para o financiamento da cultura no país, estão concentrados nas mãos de poucos. Metade de todo o dinheiro que a lei torna disponível é captado por apenas 3% das empresas e entidades que apresentam projetos culturais em busca de patrocínio.

O Ministério da Cultura e parte do setor cultural concordam que tal concentração distorce a real função da Lei e que projetos de grande porte e maior apelo de marketing levam vantagem.

A nova lei quer justamente alterar o modelo usado atualmente e corrigir a distribuição desigual de recursos, além de acabar com a cobrança elevada dos ingressos para espetáculos culturais no país. Assim, cria uma série de novos mecanismos e amplia a capacidade de captação daqueles já existentes, senão vejamos:

**Renúncia fiscal** – o mecanismo continua existindo, assim como a CNIC (Comissão Nacional de Incentivo à Cultura), que analisa os projetos. A única mudança é que, em vez de apenas ter duas faixas – de 30% e 100% – passa a ter mais quatro – 60%, 70%, 80% e 90%. A lei vai definir quais critérios serão usados pela CNIC, que, além de analisar aspectos orçamentários do projeto, vai analisar em qual faixa ele se encaixa. O objetivo da mudança é permitir maior contribuição das empresas – hoje, de cada 10 reais investidos pela Rouanet, 9 reais são públicos – e possibilitar que projetos com menor atratividade de investimento tenham faixa de renúncia maior.

**FNC** – o Fundo Nacional de Cultura já existe na atual Rouanet, mas permite apenas doação de 80% do valor do projeto, com 20% de contrapartida. Com a nova Lei Rouanet, o FNC poderá fazer empréstimos, associar-se a projetos culturais e fazer repasse para fundos municipais e estaduais. Isso permitirá que o Fundo Nacional de Cultura se torne mais atrativo para produtores culturais e se transforme, verdadeiramente, numa alternativa para aqueles que não conseguem captar financiamento via renúncia.

**Ficart** – o Fundo de Investimento Cultural e Artístico também já existe, no entanto, nunca saiu do papel por falta de interesse das empresas. A Nova Rouanet vai aumentar a atratividade, com maior dedução fiscal, para que seja uma alternativa atrativa para projetos com grandes chances de retorno financeiro. **Vale Cultura** – a grande novidade do projeto, o vale de R\$ 50 para trabalhadores vai, além de facilitar o consumo de bens culturais para 12 milhões de trabalhadores, injetar, pelo menos, R\$ 7,2 bilhões por ano, o que é mais de seis vezes o montante atual da Rouanet.

Finalmente, o que se pode perceber é que mecanismos não faltam, mas sim a divulgação destes para que os interessados em patrocinar projetos culturais o façam, pois não é assunto só de grandes empresas. Pessoas jurídicas de médio e pequeno porte também podem e devem cooperar com o fomento da cultura, assim como pessoas físicas.

Todos esses mecanismos, utilizados de forma correta, oferecem benefícios fiscais para financiar projetos que têm o intuito de desmarginalizar a população em geral, carente de cultura, ou seja, abrem-se as portas da cultura para o mecenato como grande oportunidade de negócios.

### **Date Created**

29/10/2009

---