

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
PUC-SP

Daniele Soares da Silva

Financiamento da política cultural no Brasil e na França: uma
avaliação comparada da lei Rouanet

MESTRADO EM ECONOMIA

SÃO PAULO
2010

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

Daniele Soares da Silva

Financiamento da política cultural no Brasil e na França: uma
avaliação comparada da lei Rouanet

MESTRADO EM ECONOMIA

Dissertação apresentada à Banca
Examinadora da Pontifícia
Universidade Católica de São Paulo,
como exigência parcial para obtenção
do título de MESTRE em Economia
sob a orientação do Prof. Doutor João
Batista Pamplona

SÃO PAULO
2010

Banca Examinadora

Os gênios nacionais não são de geração espontânea. Eles nascem porque um amontoado de sacrifícios humanos anteriores lhes preparou a altitude necessária de onde podem descortinar e revelar uma nação.

Mário de Andrade

AGRADECIMENTOS

Começar o Mestrado foi relativamente simples, árduo foi escrever a dissertação para concluí-lo. Gostaria de agradecer às pessoas que direta ou indiretamente colaboraram para a elaboração deste trabalho. Em primeiro lugar, agradeço a Deus pela vida e saúde. Em seguida, aos meus pais, Rute e Esequias, e pelo apoio fundamental que me deram, sem eles talvez essa trajetória não fosse possível. Ao meu irmão Filipe por ter me ajudado com a procura da bibliografia, pelos debates e discussões que puderam contribuir para o enriquecimento do conteúdo.

Agradeço à PUC/SP pela estrutura fornecida nesse período, à querida Sônia da secretaria do Programa, ao professor Carlos Eduardo e aos meus colegas de Mestrado. Ainda aos professores da banca de qualificação, professor Paulo Baía e professor Zilton Macedo pelas recomendações. Não poderia deixar de citar o Prof. Noslen Pinheiro, que me incentivou a deixar de lado as barreiras e seguir com este trabalho.

Por fim, não tenho palavras para agradecer ao professor João Batista Pamplona pela orientação, pela paciência em ler e reler estes capítulos e pelos conselhos e sugestões oferecidos. Quando para mim parecia não haver solução e o desespero se aproximava, ele apontava o caminho de volta para a normalidade.

RESUMO

O objetivo deste trabalho é analisar o financiamento das políticas públicas federais do setor cultural no Brasil, principalmente o mecanismo dos incentivos fiscais estabelecido pela lei Rouanet. Em outras palavras, o propósito é verificar quais são os problemas enfrentados e propor alguns aperfeiçoamentos desse mecanismo. O procedimento da pesquisa consiste da pesquisa bibliográfica e uma análise comparativa da experiência francesa com o caso brasileiro. Foram identificados o mecanismo de incentivo fiscal funcionando como repasse de dinheiro público; a concentração dos recursos oriundos desse mecanismo em poucas empresas; o desequilíbrio geográfico da distribuição desses recursos; a falta de clareza quanto à diferença das modalidades doação e financiamento e a falta de transparência no direcionamento e uso dos recursos. O modelo francês apresenta problemas distintos e semelhantes aos do modelo brasileiro, dando oportunidade de detectar mudanças possíveis para melhora deste. O Projeto de Lei que está no Congresso brasileiro para aprovação prevê alterações que buscam corrigir essas distorções. As alterações propostas apresentam elementos que indicam uma possível solução para os problemas apontados.

Palavras-chave: Economia da cultura, financiamento de políticas culturais, Lei Rouanet, política cultural na França.

ABSTRACT

The aim of this study is to analyze the financing of federal public policies in Brazil's cultural sector, mainly the fiscal incentives mechanism established by the Rouanet law. In other words, the intention is to verify what are the problems faced and propose a few improvements to this mechanism. The research procedure consists on a bibliographic research and a comparative analysis of the French experience with the Brazilian case. It has been identified that the fiscal incentives mechanism works as public money repass; concentration of the resources from this mechanism in a few companies; a geographic imbalance on the distribution of these resources; lack o clarity regarding the differences between donation and financing and lack of transparency on the direction and use of the resources. The French model presents distinct and similar problems compared to the Brazilian one, exhibiting an opportunity to improvements in the model. The law project in the Brazilian Congress waiting for approval foresees changes to correct these distortions. The proposed changes present elements that indicate a possible solution to the presented problems.

Keywords: Cultural Economics, cultural policy, cultural policy finance, Rouanet law, French cultural policy.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 1.1 – Tipos de bens de acordo com rivalidade e exclusividade	26
Quadro 1.2 – Classificação de bens públicos	27
Quadro 2.1 – Financiamento público da cultura na França – 1993.....	52

LISTA DE TABELAS

Tabela 2.1 – Divisão do orçamento por tipo de programa	53
Tabela 3.1 – Orçamento do MinC realizado por segmento cultural (1995 a 2006 – mil reais).....	66
Tabela 3.2 – Orçamento do MinC realizado por unidade (1995 a 2007 – mil reais) .	66
Tabela 3.3 – Orçamento do FNC realizado por segmento cultural (1995 a 2006 – mil reais).....	67
Tabela 3.4 – Captação de recursos da Lei Rouanet por ano e segmento (1993 a 2008).....	70
Tabela 3.5 – Patrocínio lançado como despesa operacional.....	71
Tabela 3.6 – Doação lançada como despesa operacional.....	72
Tabela 3.7 – Patrocínio ou doação com abatimento integral	72
Tabela 3.8 – Projetos apresentados, aprovados e apoiados com base nos incentivos fiscais (1995 a 2008).....	74
Tabela 3.9 – Captação de recursos, renúncia e apoio privado (1993 a 2008).....	75
Tabela 3.10 – Os 5 maiores incentivadores – 2008 (em reais e porcentagem).....	75
Tabela 3.11 – Contribuição das cem maiores empresas incentivadores por UF – 2008.....	76
Tabela 3.12 – Captação por região (1993 a 2008)	77

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
1 ECONOMIA DA CULTURA	18
1.1 O conceito de cultura	18
1.2 Fundamentos econômicos da cultura	20
1.2.1 A origem da economia da cultura.....	20
1.2.2 Características dos bens e serviços culturais	22
1.2.2.1 Bens e serviços culturais como bem público	25
1.2.2.2 Bens e serviços culturais como bem de mérito.....	28
1.2.3 Características do mercado de bens e serviços culturais	29
1.2.3.1 Concorrência imperfeita	29
1.2.3.2 Informação imperfeita e incerteza.....	30
1.2.3.3 Externalidade no mercado de bens e serviços culturais	31
1.2.3.4 Produtividade e custos.....	33
1.2.3.5 Intervenção estatal.....	34
1.2.3.6 Contestações a princípios básicos da teoria econômica.....	36
1.3 Políticas culturais	37
1.3.1 Financiamento de políticas culturais	38
1.3.1.1 Financiamento público direto	39
1.3.1.2 Financiamento público indireto.....	42
1.3.2 As instituições do financiamento do setor cultural.....	45
2 O FINANCIAMENTO DE POLÍTICAS CULTURAIS NA FRANÇA	47
2.1 Modelo francês de política cultural	47
2.2 O financiamento público de políticas culturais na França	51
2.2.1 Evolução recente dos recursos financeiros alocados	51
2.2.2 Incentivos fiscais	56
3 FINANCIAMENTO DE POLÍTICAS CULTURAIS NO BRASIL	61
3.1 Modelo brasileiro de política cultural	61
3.2 Evolução dos recursos alocados para o setor cultural	65
3.3 Incentivos fiscais	67
3.3.1 Lei do Audiovisual.....	68
3.3.2 Lei Rouanet - Incentivos a Projetos Culturais	69
3.4 Análise crítica e comparada da Lei Rouanet	77

3.4.1 As propostas de reforma da Lei Rouanet.....	81
CONCLUSÃO.....	86
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	90
ANEXO	98

INTRODUÇÃO

Nos últimos 50 anos, aproximadamente, o setor cultural passou a ser tema nas ciências econômicas. Surgia, assim, a economia da cultura, uma disciplina cujas análises podem tratar da relação entre cultura e desenvolvimento ou da produção e consumo de bens culturais. Antes disso, os bens e serviços culturais eram considerados luxo, não sendo relevantes para a geração de riqueza. No momento em que as sociedades sofreram transformações sociais profundas, quando as atividades artísticas passaram a participar dos consumos de massa na primeira metade do século XX, tornou-se a cultura um objeto mais significativo para a análise econômica. A partir de então, aceitou-se inicialmente que as atividades culturais eram regidas pela lógica de mercado da mesma forma que bens e serviços produzidos em série pela indústria. Além disso, as atividades culturais passaram a ser um mecanismo de redistribuição de direitos e liberdades, fator e indicador de desenvolvimento, motivador da criatividade.

Nesse contexto de mudanças, percebeu-se que os bens e serviços culturais apresentavam características peculiares. O processo de criação normalmente é realizado por indivíduos e pequenas empresas, enquanto a distribuição, muitas vezes, fica a cargo das grandes corporações. Há diferença entre a remuneração dos artistas famosos e aqueles desconhecidos, entre os ganhos das editoras que publicam *best-sellers* e das que buscam escritores novos.

Os bens e serviços culturais podem ser classificados em duas categorias. A primeira são as formas tradicionais, espetáculos ao vivo, teatro, ópera, concertos e dança, pinturas e esculturas, construções, museus e galerias de arte. A segunda são as formas populares ou de massa. Esse bens e serviços possuem aspectos que os distinguem como bens públicos, privados, mistos ou de mérito. Dependendo da situação – monopólio, informação imperfeita e externalidade – o consumidor e o produtor encontram entraves para o consumo ou a oferta, exigindo um tratamento específico por parte do Estado. O setor privado e o público possuem razões distintas para atuarem no mercado cultural. Muitas vezes, a iniciativa pública não tem o objetivo comercial como o da iniciativa privada, ou nem busca atingir o mesmo público.

São distintos e diversos os objetivos do Estado e da iniciativa privada em relação à cultura. No caso do Estado, pode ser a busca em preservar, estimular,

desenvolver e expandir a cultura do seu povo, independentemente do ganho comercial envolvido. Além disso, pode até mesmo oprimir os cidadãos para garantir a permanência de determinado líder no poder. Muitas vezes, o Estado patrocina determinada exposição ou evento em certa região para acelerar a economia e gerar empregos e renda, mas ao mesmo tempo, cria entretenimento para a população das redondezas. A empresa investe na medida em que divulga sua imagem e associa seu nome aos valores embutidos no evento ou porque reconhece a importância cultural ou mesmo porque seus acionistas se interessam pelo tema. Dependendo da origem do recurso, público ou privado, será diferente a análise dos resultados esperados e alcançados.

Enfim, o Estado tende a determinar suas políticas culturais tendo em vista projetos que promovam a articulação entre os diversos setores da sociedade – economia, educação, tecnologia, relações externas – com vista a motivar a economia de uma cidade, ampliar o acesso à cultura e fortalecer a identidade nacional. O setor privado tende a atingir seus interesses. Por esse motivo, divide-se, entre os economistas, a opinião sobre a intervenção do Estado no setor, se ela seria prejudicial ao desenvolvimento cultural.

O papel do setor público nas atividades artísticas não seria o de produzir ou dirigir a cultura, mas o de fomento da produção, da distribuição e do consumo. Dado que os bens e serviços culturais representam o valor cultural, a identidade nacional, e geram valor econômico, vê-se a significância do investimento no setor.

Para garantir a realização dessas políticas, são necessários instrumentos e instituições. O Estado, assim, encarregar-se-ia da administração e promoção de projetos culturais e do incentivo à participação privada nas atividades artísticas. Os recursos públicos para cumprir as metas, porém, são escassos. Com isso são criados mecanismos alternativos de financiamento para atrair recursos privados complementares como forma de atenuar o problema. Isso, no entanto, não significa substituir a intervenção pública, trata-se de uma ação conjunta entre o governo e as empresas.

O financiamento do setor cultural pode ocorrer por meio dos consumidores de bens e serviços culturais; por uma doação generosa como o antigo mecenato; pelo patrocínio das empresas explorando o marketing; pelo dinheiro público para as atividades pouco comerciais, que não interessam ao mercado, mas são de alto interesse público, como bens de mérito, por exemplo.

A produção cultural brasileira é significativa e o setor tem crescido, apesar de possuir um histórico artístico restrito à minoria da população. Quanto ao consumo das famílias brasileiras com cultura, em 2002 (SILVA, 2007b, p. 21, 24, 46), atingiu R\$ 31,9 bilhões, isto representa aproximadamente 3% do total de gastos das famílias e 2,4% do PIB, enquanto o montante dos três níveis de governo aplicados está em torno dos R\$ 2 bilhões. Praticamente 85% dos gastos com cultura se referem às práticas realizadas dentro do domicílio, ou seja, com televisão, vídeo, música e leitura, os outros 15% foram realizados com atividades fora de casa – teatro, show, circo, cinema, museu, zoológico etc. A televisão desempenha o papel de informador e meio de entretenimento e os gastos das famílias com cinema, teatro e espetáculos são maiores do que o incentivo público a elas. Dos lares brasileiros, 85% possuem televisão a cores, os cinemas estão em 25% dos municípios metropolitanos, os museus, em 35%; os teatros, em 46%. Já os gastos com TV a cabo representaram 7% do total da despesa familiar; os espetáculos e artes, 6,7%, o teatro, 4%; o cinema, 3,8%. Silva (2007b, 37) explica que em geral as famílias consomem bens culturais em montantes diferentes, “mas em proporções muito semelhantes relativamente aos seus gastos e renda global. A educação explica em parte as diferentes composições e preferências de consumo das famílias.”

De acordo com o IBGE (2007a, p. 39, 66, 68, 99), em 2005, as empresas e organizações culturais corresponderam a 321 mil, ou seja, 5,7% do número total de empresas. Dessas, 60,3% eram prestadoras de serviços; 25,2% eram atividades de comércio; 14,4% estavam nas atividades industriais. Eram 1,6 milhões de pessoas ocupadas. O total dos gastos públicos alocados nesse setor foi de R\$ 3,1 bilhões no mesmo ano, sendo 16% participação do governo federal. A despesa com cultura *per capita* total em valores correntes, em 1995, foi R\$ 4,40; em 2003, foi R\$ 12,9, e, em 2005, subiu para R\$17,00.

Em 2007, foi direcionado apenas 0,2% do orçamento da União, ou R\$ 1,08 bilhões, para o setor cultural, o que mostra a necessidade de mais recursos. Como pode ser visto mais adiante, no mesmo ano, a França destinou 1% do total do orçamento para o setor. No Brasil, além das já existentes leis de incentivos, buscaram-se novas fontes de financiamento. Embora essas leis sejam recentes, a primeira foi de 1986, elas precisam de reformas a fim de melhor atender às políticas culturais e alcançar suas metas. A maior transparência com que esses recursos são alocados também é importante, pois facilitaria a compreensão do funcionamento dos

mecanismos, esclarecendo os segmentos que exigem mais ou menos intervenção estatal e ajuda financeira. As leis federais servem de modelo para os Estados e Municípios elaborarem as suas, como mostram as pesquisas do IBGE (2007b, p. 50). Por essa razão, uma estrutura federal de financiamento sólida para a cultura é primordial para o desenvolvimento nacional do setor.

Há uma forte concentração social e regional do consumo cultural. De acordo com o IBGE, dados de 2002-2003, os 10% mais ricos são responsáveis por aproximadamente 40% desse consumo. O Brasil metropolitano concentra 41% do consumo cultural das famílias e respondem por parte significativa da dinâmica de consumo nas grandes regiões; só o Sudeste metropolitano é responsável por 71% dos gastos culturais das famílias metropolitanas. O Sudeste é responsável por 58,9% do consumo cultural das famílias, Sul, 16,2%, Nordeste, 14,6%, Centro-Oeste, 6,2%, e Norte, 4,1%. (SILVA, 2007b, p. 47).

Considerando as questões anteriores, o objetivo desta dissertação é analisar o financiamento das políticas públicas federais do setor cultural no Brasil principalmente o mecanismo dos incentivos fiscais estabelecidos pela lei Rouanet. O propósito é verificar quais são os problemas enfrentados e propor alguns aperfeiçoamentos desse mecanismo.

A metodologia utilizada para alcançar o objetivo é a pesquisa bibliográfica, com base na literatura nacional e internacional e nos relatórios do Ministério da Cultura da França e do Brasil. Também é realizada uma análise comparativa do caso francês com o caso brasileiro. A França dispõe de experiência bem-sucedida e publicações disponíveis relacionadas ao financiamento cultural para proporcionar sugestões e aprimoramentos. A estrutura francesa de financiamento das políticas culturais servirá como base de comparação com as políticas nacionais. De início, é preciso observar o uso dos recursos levantados pelas leis de incentivo brasileiras e pelo orçamento da União e como vêm sendo utilizados para reconhecer as dificuldades. Em seguida, o resultado será analisado com o modelo francês a fim de identificar acertos e equívocos, em busca de propostas que contribuam de maneira relevante para uma estrutura adequada de financiamento federal das políticas culturais brasileiras. O modelo francês de intervenção no setor é resultado de uma tradição de apoio estatal à cultura desde o século XVI. O atual fundamento da política do país é a democratização e descentralização cultural. Segundo Augustin Girard, citado em BENHAMOU (2007, p. 156), com base nos estudos de Schuster, a

ajuda pública direta está estimada em US\$ 32 *per capita* na França, US\$ 9,6 na Grã-Bretanha e US\$ 3 nos EUA.

Os números culturais da França refletem a importância do setor para o país. Do orçamento do Estado central, 2,9 bilhões de euros, ou seja, 1% do total do orçamento, são direcionados para o Ministério da Cultura e da Comunicação. A Áustria direciona em torno de 1,3% do seu orçamento à área cultural; a Finlândia, 0,8%; a Itália, entre 0,4 % e 0,6%; os Países Baixos, 1%; a Suécia, 0,7%. Em 2006, as indústrias culturais na França representavam 7,3% do faturamento total das empresas, ou 43 bilhões de euros, com 157 mil empregados assalariados. Em 2005, no total, 460.800 trabalhadores estavam envolvidos com o setor cultural. Em 2007, eram 30.927 funcionários públicos pagos com o orçamento do ministério da cultura francês. Dados de 2008, são 1210 museus na França, com uma frequência de 52 milhões de entradas ao ano, sendo 31% do público de origem francesa e 69% estrangeira. O faturamento anual das 1.179 galerias de artes é de 465 milhões de euros. São 42.131 artistas plásticos. Em 2007, 75.385 livros são publicados, num total de 655 milhões de exemplares, com o faturamento de 2,9 bilhões de euros. No segmento cinematográfico, em 2007, foram produzidos 228 filmes, 185 de iniciativa francesa, com investimento de 1,2 bilhões de euros. No total são 5.333 salas de cinema, 177.525 entradas vendidas. 61,1 % dos franceses com mais de seis anos de idade declaram ter ido ao cinema ao longo do ano. (DEROIN, 2008, p. 1; LACROIX, 2008; SILVA, 2007b, p.62).

Para alcançar o objetivo proposto, esta dissertação consiste em três capítulos, além da introdução e conclusão. O primeiro capítulo apresenta o conceito de cultura e o tratamento dado pelos economistas ao tema. Economia da cultura é uma disciplina recente, cujas análises podem se referir à relação entre cultura e desenvolvimento ou à produção e consumo de bens culturais. Pelo fato de ser considerado um setor com características próprias e constante necessidade de recursos financeiros, surge a discussão se a intervenção do Estado se faz necessária e de que maneira deveria ser feita. Assim, são apresentadas algumas possíveis formas de financiamento público. O segundo capítulo relata o modelo francês de políticas públicas para o setor cultural, analisa a origem, pública e privada, e o destino dos recursos financeiros. Finalmente, o terceiro capítulo, trata do caso brasileiro, do recente envolvimento do Estado com as empresas privadas para financiar o setor cultural. Estabelece ainda os problemas enfrentados pelo

Brasil e os compara com a França, a fim de encontrar propostas para ajustes e melhorias para o modelo nacional.

1 ECONOMIA DA CULTURA

1.1 O conceito de cultura

O termo *cultura*, em seu sentido antropológico, pode referir-se a um conjunto de padrões de comportamento, crenças, valores, costumes compartilhados por um grupo. Isso representa as características do grupo – linguagem, sinais, símbolos, tradição oral etc. – que definem a sua identidade, diferenciando-o em relação aos membros de outros grupos. Essa definição é útil para as análises que examinam o papel dos fatores culturais no desempenho da economia e a relação entre cultura e desenvolvimento econômico. (THROSBY, 2003, p. 4).

Desde a década de 1980, a UNESCO tem atuado na área cultural, alertando para sua relevância como base para o desenvolvimento sustentável. O relatório da Conferência Mundial do México em 1982 (UNESCO, 1982, p. 1) apresenta o seguinte conceito:

a cultura deve ser considerada como o conjunto de traços distintivos espirituais e materiais, intelectuais que caracterizam uma sociedade ou um grupo social e que abrange, além das artes e das letras, os modos de vida, as maneiras de viver juntos, os sistemas de valores, as tradições e as crenças.

Com base nesse conceito, Sen (2004, p. 39-43) identifica alguns pontos em que se observa a importância da cultura para o desenvolvimento: o homem para alcançar a liberdade e o bem-estar deve experimentar das práticas culturais; muitas das atividades remuneradas dependem direta ou indiretamente do ambiente cultural, o turismo, por exemplo; os fatores culturais influenciam o comportamento econômico do indivíduo, na ética, na motivação, no empreendedorismo, no cumprimento das normas jurídicas, na tendência à corrupção. Além disso, o autor menciona que as condições culturais influenciam também a participação na política, nas atividades civis e sociais. Sen (2004, p. 55) entende que a análise da relação cultura e economia envolve aspectos éticos, epistêmicos e políticos. A cultura, no entanto, não deve ser vista como a única variável relevante ou causa para o desenvolvimento econômico, pois essa poderia ser uma visão determinista. É um processo dinâmico e interativo, em que a cultura é tão significativa quanto outros fatores.

Throsby (2003, p. 164) também analisa o papel da cultura no desenvolvimento econômico, relação que vem sendo cada vez mais estudada pelos economistas. Esse interesse decorre da noção de que a cultura é intrínseca ao desenvolvimento e oferece-lhe tanto os meios para o progresso econômico quanto seus resultados, vista pela perspectiva das necessidades individuais.

Em sentido mais restrito, a *cultura* pode, ainda, referir-se às ações e instituições relacionadas ao processo de criação e difusão de realizações artísticas. São as atividades de cinema, festivais, televisão, publicações literárias, exposições, por exemplo. Trata-se do aspecto intelectual e artístico do homem, envolve a compreensão da identidade do grupo para gerar e compartilhar sua essência. Isso se relaciona mais à instrução intelectual do que ao simples conhecimento técnico. Geralmente, o termo é usado como adjetivo, por exemplo, bens culturais, indústria cultural e instituições culturais.

Os bens e serviços culturais possuem valor cultural e econômico. O valor cultural, como visto anteriormente, representa os valores, os costumes e as tradições de um povo. Já o valor econômico está relacionado à produção, ao consumo e à formação de preços. Esses aspectos devem ser analisados em conjunto pela interdependência e pela correlação que apresentam. O valor econômico garante aos bens e serviços culturais uma posição nos debates orçamentários e na formação de políticas públicas. (BERTINI, 2008, p. 22; REIS, 2007, p. 20-25, THROSBY, 2003, p. 12).

Pelas definições expressas, nota-se que a cultura afeta o cotidiano das pessoas tanto nas decisões individuais quanto nas coletivas, estendendo-se, então, para o comportamento econômico. Ao mesmo tempo em que o funcionamento da economia se dá num contexto cultural, as trocas de bens culturais materiais ou imateriais ocorridas em determinado grupo, ou entre os grupos, podem envolver preço, câmbio, tarifas etc. Seja pelo fato de os bens e serviços culturais serem vistos como quaisquer outros bens de produção, seja pelo fato de a operação dos agentes econômicos ocorrer num sistema social ou pela influência que esse sistema exerce sobre o comportamento deles. (THROSBY, 2003, p. 10-11).

Os trabalhos no campo da economia da cultura podem tratar da relação entre cultura e desenvolvimento¹ ou da produção e consumo de bens culturais. Esta dissertação trata do segundo caso. Em determinados momentos, o consumidor e o produtor de bens culturais podem comportar-se como se fossem quaisquer outros agentes; em outros momentos, porém, comportam-se de maneira diferente. Esta dissertação procura analisar esses comportamentos do ponto de vista das condições do produtor, das condições de oferta de bens e serviços culturais.

1.2 Fundamentos econômicos da cultura

1.2.1 A origem da economia da cultura

São recentes os estudos econômicos com enfoque na cultura. Adam Smith classificou as atividades artísticas de sua época como improdutivas, pois o trabalho desaparece no instante em que é produzido. Acreditava, no entanto, ser importante para a satisfação pessoal o entretenimento. Para David Ricardo, o valor dos bens culturais está relacionado à raridade, ou seja, é uma exceção à teoria do valor. A visão marshalliana é semelhante, o setor artístico não segue o padrão estabelecido pela teoria econômica. Algumas observações sobre o tema podem ser encontradas em Keynes, mas sem qualquer teorização. (BENHAMOU, 2007, p. 15-17; FARCHY; SAGOT-DUVAROUX, 1994, p. 11).

Assim, a partir da década de 1960, em razão do crescimento da indústria cultural e da massificação dos meios de comunicação, intensifica-se o interesse em relacionar cultura com a economia. Na verdade, desde o final do século XIX, transformações sociais vinham ocorrendo no setor com a possibilidade de acesso da maior parte da população às exposições e espetáculos ao vivo. A ascensão da burguesia com poder de compra estimulou o mercado cultural. Já no século XX, artistas como Salvador Dalí, embora criticado por alguns de seus companheiros, produzem seus objetos para comercialização em massa. Mais tarde, Andy Warhol transforma a temática, leva a observação e valorização dos fatos e objetos cotidianos, como o consumo americano, a sua arte. Para Farchy e Sagot-Duvaroux

¹ O reconhecimento da importância da cultura para o desenvolvimento de um país por parte dos economistas pode ser verificado nos trabalhos de Amartya Sen, Vijayendra Rao, Michael Walton e outros, e não será objeto de análise desta dissertação.

(1994, p. 11), o interesse em estudar a cultura surgiu no momento em que esta deixou de ser vista como atividade improdutiva e tornou-se mercadoria.

Outro fator contribuinte para o aumento do interesse em cultura pelos economistas é a importância que o setor de serviços passou a representar no século XX (FARCHY; SAGOT-DUVAROUX, 1994, p. 11). O livro *Performing arts: the economic dilemma*, de Baumol e Bowen (1966), fundamenta a análise econômica dos espetáculos ao vivo na questão da produtividade e nas condições de desenvolvimento dos serviços. A obra foi encomendada pela Fundação Ford, que tentava entender as dificuldades financeiras pelas quais passavam os teatros da Broadway, e tornou-se referência para a economia da cultura. Como reflexo da evolução cultural, os profissionais sofriam com as restrições orçamentárias. O resultado consistiu em perceber a problemática de obter ganhos de produtividade nas atividades fundadas no corpo e na presença do artista. O desgaste físico dos artistas impede uma reprodução maior do espetáculo; apresentações excessivamente curtas e a impossibilidade de praticar uma política de preços cada vez mais altos afetam negativamente o setor. A longo prazo, gera-se um déficit crônico, o que explicaria a necessidade da intervenção pública e de políticas tributárias adaptadas a práticas culturais.

O trabalho de economistas como Alan Peacock, Kelvin Lancaster, George Becker e da escola *Public Choice* buscaram tratar o tema com outro foco. O objetivo era o de aplicar os conceitos e a teoria microeconômica ao setor cultural. (BENHAMOU, 2007, p. 18; FARCHY; SAGOT-DUVAROUX, 1994, p. 12; TOLILA, 2007, p. 28).

Galbraith (1988, p. 59-67) renunciou que o setor artístico ocuparia papel relevante na economia. Os recursos, tanto públicos quanto privados, antes direcionados somente às descobertas científicas e tecnológicas iriam também para as atividades culturais. O trabalho do artista agrega qualidade ao bem, diferenciando-o daquele que simplesmente apresenta bom desempenho técnico. Para isso, haveria a necessidade de mudança na estrutura do sistema, as artes deixariam de ser vistas como bens de luxo e os artistas teriam consciência da função econômica do seu trabalho.

Em 1993, foi criada a ACEI (*Association for Cultural Economics International*) para os interessados na área. Em 1994, com a publicação de David Throsby, *The Production and Consumption of the Arts: A View of Cultural Economics*, a economia

da cultura foi reconhecida institucionalmente. Segundo Benhamou (2007, p. 18), foram três os fatores que colaboraram para esse reconhecimento: a tendência à geração de renda e empregos, a necessidade de avaliação das decisões culturais e o uso da teoria econômica para novas áreas.

A grande parte dos trabalhos dedica-se às formas tradicionais de cultura sob o ponto de vista da intervenção pública, desconsiderando as indústrias culturais, grandes empregadores de mão-de-obra. A discussão principal trata da legitimidade do Estado em utilizar fundos públicos para financiar organizações e programas culturais. Apesar disso, numa análise sobre a evolução dos trabalhos na área, desde Baumol e Bowen (1966), Blaug (2001, p. 123, 124) considera ter ocorrido um maior progresso empírico do que teórico na disciplina.

Towse (2003, p.1) esclarece não ser *economia da cultura* o nome mais apropriado para a disciplina, este foi escolhido em razão da ausência de outro melhor que englobe criatividade, espetáculos ao vivo², herança patrimonial³ e indústrias culturais⁴. O nome utilizado anteriormente era *economia das artes* e ainda é usado por alguns autores; no entanto, esse termo restringe o objeto de estudo aos espetáculos ao vivo. A nova disciplina, chamada de **economia da cultura**, é mais abrangente, pois trata da aplicação da teoria econômica na produção, na distribuição e no consumo de todos os bens e serviços culturais. (BLAUG, 2001, p. 123; HEILBRUN; GRAY, 2004, p. 4-5).

1.2.2 Características dos bens e serviços culturais

Os bens culturais podem ser objetos tangíveis, um livro ou um quadro, por exemplo, ou serviços intangíveis, um musical ou uma visita ao museu, mesmo as idéias, os valores e as crenças de um grupo, que fazem parte do processo de criação de um bem tangível.

São duas as categorias dos bens e serviços culturais. (BENHAMOU, 2007, p. 18-19; HARVEY, 2003, p. 30-39; HEILBRUN; GRAY, 2004, p. 4-5; TOWSE, 2003, p.

² Espetáculos ao vivo referem-se às orquestras, ópera, balé, dança moderna e teatro. (BAUMOL; BOWEN, 1966, p. 5). O desfrute dessas atividades acontece no local da sua produção. (HEILBRUN; GRAY, 2003, p. 22).

³ Herança patrimonial refere-se às construções históricas.

⁴ Indústrias culturais referem-se às produções cinematográficas, gravações musicais e publicações literárias. (BENHAMOU, 2007, p. 109).

1). A primeira é alta ou velha, são as formas tradicionais, refere-se aos espetáculos ao vivo, ou seja, teatro, ópera, concertos e dança, às pinturas e esculturas e à herança patrimonial, que são construções, museus e galerias de arte. Os espetáculos ao vivo caracterizam-se por possuir um local para onde o público deve se dirigir a fim de assistir à apresentação, que pode ser representada repetidas vezes da mesma maneira. No caso das obras de arte, existe um processo de produção, compra, venda e exposição dos objetos.

A segunda categoria é baixa ou nova, são as formas populares ou de massa. Essa categoria abrange a indústria cultural, que são as produções cinematográficas, gravações de discos e publicação de livros. Esse termo *indústria cultural* foi criado em 1947 por Max Horkheimer e Theodor Adorno da Escola de Frankfurt. Para eles, a cultura estava sendo transformada pela tecnologia e ideologia do capitalismo monopolista; e a interpretação econômica dos processos culturais refletia a produção de bens simbólico-culturais como mercadorias destinadas à troca e ao consumo. (MIGUEZ, 2007, p.10; THROSBY, 2003, p. 11; TOLILA, 2007, p. 34). Após Horkheimer e Adorno, outras explicações foram dadas ao termo sem encerrar sua definição. De acordo com Getino (2003, p. 198-199), o termo refere-se:

Ao conjunto de atividades relacionadas diretamente com a criação, fabricação, comercialização e os serviços de produtos ou bens culturais tanto em âmbito nacional quanto internacional. Os traços distintivos dessas indústrias são semelhantes a qualquer outra atividade industrial e baseiam-se na produção em série, na padronização, na divisão do trabalho e no consumo das massas. Diferentemente de outras, não se trata de produtos para o uso ou consumo físico, mas de bens simbólicos (obras literárias, musicais, cinematográficas, plásticas, periódicas, televisivas...) que para serem aceitos pela percepção (consumo) dos grandes públicos devem ser processados ou manufaturados industrialmente para adotar a forma de um livro, um disco, um filme, uma revista, uma reprodução ou um programa de televisão.

Embora pareçam excludentes, é possível criar um vínculo entre as duas categorias, por exemplo, a divulgação de um musical pode promover a música gravada, CD ou DVD, ou lojas de museus vendendo produtos relacionados ao seu acervo.

Embora sejam produzidas em grande quantidade, obras reproduzíveis, como CDs, livros e periódicos, não perdem a originalidade característica das obras únicas.

A diferença entre elas reside na maneira de administrar os riscos, seja pela reprodução ou distribuição dos filmes, dos livros ou dos discos de música. (BENHAMOU, 2007, p. 109, 110; TOLILA, 2007, p. 34). Dessa forma, a análise consiste na aplicação dos processos industriais tradicionais aos da criação cultural e artística.

O que há em comum entre os bens e serviços culturais é o elemento criativo e artístico e o uso dos recursos terra, trabalho, capital e outros insumos. Dessa forma, independentemente da categoria em que se enquadre, tais bens e serviços além de possuírem valor cultural, têm valor econômico. Towse (2003, p. 2) alerta para o fato de que embora nem todos sejam comercializados no mercado, são resultado do trabalho de artistas ou de outras profissões artísticas.

A UNESCO (1980 p. 162-164) definiu as categorias do setor cultural a fim de normalizar as estatísticas relativas ao financiamento público das atividades artísticas. São elas: patrimônio cultural, textos impressos e literatura, música, artes cênicas, artes plásticas, cinema e fotografia, rádio e televisão, atividades socioculturais, esportes e jogos, natureza e meio-ambiente e administração geral de atividades culturais e outras que não se enquadram em uma categoria.

Tradicionalmente, considera-se que os bens apresentam determinadas qualidades utilizadas como referência pelos indivíduos. Tratam-se de propriedades físicas ou objetivas, ou seja, características que permitem a mensuração e a escolha racional de tais bens. Assim, é possível diferenciar um bem x defeituoso de um bem x' de mesma natureza sem defeito, ou de um bem x de um bem y de outra natureza. Isso não se aplica à grande parte dos bens culturais. Esses são definidos pela qualidade artística, submetem-se a um critério subjetivo. (TOLILA, 2006 p. 28-29; TOWSE, 2003, p. 2).

De acordo com alguns economistas, tais como Sagot-Duvaurox, Mac Cain e Moureau, citado por Tolila (2006, p. 31), a qualidade artística de um bem depende da originalidade. Essa convenção envolve a autenticidade, a unicidade e a novidade. Mesmo no caso das indústrias culturais, em que a produção de CDs, livros, filmes é em massa, propaga-se a singularidade das obras⁵.

⁵ A indústria cultural apresenta um mecanismo de funcionamento distinto das atividades não-culturais. Além da questão da qualidade artística, existe a questão dos direitos autorais sobre a propriedade artística e cultural.

A alocação de recursos via mecanismo de preços não atinge o objetivo social quanto à produção e ao acesso a bens e serviços culturais. Isso pode ser explicado pelas características de bem público ou bem de mérito identificadas no setor, ou pela assimetria de informação do setor, produtividade constante e custos crescentes, que justificariam a intervenção do governo. (TOWSE, 2003, p. 2-3).

1.2.2.1 Bens e serviços culturais como bem público

A teoria econômica classifica como bens privados os que são rivais e exclusivos no consumo. Ocorre rivalidade quando o consumo de determinado bem por um indivíduo reduz a quantidade disponível para o consumo de outro indivíduo; é o caso de roupas, calçados e alimentos. Por exclusividade entendemos que o consumo de um bem por um indivíduo impede que ele seja consumido por outro indivíduo.

Inversamente, os bens públicos são aqueles não-rivais e não-exclusivos. Um bem é denominado não-rival quando, para qualquer nível de produção, o custo marginal de produzir tal bem para um consumidor adicional é zero, assim, o uso por um indivíduo não reduz a quantidade disponível para o consumo de outro indivíduo. Isso pode ser identificado com a defesa nacional, a segurança, o conhecimento, a pesquisa, a inovação, o oceano, as paisagens. O bem é não-exclusivo quando as pessoas não podem ser excluídas de seu consumo. É o caso do ar, do serviço policial, da despoluição do ar e da saúde pública.

A exclusividade de um bem ou serviço está relacionada ao direito de propriedade. Existem, porém, bens e serviços para os quais é muito difícil estabelecer com clareza direitos de propriedade. Para esses, há fácil acesso ao consumo, mesmo para aqueles que não se dispõem a pagar por isso. Assim, se o bem existe, não há como impedir alguém de se beneficiar dele, mesmo que este se recuse a pagar pelo benefício. Como não é possível forçar a compra, não há como impor um preço para esse consumo.

Já que não podem ser excluídos do consumo de um bem público, indivíduos podem decidir não pagar por esse bem na esperança de que outros paguem, preferindo “pegar uma carona” no benefício do vizinho (*free rider*). Isso impede que o mercado privado forneça tais bens. Dessa forma, o governo pode decidir provê-lo se o benefício social total exceder os custos, melhorando a situação de todos.

Os bens e serviços culturais podem ser considerados tanto bens privados como bens públicos por apresentarem aspectos de ambos. Seriam públicos, porque ninguém pode ser excluído, inclusive os não-pagantes, de desfrutar deles e porque o consumo de uma pessoa não impede ou reduz o consumo de outras pessoas. Essa classificação, no entanto, pode ser aplicada à determinada atividade cultural como um todo ou somente em parte. (BENHAMOU, 2007, p. 148-149; HEILBRUN; GRAY, 2004, p. 230-231; SANCHO; GRACIA; PRIETO, 2005, p. 57-58; TOLILA, 2006, p. 29-30).

A definição de bem público com base na não-rivalidade e não-exclusividade é criticada por existirem poucos bens que apresentem as duas características simultaneamente. Assim, os “níveis” de bens públicos devem ser analisados. Farchy e Sagot-Duvaurox (1994, p. 20) definem bens públicos puros como aqueles cujo consumo é coletivo, não-rival e não-exclusivo. No entanto, há também o conceito de bens impuros ou mistos como vemos na tabela a seguir:

Quadro 1.1 – Tipos de bens de acordo com rivalidade e exclusividade

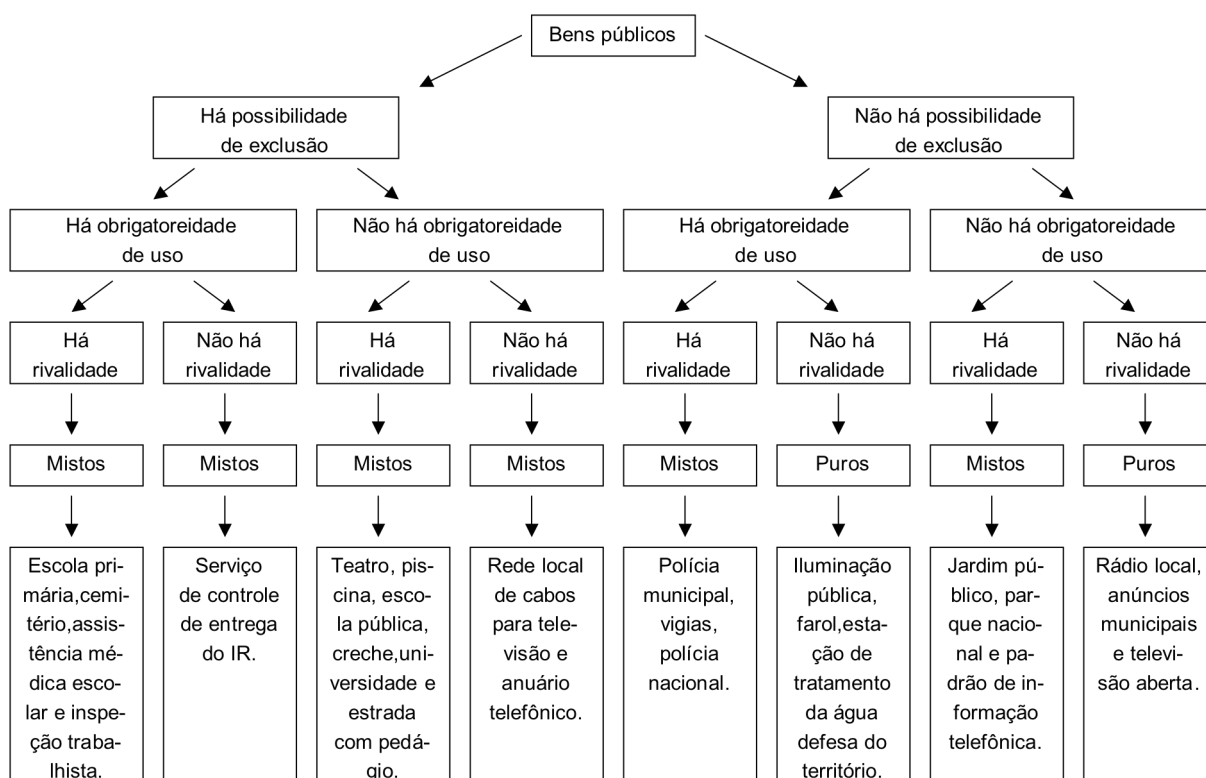
	Exclusivo	Não-exclusivo
Rival	Bens privados	Bens mistos
Não-rival	Bens mistos	Bens públicos

Os bens mistos variam de acordo com o grau de rivalidade e exclusividade. As estradas sem pedágio são bens cujo grau de rivalidade depende do grau de congestionamento em que se encontram. Em hora de pico, cada veículo a mais na estrada reduz a “quantidade” de estrada disponível para os outros motoristas. Porém, com trânsito normal, o nível de rivalidade reduz-se substancialmente. Os bens mistos não-exclusivos e rivais podem ser os animais no mar.

No caso do setor cultural, um exemplo de bem público puro, ou seja, não-rival e não-exclusivo, seria uma apresentação de mímica na praça do centro da cidade ou o benefício que em 20 anos o filho de alguém terá em admirar as obras de artes ou patrimônios históricos preservados. Este não diminuirá o benefício do filho de outra pessoa em usufruir do mesmo privilégio. Também não é possível impedir uma pessoa de observar o Cristo Redentor no Rio de Janeiro, ou o Big Ben em Londres, ou mesmo a Torre Eiffel em Paris, ou escutar uma escola de samba na praça.

Farchy e Sagot-Duvauroux (1994, p. 22) exemplificam ainda a televisão e o rádio como bens públicos puros, pois é praticamente impossível impedir alguém de captar as emissões de um poste ou antena e um indivíduo que assiste aos programas não diminui a quantidade disponível para outros. Com o avanço da tecnologia, no entanto, a televisão a cabo pode excluir os não-assinantes.

Quadro 1.2 – Classificação de bens públicos



Fonte: Adaptado de PICARD (1994, p. 21)

No caso de um indivíduo que paga por seu ingresso no cinema, ou na ópera, ou no museu, embora ele não altere o consumo das outras pessoas que também pagaram pela entrada, aqueles que não compraram o ingresso estão excluídos de desfrutar do filme ou da exposição. Além disso, as pessoas que ocupam uma poltrona ou visitam um museu ocupam um lugar que não está mais disponível aos outros. De acordo com Farchy e Sagot-Duvauroux (1994, p. 22), o cinema e o teatro são exemplos de bens públicos totalmente impuros. São situações em que a necessidade de intervenção estatal é menos direta.

Para decidir se o governo deve suprir ou não um bem público, o benefício total de todos que utilizam aquele bem deve ser comparado ao custo de todos aqueles que provêm e mantêm o bem público. Para isso, usa-se a análise de custo-benefício para estimar os custos e benefícios totais de um bem para a sociedade como um todo. O problema reside na ausência de dados para se estimar os benefícios para a sociedade e os custos dos insumos. O valor da vida, do tempo e a estética são de difícil estimativa.

Se o problema em questão é o da não-rivalidade, em que o custo marginal é zero, o governo pode aplicar uma tarifa específica. Para a situação de não-exclusividade, em que o indivíduo usufrui do bem ou serviço sem pagar por ele e isso desestimula ou reduz sua produção, por meio de um imposto os custos seriam distribuídos entre os cidadãos, minimizando o comportamento do “caroneiro”. (FARCHY; SAGOT-DUVAROUX, 1994, p. 21).

1.2.2.2 Bens e serviços culturais como bem de mérito

Além dos bens privado e público, ainda existe o bem de mérito. Na verdade, este é um termo que ainda causa divergência entre os economistas. (FREY, 2003b, p. 392; HEILBRUN; GRAY, 2004, p. 241-243; MUSGRAVE, 2008; SANCHO; GRACIA; PRIETO, 2005, p. 59-61). De acordo com Musgrave (2008), a distinção entre os bens está na premissa da preferência individual. Apesar de os bens privado e público diferirem quanto à rivalidade, a escolha do consumidor é a base para o fornecimento de ambos. O fundamento do bem de mérito, no entanto, é outro, são os valores coletivos.

Tomando como exemplo de ausência de preferência individual do consumidor, tem-se a situação do doador que dá bens a um beneficiário e escolhe os produtos com base nas suas preferências, muitas vezes, se a doação fosse em dinheiro, o beneficiário escolheria outros itens. Isso também vale para as políticas de redistribuição de renda, o governo, eleito pela maioria da sociedade, decide quais bens e serviços vai oferecer, como educação ou saúde, ou impedir o consumo, como o uso de drogas. É uma imposição, pois as pessoas podem receber bens ou serviços que talvez não fossem da sua preferência, assim, se recebessem em dinheiro gastariam de acordo com seu gosto. Esses comportamentos e outros com perfil paternalista apresentam virtudes morais, refletem uma preferência individual,

não comunitária. Os bens de mérito são resultado de um processo histórico do fortalecimento de preferências comunitárias acerca do que é desejável ou não para o grupo.

Musgrave (2008) então relaciona o uso do termo às situações em que a avaliação de um bem ser de mérito ou demérito deriva não simplesmente de uma norma da preferência do consumidor, mas envolve uma norma alternativa, que são os valores coletivos. Normalmente, são fornecidos gratuitamente. De acordo com essa idéia, os valores da comunidade e o consenso político estão acima da escolha individual. Do ponto de vista cultural, Musgrave caracteriza como bem de mérito a preocupação em preservar os locais históricos, o respeito pelas festas populares, pelo meio ambiente e o interesse pelo estudo e pela cultura.

Enquanto os bens privado e público são ofertados pelo mercado, com algum ajuste estatal, a provisão dos bens de mérito é atribuída a um processo político. Para Sancho, Gracia e Prieto (2005, p. 60), isso explica a razão de estes bens não serem aceitos por economistas neoclássicos.

Esse conceito tem sido utilizado em vários casos para explicar os subsídios do governo ao setor cultural, principalmente, quando se trata de subsídio direto no consumo obrigatório e gratuito dos bens e serviços artísticos, ou indireto, na informação e educação sobre a conveniência de seu uso. (HEILBRUN; GRAY, 2004, p. 242-243; SANCHO; GRACIA; PRIETO, 2005, p. 329).

1.2.3 Características do mercado de bens e serviços culturais

1.2.3.1 Concorrência imperfeita

Teatros, grupos de ópera, grupos de balé, orquestras sinfônicas podem disputar pela audiência, por existir um número significativo de produtores, porém, a formação de preços de um não provoca a reação dos outros. Apesar de seus bens e serviços serem possíveis substitutos, cada indústria possui algum monopólio sobre sua apresentação. Isso caracteriza um cenário que mescla monopólio e competição. (HEILBRUN; GRAY, 2004, p. 117-119, 223).

Quando só há um produtor de determinado bem no mercado, trata-se de um caso de monopólio. Se não existe regulamentação pública quanto ao seu funcionamento, a firma escolhe a quantidade de produção e o preço de venda que

lhe satisfaz. Num mercado competitivo, o preço iguala-se ao custo marginal, ou seja, ao custo de produção de uma unidade adicional do bem. No caso de monopólio, o preço é maior que o custo marginal, provocando uma alta no preço e uma queda na produção. Embora escolha seu preço, ainda é a curva de demanda que determina a quantidade a ser vendida.

A característica de singularidade de grande parte dos bens e serviços culturais leva à ocorrência de monopólio. Nessa situação, em que não há um substituto, o consumo reduz-se pelo alto preço estabelecido pelo monopolista. Um exemplo é o museu de arte moderna de determinada cidade, dificilmente existe mais de um. As firmas de espetáculos ao vivo também podem ser monopolistas no mercado local, suas decisões de produção e preço, no entanto, dependem de suas motivações (com ou sem fins lucrativos).

1.2.3.2 Informação imperfeita e incerteza

Para o funcionamento eficiente do mercado é preciso que todos os participantes tenham a informação completa sobre os bens e serviços. No entanto, o mercado falha, por exemplo, porque os gostos dos consumidores não estão formados e por não possuírem todos os dados sobre os bens e serviços. Nesse caso de informação assimétrica, quando um dos agentes possui mais informações que os outros, ele obtém maiores ganhos.

Apresentam-se dois problemas causados pela assimetria de informação: a seleção adversa e o risco moral. A seleção adversa, por exemplo, resulta do fato de um cliente não ter condições de avaliar a competência do profissional que escolheu. Se os serviços prestados pelo profissional não foram satisfatórios, fala-se em risco moral, pois o cliente não possui condições de avaliar se o insucesso decorreu por desinteresse do profissional ou por razões que não estavam ao seu alcance.

Essa ausência de informações, de acordo com Heilbrun e Gray (2004, p. 236-237), causa dois efeitos negativos no setor cultural. Primeiro, muitos consumidores não fazem parte do mercado pelo desconhecimento das atividades artísticas, que exigem uma formação anterior quanto às preferências. Segundo, com essa limitação da demanda, muitas empresas deixam de crescer e de alcançar economias de escalas, ou seja, o custo unitário de produção tende a ser maior. (BENHAMOU, 2007, p. 36-38; FLORISSI; WALDEMAR, 2007, p. 23).

No setor cultural, mais do que em outros setores, o valor da informação e a capacidade de interpretá-la são relevantes. Considerando os bens e serviços culturais como singulares, a informação sobre sua qualidade interfere na decisão do consumidor. De acordo com Benhamou (2007, p. 36), a incerteza quanto à qualidade de bens e serviços culturais é maior do que em outros setores. Isso porque a satisfação do consumo prolonga-se no tempo, pode ser comprometida pela falta de informação ou redefinição de valor. Por exemplo, o gosto por obras de arte é construído ao longo da vida, ou a ausência de avaliação de um especialista sobre determinada pintura que interfere no momento de decisão da compra, ou mesmo a mudança do conceito sobre o artista, que pode elevar ou reduzir o valor de sua obra.

Há algumas medidas capazes de reduzir essa incerteza. A informação pode vir da divulgação publicitária sobre o produto, da crítica e de peritos como também do conhecimento resultante da educação cultural e artística do indivíduo.

1.2.3.3 Externalidade no mercado de bens e serviços culturais

Para se identificar a externalidade, é necessário que a ação de um agente interfira no bem-estar de outro agente. Sempre que o bem-estar de um agente depender não só de suas ações, mas também das ações dos outros agente, e não ocorrer qualquer mecanismo compensatório na alteração do bem-estar dos agentes, existe externalidade.

O alteração de bem-estar pode ser positiva ou negativa. Associa-se à externalidade positiva um benefício e à negativa um custo. A ausência de compensação significa que o benefício causado a um agente não corresponde a uma recompensa ao seu causador, nem o custo gerado corresponde a qualquer compensação a sua vítima. O exemplo clássico de externalidade positiva, ou seja, quando os dois agentes se beneficiam, é o do apicultor que se beneficia com um vizinho floricultor. Este cultiva plantas favoráveis à produção do mel e, ao mesmo tempo, as abelhas favorecem a fertilidade das flores. A externalidade negativa ocorre quando uma fábrica de determinada região polui o ar e os rios, prejudicando a pesca e as plantações dos agricultores vizinhos. (FARCHY; SAGOT-DUVAROUX, 1994, p. 22-23).

Quando há externalidade, o sistema de preços deixa suas funções de “informação e incentivador”. A produção passa a ser sub-ótima quando a

externalidade gerada é positiva, pois não se considera uma parcela dos consumidores. Ao contrário de quando é negativa, há excesso de oferta.

O tratamento da externalidade trata de um mecanismo que recompense a criação dos benefícios ou penalize a criação dos custos a fim de internalizá-los no comportamento dos agentes. Em caso de externalidade positiva, o produtor sofre dificuldade em receber o retorno dos ganhos que gerou a terceiro. O Estado, assim, estabelece uma maneira de sustentar a demanda ou a oferta. Se houvesse externalidade negativa, a interferência dar-se-ia por meio de regulamentação ou taxas. (BENHAMOU, 2007, p. 23).

No caso das atividades culturais, a sua provisão pode gerar benefícios a indivíduos e firmas não envolvidos no processo produtivo. Eles obtêm benefícios de algo pelo qual não pagaram e o produtor não está consciente disso. Da mesma forma, no caso de parte dos ganhos do produtor artístico poder ser transferida a indivíduos e firmas que não pagaram por seu consumo, o que, portanto, não influencia nas decisões de produção das atividades culturais. Nos dois casos, a produção está abaixo da demanda. (FREY, 2003a, p. 391).

Um filme que será filmado em determinada cidade do interior do Brasil poderá criar benefícios, tais como o aumento do número de empregos em virtude do turismo que atrairá, crescimento do fluxo comercial, principalmente, dos restaurantes e lojas de *souvenir*. A existência de um teatro ou de salas de cinema proporciona à população de determinado local a oportunidade de entretenimento.

Heilbrun e Gray (2004, p. 226-230) explicam ser um ponto controverso se os bens e serviços culturais, depois de atenderem às exigências individuais, ainda podem gerar algum benefício coletivo. Os autores listam algumas das externalidades positivas que foram defendidas por economistas que estudam o setor: a) legado às gerações futuras; b) identidade nacional e prestígio; c) benefícios à economia local; d) contribuição à educação; e) melhoria social dos usuários do setor; f) encorajamento à inovação artística.

Assim, a existência dessas externalidades resulta da disposição de uma geração presente em pagar para que sua descendência possa aproveitar ao menos do mesmo nível cultural que possui. Portanto, as externalidades devem ser tratadas a fim de promover uma melhor distribuição dos valores econômicos gerados pelos investimentos culturais.

A produção artística pode contribuir para a educação e trazer melhorias sociais entre os participantes. A natureza experimental de alguns esforços artísticos pode levar a inovações em diferentes partes da sociedade. Em todos esses casos, os produtores artísticos não são compensados financeiramente por inteiro pelos benefícios criados. Como resultado, algumas vezes não são capazes de prover a atividade cultural ou ofertam-na abaixo da demanda. (FREY, 2003b, p. 391).

1.2.3.4 Produtividade e custos

O modelo de Baumol e Bowen (1966), conhecido como a “fatalidade” dos custos (*cost disease*), remete às condições de oferta dos produtos culturais. A pesquisa realizada pelos autores abrange os dilemas dos espetáculos ao vivo (teatro, ópera, concertos etc.). Um dos pontos discutidos é a constante necessidade de recursos financeiros, pois a inovação tecnológica não afeta a produtividade do setor, as atividades são basicamente intensivas em trabalho. Isso eleva o custo total da atividade com a impossibilidade de repasse integral aos preços.

Os autores criaram um modelo com dois setores: improdutivo e produtivo. O improdutivo não gera ganhos de produtividade, ao contrário do produtivo, cujas inovações, economias de escala e acúmulo de capital aumentam a produtividade. Consideraram que os salários são iguais nos dois setores, notaram que ao longo do tempo o custo do trabalho por unidade de produto aumenta indefinidamente no setor improdutivo, e, no produtivo, mantém-se constante. Na análise, os espetáculos ao vivo enquadram-se no primeiro setor em razão de ser o trabalho parte do produto final, assim, não pode ser substituído sem afetar o produto. Isso influi no aumento dos custos das apresentações que não poderiam ser repassados ao preço das entradas com o risco de reduzir a demanda e limitar o acesso ao espetáculo. (BAUMOL E BOWEN, 1966, p. 171, 390).

São várias as críticas ao trabalho de Baumol e Bowen. (BENHAMOU, 2007, p. 60-61; FARCHY; SAGOT-DUVAROUX, 1994, p. 14; THROSBY, 1994, p. 15-16; REIS, 2007, p. 16). Cowen e Grier (1996) afirmam que as evidências mostram que o crescimento econômico aumenta a produção artística. Alguns fatores contrabalancearam a fatalidade dos custos, tais como: as novas idéias do artista tendem a aumentar a produtividade, não importa se na atividade cultural ou na

indústria tradicional, e a produção artística não é tão intensiva em trabalho como mostrou Baumol.

Os custos que envolvem uma produção de cinema, a gravação de um álbum de música popular, por exemplo, são cada vez mais intensivas em capital. Esses custos estão ligados aos cenários, figurinos, efeitos especiais, equipamentos eletrônicos, computadores, aluguel dos locais para ensaios e apresentações etc. A tecnologia permite uma redução dos custos, inclusive o custo do trabalho por unidade de produto. Uma boa orquestra de câmara pode demorar para formar um grupo de músicos e custar mais caro do que no período de Mozart, no entanto, podem interpretar obras de diversos compositores, gravar suas apresentações para vender, transmiti-las pela televisão ou pela internet. É uma possibilidade de ganho que supera seus custos. (COWER; GRIER, 1996, p. 6; SANCHO; GRACIA; PRIETO, 2005, p. 333).

Sancho, Gracia e Prieto explicam que isso é possível, pois a demanda por bens e serviços culturais tem aumentado mais rapidamente que a renda nacional. A elasticidade renda da demanda por atividades culturais é muito alta, ou seja, há um aumento do número de consumidores e do potencial de compra, compensando o custo de produção, que já foi reduzido pela elevação da produtividade e pela intensificação do uso de capital.

Além disso, ainda é possível reduzir os custos com reaproveitamento ou troca de figurinos e cenários entre os grupos artísticos, ou mesmo com um maior número de apresentações durante a temporada.

1.2.3.5 Intervenção estatal

O Estado pode agir como interventor ou produtor, assim, produz bens e presta serviços diretamente, independentemente da atuação do setor privado. Pode ainda, agir como regulador ou controlador. Nessa posição, o Estado planeja, regula, conduz e financia as atividades do setor cultural. (FARCHY; SAGOT-DUVAROUX, 1994, p. 18; REIS, 2007, p. 172).

A intervenção do Estado na área cultural, segundo Heilbrun e Gray (2004, p. 243, 244), é justificada por ser uma forma de correção da ineficiência da alocação de recursos e do incentivo educacional para que no futuro as pessoas possam

demandar maiores quantidades de bens culturais⁶. E também para garantir baixos preços para que toda a população seja capaz de usufruir da herança cultural e artística do país. Com o desenvolvimento desse setor, cresce sua capacidade de geração de renda e emprego.

Considerando determinados bens e serviços culturais como bem de mérito, Sancho, Gracia e Prieto (2005, p. 330) argumentam ser a ação do Estado importante não porque a produção não seja rentável, mas pelo fato de os cidadãos desconhecerem o produto. Os bens e serviços públicos são os que as pessoas desejam obter e não estão disponíveis, os de mérito são os que estão ofertados e as pessoas não demandam.

Apesar de os argumentos econômicos serem significantes, Farchy e Sagot-Duvaroux (1994, p. 14) afirmam que não são suficientes para justificar a ação pública no setor cultural. Outros aspectos estão envolvidos como a preservação da identidade nacional em relação à influência das culturas estrangeiras, o favorecimento da criação de uma cultura pluralista e a sua expansão para todos os níveis sociais da população. Embora existam outras variáveis para a explicação do papel do Estado no setor cultural, esta dissertação enfatiza as relacionadas diretamente à questão econômica, mais especificamente ao financiamento.

Considerando os problemas enfrentados para a oferta de bens e serviços culturais apresentados anteriormente, a intervenção do Estado é justificada por argumentos de eficiência e equidade. Os economistas explicam-na pela ineficiência gerada pelas falhas de mercado, são as externalidades geradas na produção e no consumo dos bens e serviços culturais, a assimetria de informações, a concorrência imperfeita, os custos crescentes, a característica de bem público e bem de mérito. Além disso, há ainda os argumentos de que os gastos públicos produzem um efeito multiplicador sobre a atividade econômica e garantem um patrimônio conservado para as gerações futuras. Os gestores das atividades culturais utilizam argumentos de equidade. A ação estatal pode ampliar o acesso dos cidadãos às atividades, possibilitando a redução das desigualdades sociais. (BENHAMOU, 2007, p. 148-155; FARCHY; SAGOT-DUVAROUX, 1994, p. 22-46; FREY, 2003, p. 111-113; SANCHO; GRACIA; PRIETO, 2005, p. 328).

⁶ Um dos estudos mostra que a demanda por arte e bens culturais aumenta quando o nível educacional da pessoa se eleva.

1.2.3.6 Contestações a princípios básicos da teoria econômica

Por ser uma nova disciplina, a economia da cultura contesta alguns dos princípios básicos da teoria econômica (BENHAMOU, 2003, p. 29-34; REIS, 2007, p. 18-19), dadas as características particulares de bens e serviços culturais.

A lei da utilidade marginal decrescente refere-se à queda da utilidade marginal proporcionada pelo aumento do consumo de determinado bem. Por exemplo, um prisioneiro é liberado do cárcere e anseia por um prato de feijoada. Na primeira oportunidade, pára num restaurante e desfruta da iguaria. O primeiro prato é muito saboroso; o segundo, nem tanto; o terceiro, menos ainda. Essa lei funciona em casos isolados para bens e serviços culturais. Num caso de visita ao museu, o tempo que o visitante passa diante de uma obra se reduz com o tempo. Como Alfred Marshall (1996, p. 160) já explicava, há situações, no entanto, em que se observa o contrário, quanto mais bens e serviços culturais são consumidos, maior será o prazer: “quanto mais um indivíduo ouve música, mais aumenta seu gosto por ela”. A explicação de Becker é que a capacidade e habilidade dos consumidores em admirar a arte crescem com a experiência. Assim, gasta-se menos tempo na avaliação das obras e aumenta-se seu consumo. (BENHAMOU, 2003, p. 30-32; SANCHO; GRACIA; PRIETO, 2005, p. 58).

Outro ponto refere-se à mensuração do valor dos bens e serviços culturais. Os instrumentais econômicos não são plenamente capazes de medir a intangibilidade, tais como a criatividade, marca, valor afetivo, artesanato. Novas metodologias devem ser criadas para lidar com essas características.

O aspecto da substituição também não ocorre no setor cultural. É possível trocar uma blusa por outra parecida, mas não um quadro de Renoir por um de Roy Lichtenstein. Pesquisas realizadas na Inglaterra e nos Estados Unidos (BENHAMOU, 2007, p. 33-34) sugerem que a reação da demanda de espetáculos em relação à mudança de preços é pouco significativa. Por exemplo, um aumento de 100% no preço do ingresso do Museu de Belas-Artes, em Boston, reduziu em apenas 10% a frequência do público, o que mostra uma baixa elasticidade-preço. A demanda por produtos da indústria cultural, no entanto, é mais sensível à variação de preços, pois apresenta as características da indústria não-cultural.

1.3 Políticas culturais

De acordo com Teixeira Coelho (1997, p. 293), a definição de política cultural é:

A política cultural é entendida habitualmente como um programa de intervenções realizadas pelo Estado, instituições civis, entidades privadas ou grupos comunitários com o objetivo de satisfazer as necessidades culturais da população e promover o desenvolvimento de suas representações simbólicas. Sob este entendimento imediato, a política cultural apresenta-se assim como o conjunto de iniciativas, tomadas por esses agentes, visando promover a produção, a distribuição e o uso da cultura, a preservação e divulgação do patrimônio histórico e o ordenamento do aparelho burocrático por elas responsável.

Assim, o papel do setor público nas atividades artísticas atualmente seria o de atuar em conjunto com a sociedade. Dessa forma, considerando que os bens e serviços culturais representam a identidade nacional, são símbolos de um povo e geram valor econômico, vê-se a significância do investimento em cultura, para o incentivo educacional do capital humano, proporcionando uma demanda de qualidade e preservando os valores nacionais.

Assim, o objetivo do Estado, explicado por Harvey (2003, p. 36), seria o de criar vínculos entre a sociedade e os artistas, esclarecendo os deveres da sociedade e reafirmando a função social dos artistas. Além disso, busca-se o maior acesso de cidadãos às atividades culturais.

As políticas culturais variam de país para país de acordo com sua definição do que é cultura. (HARVEY, 2003, p. 30). Alguns países delimitam as políticas culturais às artes tradicionais, enquanto outros estendem essa definição ao artesanato, às indústrias culturais, por exemplo. O ministro da cultura francês Jack Lang, durante a década de 1980, considerou que cultura deveria incluir os gêneros tradicionais, as artes eruditas, o patrimônio histórico e os gêneros menores como moda, gastronomia, crenças, técnicas, tradições, costumes etc. (BENHAMOU, 2007, p. 147). O governo norte-americano estabeleceu como campo de atuação cultural: teatro, folclore, literatura, arquitetura e afins, pintura e escultura, fotografia, artes gráficas, artesanato, desenho industrial, moda, cinema, televisão, rádio e música gravada. (HARVEY, 2003, p. 30). No Brasil, são consideradas cultura as artes, o cinema e o patrimônio histórico, com alguma iniciativa relativa ao patrimônio

imaterial e às culturas populares. Há intenção do governo em ampliar a atuação das políticas para outras dimensões, tais como a indústria cultural, entretanto, depara-se com a deficiência de recursos financeiros e a estrutura institucional não consolidada. (SILVA, 2007a, p. 154).

Na Europa, são dois os principais modelos de gestão cultural. O primeiro ocorre por meio de organizações autônomas. Nos países anglo-saxões, a ajuda às organizações sem fins lucrativos e aos artistas é feita pelas instituições governamentais que recebem um montante orçamentário e tomam suas decisões. Na Grã-Bretanha, o *Art Council* é responsável. No segundo modelo, o ministro da cultura é encarregado da expansão das atividades culturais e das orientações políticas do setor, é ele que conduz as instituições e determina as subvenções. A França optou pelo segundo modelo. (BENHAMOU, 2007, p. 156; FARCHY; SAGOT-DUVAUROUX, 1994, p. 63).

Grã-Bretanha, Itália, Espanha e Alemanha são exemplos de países que descentralizaram a tomada de decisão quanto às políticas culturais. Em alguns países, o setor passou por um processo de privatização, como se pode observar nos países do Leste Europeu com o fim da URSS e em outros países europeus pressionados pela *European Monetary Union* para redução dos gastos públicos (TOWSE, 2003, p. 3), o que influenciou a maneira de formar suas políticas.

1.3.1 Financiamento de políticas culturais

Segundo Harvey (2003, p. 51-52), foi com a Conferência Intergovernamental sobre Aspectos Institucionais, Administrativos e Financeiros das Políticas Culturais de Veneza, em 1970, que o debate global sobre o aspecto financeiro das políticas culturais se fortaleceu. A cultura passou a ser discutida como um aspecto relevante para o desenvolvimento de um país e influenciou a formação das políticas públicas, principalmente, na dimensão financeira.

O financiamento do setor artístico de um país pode fundamentar-se na economia pública, na de mercado, na filantrópica ou na mistura delas. Quando se trata da economia pública, cada governo orienta quais serão os instrumentos para sua política cultural e qual o destino dos recursos. Numa economia de mercado, a fonte de financiamento é o próprio consumo dos bens e serviços culturais, da venda de jornais, revistas, livros, rádio, televisão, CD, DVD, cinema, teatro, museus e

outros. Ao contrário, a economia filantrópica fundamenta-se em motivações altruístas, caracterizada muitas vezes por mecenato moderno, ligado a famílias, instituições e indivíduos. Geralmente o que se observa é uma mescla dos sistemas. (HARVEY, 2003, p. 39-44).

De acordo com Harvey (2003, p. 540), os recursos financeiros servem para estimular o trabalho criativo de artistas e profissionais do setor cultural, fomentar empresas à produção, distribuição, difusão e comercialização de bens e serviços culturais e promover a ação cultural das instituições não-governamentais. A UNESCO, todavia, destaca a importância da criação de instituições específicas de financiamento, além do estabelecimento dos ministérios da cultura de ação direta. Pois, não basta ter os recursos se não existem órgãos especializados para administrá-los e aplicá-los adequadamente. (HARVEY, 2003, p. 180).

O financiamento público ao setor cultural pode ocorrer por intervenção direta ou indireta. A primeira pode caracterizar-se pelos subsídios e pelo uso do orçamentário público ou fundos especiais. A segunda, pelos incentivos fiscais. Assim, ambas podem ser instrumentos públicos para apoiar o setor cultural a ação direta do Estado na contratação de artistas, os subsídios, as deduções/isenções fiscais, as ações de mecenato, os incentivos por lei, os direitos autorais, o tombamento de imóveis e outros. Os artistas podem receber, como motivação, bolsas, prêmios, encomendas públicas, pensão vitalícia e condecoração ao mérito cultural. As indústrias culturais recebem poucos subsídios, pois conseguem se auto-financiar, no entanto, são afetadas pelas regulamentações e leis. Diferentemente da cultura popular, que normalmente não se auto-financia em razão do seu fundamento não-comercial. (BENHAMOU, 2007, p. 164-167; FREY, 2003a, p. 118-119; HARVEY, 2003, p. 39, 490-492; SANCHO; GRACIA; PRIETO, 2005, p. 346-352).

1.3.1.1 Financiamento público direto

Subsídio pode ser considerado uma concessão de verba pública a pessoas, instituições não-governamentais ou grupos de pessoas a fim de apoiar o desenvolvimento de determinadas atividades. O governo pode subsidiar a produção privada com pagamento direto aos produtores, por exemplo, o governo pode restringir a importação de determinado bem ou impor uma tarifa de importação,

aumentando o preço do bem importado e favorecendo o produtor nacional. (STIGLITZ, 1999, p. 30-31).

Harvey (2003, p. 492-495) explica que a fundamentação de uma política de subsídios com dinheiro público dá-se por solucionar, total ou parcialmente, uma necessidade econômica vinculada à instituição subsidiada, encorajar atividades, ações ou produções reconhecidas como relevantes e reconhecer a competência técnica e jurídica das instituições não-governamentais.

O subsídio ao setor cultural pode ser direto ou indireto. O subsídio direto é a verba pública. O indireto é aquele em que a prestação ocorre em espécie, pode ser o uso gratuito do local, de serviços técnicos, de funcionários, ou de transporte. Além disso, pode ser reembolsável e não-reembolsável. Reembolsável é o recurso de empréstimos e créditos. Não-reembolsável, ou a fundo perdido, pode ser em efetivo ou espécie e é justificado quando nos resultados almejados dos projetos ou programas prevalece o bem comum. Embora a forma mais freqüente de apoio estatal ao setor seja o sistema não-reembolsável, o reembolsável tem sido um instrumento importante de canalização de recursos disponíveis, públicos ou privados. (FREY, 2003a, p. 119-120; HARVEY, 2003, p. 490-493, 500, 504).

Os subsídios podem ser direcionados às empresas privadas com fins lucrativos e às instituições, associações e empresas sem fins lucrativos. Normalmente, a relação entre o Estado e os artistas ou as empresas privadas, com ou sem fins lucrativos, formaliza-se mediante contrato, estabelecendo direitos e deveres do órgão público que fornece o subsídio e da entidade ou pessoa beneficiária que o recebe. Assim, é possível controlar os meios e os resultados obtidos.

Para garantir a transparência e o êxito dos programas e projetos, algumas condições são impostas, tais como a inscrição das instituições interessadas, uma espécie de “lista dos clientes”, a verificação do comportamento da pessoa jurídica, dos estatutos e balanços anuais, a exigência de apresentação do projeto detalhado e um cronograma de sua execução. (HARVEY, 2003, 505-507).

O autor considera esse sistema de tratamento dos recursos públicos um avanço em relação ao tradicional, ou seja, ao simples repasse da verba. Evoluiu-se, pois, de um modo de repartição para uma política de fomento de programas e projetos culturais e artísticos. Assim, tais recursos poderiam ter por finalidade apoiar

um programa ou projeto específico ou sustentar o funcionamento de uma associação artística. Cada país estabelece as condições para fornecer os subsídios.

Esse sistema ficou mais evidente com a criação de órgãos públicos para gerir os recursos destinados ao setor cultural, depois da Segunda Guerra Mundial, como o *Arts Council of Great Britain* em 1946, o *Canadá Council* em 1957, do *New York State Council on the Arts* em 1960 e do *New Endowment for the Arts* em 1965. (HARVEY, 2003, p. 495).

Na Europa continental, as instituições culturais cobrem uma parte dos custos com o ganho de suas atividades, a outra parte é subsidiada do governo. Alguns dos objetivos são aumento do número de apresentações, redução de preços e melhoria da qualidade da obra. Como museus, teatros e outras instituições culturais públicas estão sujeitas a princípios orçamentários, os ganhos excedentes devem ser “devolvidos”. Os subsídios não são simplesmente repassados, trata-se de um “*déficit projetado*” e são resultado de um processo de negociação entre os profissionais das instituições e dos burocratas públicos da cultura. (FREY, 2003a, p. 121; SANCHO; GRACIA; PRIETO, 2005, p. 351).

Uma crítica ao subsídio público é a possibilidade de favorecer uma má transferência de recursos, em que se favoreça uma parcela da sociedade já consumidora da atividade cultural. É o resultado do trabalho de Towse sobre a concessão de subsídios ao setor cultural, baseado nas pesquisas de Frey, Pommerehne, Hansmann e outros (SANCHO; GRACIA; PRIETO, 2005, p. 350). Ele mostra que os efeitos desses subsídios foram perniciosos em quase todos os países analisados. A meta de corrigir falhas de mercado, principalmente elevando a produção sem aumentar os custos, não tem sido alcançada. Um exemplo é que os custos dos teatros ingleses, ao contrário do esperado, aumentaram. Até aquele momento, a maior parte da verba havia sido destinada às atividades culturais clássicas, principalmente em Londres.

Outra crítica trata da inovação do setor artístico. Com a certeza do recebimento do financiamento, as instituições culturais podem tanto arriscar-se para ofertar atividades inéditas como podem perder o estímulo de atrair o público. (REIS, 2003, p. 153).

Os Estados Unidos (EUA) são o país com a menor tendência de intervenção pública direta às atividades artísticas. Segundo Augustin Girard (citado em BENHAMOU, 2007, p. 156), com base nos estudos de Schuster, tal ajuda está

estimada em três dólares *per capita* nos EUA, sendo US\$ 32 na França e US\$ 9,6 na Grã-Bretanha. (BENHAMOU, 2007, p. 158).

Sancho, Gracia e Prieto (2005, p. 351-352) resumem a visão dos economistas quanto à questão dos subsídios: se esta justifica a concessão, é melhor dá-los aos consumidores que aos produtores. Para receber os recursos, as empresas podem disputá-los em concurso público. Os consumidores podem se beneficiar mediante redução impositiva ou *voucher*, cupons ou vales que dão desconto na compra do bem ou serviço cultural, para usá-lo da maneira que desejar.

Os funcionários públicos do setor cultural preferem subsidiar os produtores. Isso se justifica pelo fato de ser mais fácil administrar, considerando o menor número de produtores em relação aos consumidores. Também pelo fato de negociar com empresas, principalmente as de boa reputação, ser menos arriscado. (SANCHO; GRACIA; PRIETO, 2005, p. 351).

1.3.1.2 Financiamento público indireto

A prática do uso de incentivos fiscais é muito comum. Trata-se de benefício fiscal, seja redução de alíquota, ou isenção, ou compensação, concedido pelo governo, com o objetivo de incentivar determinado setor ou atividade econômica. O mecenato é uma das formas possíveis de incentivo. Ocorre numa situação em que a verba pública, cuja fonte são os recursos orçamentários ou impostos, não é suficiente para produzir e difundir as atividades artísticas. É uma fonte alternativa em que o Estado permite a atuação de empresas privadas no financiamento de atividades culturais. Além disso, é possível observar que alguns países podem desonerar ou eximir de tributos a criação, a produção, a comercialização e o consumo de bens e serviços culturais. (BENHAMOU, 2007, p. 165; HARVEY, 2003, p. 543; REIS, 2007, p. 175; SANCHO; GRACIA; PRIETO, 2005, p. 351; SILVA, 2007, p. 205).

O sistema de mecenato pode funcionar com base num acordo entre sociedade, Estado e empreendedor; a sociedade autoriza a utilização dos recursos, o Estado regula e intermedeia o processo e o empreendedor fornece o produto. É possível notar uma evolução ao longo dos séculos do mecenato relacionado à realeza para o republicano, até chegar ao reconhecimento dos direitos culturais pelas Constituições. O mecenato moderno adquiriu várias modalidades, cada país

apresenta uma estrutura, com diferentes mecanismos fiscais. O incentivo público para o mecenato tem por objetivo complementar o esforço financeiro do Estado, não substituí-lo. O objetivo seria de a empresa incentivadora colocar seus próprios recursos. (BENHAMOU, 2007, p. 165-167; FARCHY; SAGOT-DUVAROUX, 1994, p. 52-55; HARVEY, 2003, p. 331-332; REIS, 2003, p. 150; SILVA, 2007b, p. 175; VALIATI; FLORISSI, 2007, p. 95).

O uso das palavras patrono e mecenas pode gerar confusão. Muitas vezes, patrono sugere o dono de um estabelecimento, um perfil distante do mercado cultural, e mecenas, aquele envolvido com o mundo artístico. Por isso, é importante diferenciar patrocínio e mecenato, a fim de melhor entender as políticas públicas de financiamento do setor cultural. Embora cada país defina os conceitos dessas palavras, Silva (2007b, p. 202), em linhas gerais, descreve patrocínio como “uma relação contratual na qual o nome do patrocinador deve ser difundido pelo patrocinado em formas acordadas”, e mecenato como:

um apoio econômico, por parte de pessoas ou instituições, particulares ou públicas, ao produtor cultural, ou à produção de obra ou atividade cultural. Pode ser total ou parcial, pode custear as necessidades vitais do artista ou produtor, mas pode ter como objeto a produção de obra, sistema de obras ou eventos.

A diferença, então, de acordo com Silva, entre mecenato e patrocínio é que o mecenas não requer contrapartida direta do beneficiário, como a doação ou compra de seu produto. Apesar de existir possibilidade de ganho, seja simbólico ou financeiro, sua motivação é social. O patrocínio está relacionado às necessidades publicitárias do patrono ou empresa, ocorre quando há interesse comercial, como melhoria de sua imagem e da venda de seus produtos. Normalmente, o patrocínio orienta-se pelo mercado, por projetos que expressam idéias já reconhecidas, enquanto o mecenato possui maior autonomia quanto a isso. (SILVA, 2007b, p. 203).

Valiati e Florissi (2007, p. 90, 91) esclarecem ser importante entender a distinção entre as modalidades de inversão cultural existentes no modelo francês. Quando há simples transferência de recursos, sem contrapartida, é doação. Se existe a contrapartida, qualquer retorno, seja publicitária, deixa de ser doação, passa

a ser financiamento. No caso de participação em eventuais lucros ou prejuízos, identifica-se uma terceira categoria: o investimento.

No modelo norte-americano de financiamento do setor cultural, a prática dá-se pelo mecenato e pela filantropia. O destaque vai para as grandes famílias de mecenas, Rockefeller, Ford, Carnegie e outras. As instituições sem fins lucrativos, agências públicas federais, estaduais e municipais, artistas de talento excepcional e apresentações americanas no exterior são os que se beneficiam dos programas de financiamento existentes. Os americanos priorizam o repasse de recursos a órgãos independentes, que ficam responsáveis pela distribuição aos solicitantes. O *National Endowment for the Arts* (NEA) lista as entidades suscetíveis de recebimento de seus recursos. Elas devem procurar o colaborador privado, que dará a quantia no mínimo igual à prometida pelo governo, do contrário não haverá concessão. (BENHAMOU, 2007, p. 158; VALIATI; FLORISSI, 2007, p. 108).

São quatro as modalidades de incentivo estabelecidas pelos americanos. São elas: *individual grants*, são fundos repassados a artistas individuais, geralmente de baixo valor e suficiente para cobrir todo o projeto; *matching grants*, as contribuições diretas do governo devem ser complementadas com recursos privados; *reserve matching*, são contribuições do governo que complementam os investimentos privados e *challenging grants*, o governo financia 25% dos projetos desde que o beneficiário tenha conseguido 75% do financiamento privado. Com exceção do *individual grants*, a entidade pública não arca com 100% do custo e deve controlar o repasse dos fundos e as contas. Essas modalidades representam uma maneira de a entidade pública que subvenciona e a instituição privada compartilharem o risco do projeto. Além disso, é possível ainda reivindicar outras fontes de financiamento para cada projeto sustentado com dinheiro público, por exemplo, cada um dólar público deve ser acompanhado por três dólares não-públicos⁷. (BENHAMOU, 2007, p. 155; HARVEY, 2003, p. 501-503; VALIATI; FLORISSI, 2007, p. 108-109).

Benhamou (2007, p. 167-168) cita algumas das críticas ao mecenato. Paul DiMaggio explica que geralmente as empresas, por justificarem os gastos com mecenato, preferem agir quando a visibilidade de sua ação será grande e em projetos de pouca inovação. Isso também pode enaltecer a ajuda financeira em detrimento do trabalho artístico. Acrescenta, ainda, a dificuldade de controle da

⁷ Empresas com fins lucrativos não podem ser beneficiadas com recursos públicos, pois a verba destinada é considerada investimento comercial e não incentivo à cultura.

aplicação e de previsão do montante do mecenato. Sobre o destino dos recursos, Robert Abirached relata ser uma concentração de recursos nas regiões mais badaladas, para os que estão mais expostos à mídia, aos mais ricos e famosos.

As instituições sem fins lucrativos são as principais beneficiárias das deduções fiscais. Cada país define quais são seus incentivos. Quanto a exonerar ou eximir impostos, nos EUA, continua a economista, as instituições sem fins lucrativos são isentas dos tributos sobre imóveis. Assim, a crítica reside na falta de justificativa sobre a eficácia ou equidade gerada com esse mecanismo e no excesso de investimento imobiliário desencadeado.

1.3.2 As instituições do financiamento do setor cultural

As instituições constituídas para servir como órgão especializado de financiamento são: os fundos nacionais, fundações públicas, fundações privadas, o mecenato resultante do incentivo fiscal, os bancos centrais, organizações e bancos internacionais.

Os fundos nacionais são alimentados com recursos públicos fiscais, extra-fiscais, privados ou mistos. São dois os modelos: os fundos específicos para o financiamento de determinada atividade cultural e os fundos de financiamento global ou que abrange grande parte das atividades artísticas de um país, são os vinculados à constituição de grandes órgãos nacionais de financiamento da cultura. (HARVEY, 2003, p. 159).

As fundações são órgãos destinados a contribuir com recursos a fim de que se forneçam as condições necessárias para que a cultura se expanda e se difunda na comunidade. São administradas por seus fundadores de acordo com a legislação do país. Isso significa que o tratamento fiscal varia de país para país. As políticas públicas culturais modernas têm atribuído às fundações a função de servir como empresas de financiamento numa economia de mercado. (HARVEY, 2003, p. 298).

Existem ainda instituições intermediárias. Essas são os órgãos que com seus próprios recursos têm como função a redistribuição financeira dos fluxos de dinheiro a outras instituições sem fins lucrativos, que com a ajuda financiam seus próprios programas. Os modelos são o conselho das artes. O processo funciona da seguinte forma: os conselhos governamentais, de acordo com as leis do país, recebem e administram os recursos públicos, redistribuindo entre instituições sem fins lucrativos

ou artistas e produtores. O primeiro país a adotar esse mecanismo de financiamento do setor cultural foi a Grã-Bretanha em 1946, com a criação do *Arts Council*. (HARVEY, 2003, p. 495-496).

2 O FINANCIAMENTO DE POLÍTICAS CULTURAIS NA FRANÇA

2.1 Modelo francês de política cultural

Por tradição, o poder público francês atua no setor cultural. Desde o fim do século XIII, o governo é responsável pela criação e distribuição de cultura. De François I (1515-1547) à Revolução Francesa (1789), o rei busca obter glória, organizar e integrar a nação por meio das atividades artísticas. Estas, assim como a política e a economia, organizam-se ao redor do rei tanto para seu entretenimento, visto pelas coleções particulares, quanto para controle social. (FARCHY; SAGOT-DUVAUROUX, 1994, p. 52-53).

Com a Revolução Francesa, torna-se favorável e possível a descentralização. Promove-se a nacionalização e a promoção cultural simultaneamente, elementos significantes para se compreender as políticas modernas. Um exemplo da mudança da política cultural pode ser vista na criação do Museu do Louvre em 1793, disponibilizando o acesso às obras a todos, o que antes era reservado somente à nobreza.

No período da Terceira República (1870-1940), a escola, laica e obrigatória, exerce papel significativo na proliferação da cultura, levando o povo a ter contato com as atividades artísticas. Leis para proteção do patrimônio são aprovadas em 1887, 1907 e 1913; a Constituição de 1946, e preservado na de 1958, estabelece que haja acesso à instrução, à formação profissional e à cultura. A ação do Estado, porém, fica restrita a administrar as belas-artes pela educação artística e conservação do patrimônio, cabendo à iniciativa privada a produção artística. (BENHAMOU, 2007, p. 159; FARCHY; SAGOT-DUVAUROUX, 1994, p. 56-57; VALIATI; FLORISSI, 2007, p. 105).

A partir do pós Segunda Guerra Mundial, juntamente com a ação social e intervenção econômica, a cultura desenvolve-se de maneira expressiva, marcada pela promoção de idéias de democratização e descentralização cultural. As instituições culturais e profissionalização dos agentes culturais estimulam a produção de atividades artísticas.

O Ministério da Cultura é estabelecido em 1959 com a missão de tornar acessíveis, ao maior número possível de franceses, as obras capitais da humanidade e da França, garantindo audiência ao patrimônio cultural e favorecendo a criação artística e intelectual. Entre 1959 e 1969, André Malraux é o ministro

responsável pelos Negócios Culturais. A política desse período caracteriza-se pelo apoio às belas-artes e sua difusão ao maior número de pessoas. Manteve-se expansiva a produção cultural para regiões afastadas dos grandes centros e interior do país por meio da criação de casas de cultura. Para o processo de descentralização, foram criadas as *Directions Régionales des Affaires Culturelles* (DRAC) com recursos recebidos do Ministério da Cultura. O aspecto comercial não foi foco desse ministério, dessa forma, com exceção do cinema, as indústrias culturais não participaram dessa política. (BENHAMOU, 2007, p. 158-160; FARCHY; SAGOT-DUVAUROUX, 1994, p. 59-61; VALIATI; FLORISSI, 2007, p. 96, 105).

Foi com Malraux que a política de incentivos fiscais passou a ser discutida. A França estava atrasada em relação aos projetos filantrópicos, principalmente se comparada aos Estados Unidos. Timidamente em 1969, inspirada nos padrões americanos, foi criada a *Fondation de France*, uma instituição privada que cuidaria da arrecadação de doações, da gestão e redistribuição desses recursos. (BARRE, 2008, p. 16; REIS, 2003, p. 269, 270).

Na década de 1970, o processo de democratização da cultura da política de Malraux passa a ser contestado em razão do tratamento dado às indústrias culturais. O ministro da cultura, J. P. Lecat (1979), declara “ser um absurdo, num regime capitalista, a cultura não ser difundida com os mecanismos capitalistas”. Com o objetivo de promover a parceria da iniciativa privada com o setor cultural foi criada a *Association pour le Développement du Mécénat Industriel et Commercial* (ADMICAL) em 1979. Há um esforço público em conciliar o aspecto educativo da cultura com o econômico. O ministro Jack Lang, na década de 1980, considera as críticas e modifica a política cultural francesa. O termo cultura passa a ser não só as belas-artes, mas também as indústrias culturais. (FARCHY; SAGOT-DUVAUROUX, 1994, p. 63).

A cultura passa a ser vista como um meio para multiplicar o emprego, a renda e o desenvolvimento, isso justificaria o uso de parte do orçamento público para o setor. Há uma transformação da cultura, mesclam-se os aspectos estético e lúdico ao aspecto econômico. Os ministérios da Cultura e da Educação trabalham de forma complementar. As leis existentes são aplicadas, fortalecendo o uso de recursos privados por meio dos incentivos fiscais e regulamentando o mercado. (REIS, 2003, p. 259; VALIATI; FLORISSI, 2007, p. 96, 105).

O período de Lang também caracteriza-se pelas grandes obras, como a renovação do museu do Louvre e a inauguração do museu d'Orsay. Os projetos procuravam abranger todos os setores culturais, a fim de prover o país de instituições culturais ainda não existentes. O resultado dessa política beneficiou os franceses e os turistas estrangeiros. O financiamento deu-se com uma parceria de recursos públicos e privados. Um avanço em relação a essa parceria foi o fato de a lei de 23 de julho de 1987 ter dado caráter jurídico à prática do mecenato. (BARRE, 2008, p. 17; REIS, 2003, p. 260-261).

A lei de 4 de julho de 1990 autorizou a criação de fundações de empresas pelas sociedades civis ou comerciais, pelos estabelecimentos públicos de caráter industrial ou comercial e pelas cooperativas. A fundação é uma estrutura jurídica que permite a arrecadação de doações para realizar o mecenato. Deve ser dirigida por um conselho administrativo ou um conselho de vigilância. No momento da criação, os fundadores devem garantir seu funcionamento financeiro por pelo menos cinco anos. Essas fundações devem ser sem fins lucrativos. Os recursos destinados a elas são dedutíveis do faturamento da empresa. (BARRE, 2008, p. 25, 26; REIS, 2003, p. 269).

Couchoux (2007, p. 128) explica que apesar da existência dessas leis, o regime francês de mecenato se mostrou pouco vantajoso. Era complicado e não tinha atrativos se comparado a outros países europeus. As reduções tributárias eram menos favoráveis e as leis sobre as fundações eram complexas.

As políticas que se seguem a partir do ano 2000 preservam os objetivos de descentralização e democratização com base na definição ampla do termo cultura. No campo dos incentivos fiscais, em 2002, foi sancionada a lei que simplificou o direito das fundações. No ano seguinte, a lei de 1º de agosto de 2003, Lei Aillagon, afetou o mecenato, as associações e as fundações com o objetivo de recuperar o atraso francês e legitimar a iniciativa privada. É esta a lei que atualmente fundamenta o mecenato na França.

A lei do mecenato abrange outros setores além do cultural. A visão é atingir as áreas que envolvem a vida social e todas possuem os mesmos incentivos fiscais. Além disso, diferentes segmentos culturais são citados pela lei, sem haver precisão. As organizações devem revelar um caráter cultural, ou seja, suas atividades devem estar relacionadas à criação, difusão ou preservação dos bens culturais. (COUCHOUX, 2007, p.130).

Farchy e Sagot-Duvaurox (1994, p. 68-72), com base nos discursos dos ministros da cultura, resumem os objetivos das políticas modernas. São eles: garantir a identidade nacional em relação ao estrangeiro, favorecer a diversidade no interior do país e ampliar o acesso e diminuir as desigualdades mediante uma política de democratização e descentralização.

O papel do Estado, de acordo com Mollard (2009, p. 37), além de intervir financeiramente, seria o de mediar e equilibrar as relações entre os agentes do setor cultural. Assim, o Ministério da Cultura, por exemplo, deveria garantir os direitos dos profissionais do setor, ou seja, buscar o bom relacionamento entre os profissionais públicos e privados, entre os profissionais de conservação e criação.

A prioridade do Ministério é a preservação do patrimônio, por isso há uma estrutura legal sólida para garantir a proteção dos monumentos e permitir a permanência na França das obras de arte consideradas parte do patrimônio nacional. Apesar de o Estado evitar dirigir a criação cultural, existem diversos recursos de estímulo a esse campo: concessão de empréstimos do *Centre national du cinéma et de l'image animée* (CNC) aos produtores de filme, ajuda para a primeira exposição em galeria de arte, bolsas para os artistas, compras e encomendas de escritores ou compositores. Quanto à formação, há um grande número de estabelecimentos públicos de ensino, principalmente nos segmentos de música, artes plásticas e audiovisual. (MOLLARD, 2009, p. 38,39).

Atualmente, permanece a idéia de que o Estado é responsável pelo gasto cultural. Este acrescido dos recursos privados. Além do setor público, os recursos provêm do consumo das famílias, da publicidade de organizações culturais e do mecenato. O volume dos gastos públicos do Ministério da Cultura e da Comunicação (MCC) foi 2,8 bilhões de euros em 2007 e dos entes administrativos locais atingiu aproximadamente 7 bilhões de euros em 2006. Os gastos das famílias com bens e serviços culturais, em 2007, foram de 25,9 bilhões de euros, ou seja, 2,5% do total do consumo das famílias. O mecenato cultural conta com cerca de 1 bilhão de euros, valor baixo se comparado aos 13,7 bilhões de euros dos EUA em 2007. (ADMICAL; DELVAINQUIERE; DIETSCH, 2009, p. 1-2; DOUAT; PELLAS, 2007, p. 87; LACROIX, 2009, p.1; MCC).

2.2 O financiamento público de políticas culturais na França

2.2.1 Evolução recente dos recursos financeiros alocados

As principais divisões administrativas da França, também chamadas de coletividades locais ou territoriais, são as regiões, os departamentos e os distritos (*arrondissements*). São 22 regiões metropolitanas e quatro além-mar, no total 26; 96 departamentos metropolitanos e quatro além-mar; 36.778 *communes*. De maneira geral, cada região é dividida em departamentos, que são divididos em distritos. Os distritos podem ser divididos em *communes*. Diferentemente das regiões, dos departamentos e das *communes*, pela lei, os distritos não são governados por pessoas eleitas pelo povo, mas por pessoas indicadas pelo presidente da República.

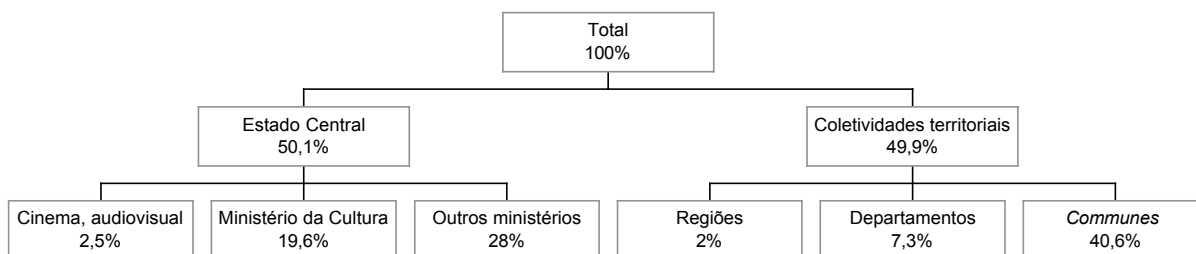
Os gastos públicos com as atividades culturais concentram-se nas *communes*, isso é um reflexo da política de descentralização. Com a lei de 13 de agosto de 2004, foram definidos os papéis dos níveis de governo. As regiões são responsáveis pelas operações de inventário dos monumentos e riquezas artísticas, podendo transferir a função aos departamentos ou às *communes*. Os departamentos administram créditos voltados para a preservação do patrimônio rural e créditos para o entretenimento e a conservação dos monumentos históricos. Em 2006, as regiões destinaram 556 milhões de euros para as atividades culturais; os departamentos, 1,3 bilhões de euros; as *communes* com mais de 10 mil habitantes, 4,4 bilhões de euros. (DELVAINQUIERE; DIETSCH, 2009, p. 1-2).

Cada vez mais a política de subsídios direcionadas às coletividades locais se integram aos projetos do MCC. É uma forma de limitar os desvios dos recursos da direção planejada. Mallord (2009, p. 41) argumenta que com um subsídio de 20 ou 30%, o governo central chega a mobilizar para um mesmo projeto 80 ou 70% de financiamento das regiões, dos departamentos e das *communes*. Seria o efeito multiplicador do dinheiro público. Apesar da complexidade burocrática desse mecanismo, Mallord afirma ser vantajoso, pois protege os créditos voltados ao setor cultural que não são sempre considerados como prioridade pela população local.

Com base nos dados de 1990, o ministério da Cultura representa 21,9% do total dos gastos públicos com atividades artísticas; outros ministérios, 16,3%; as *communes*, 50,8%; os departamentos, 8,5%; as regiões, 2,5%. (FARCHY; SAGOT-

DUVAUROUX, 1994, p. 67). Os dados de 1993 (MCC, 1999) apresentam as seguintes informações:

Quadro 2.1 – Financiamento público da cultura na França – 1993



Fonte: MCC (1999)

Em relação ao orçamento do Estado, a participação do Ministério da Cultura foi crescente. Em 1950, 0,17% do orçamento total do Estado é repassado para as belas-artes. De 1959 a 1973, a parcela do ministério corresponde a 0,40%. Entre 1973 e 1978, permanece por volta de 0,55%. Todavia, há considerável variação de 0,47% em 1981 para 0,76% em 1982 e daí em diante segue aumentando, em 1991, 0,94%, e em 2001, 0,98%. Em 2006, atingiu 1,1%, mas a partir de 2007 se mantém em 1%. (FARCHY; SAGOT-DUVAUROUX, 1994, p. 63; REIS, 2003, p. 255; DOUAT; PELLAS, 2007, p. 86).

Além do ministério da Cultura e da Comunicação (MCC), outros ministérios, como o da Educação e o das Relações Exteriores, entram com recursos. O orçamento de 2009 disponibilizou para o ministério da Cultura 2,9 bilhões de euros, e para os outros ministérios disponibilizou 4,8 bilhões de euros⁸, contra 2,5 bilhões em 2006. (FARCHY; SAGOT-DUVAUROUX, 1994, p. 66-68; MBCPFP, 2005, p. 3; MBCPFP, 2008a, p. 2).

Além dos recursos orçamentários para as atividades culturais, que representam por volta de 60% do total dos gastos com cultura, existem os recursos de contas especiais do Tesouro Nacional, 30%, e taxas parafiscais (*taxes fiscales affectées*), 2%.

⁸ Há uma forte parceria com os outros ministérios para a implementação da política cultural, por exemplo, as atividades de divulgação da cultura francesa no exterior são responsabilidade do Ministério das Relações Exteriores e não do Ministério da Cultura e da Comunicação. (REIS, 2003, p. 255, 263).

As contas do Tesouro são chamadas de Avanços ao Audiovisual Público e, em 2009, contaram com 3,4 bilhões de euros. As taxas parafiscais são direcionadas ao Centro de Monumentos Nacionais, ao Centro Nacional do Livro (CNL), ao Centro Nacional Cinematográfico, ao Instituto Nacional de Pesquisas Arqueológicas Preventivas, à Associação de Apoio ao Teatro Privado e ao Centro Nacional da Música, das Variedades e do Jazz. (MBCFPF, 2008, p. 2).

Benhamou (2007, p. 160) explica que essa pluralidade de fontes de recursos financeiros é uma maneira de reduzir o risco de cortes de orçamento por decisões políticas.

Os campos de atuação do governo central são criação, conservação, transmissão e formação. O ministério da Cultura e da Comunicação concentra esses campos em dois conjuntos de programas. O primeiro é exclusivo do ministério e abrange os programas Patrimônio, Criação e Transmissão de Conhecimento e Democratização da Cultura; o segundo, interministerial, é o programa de Pesquisa e Ensino Superior e a Pesquisa Cultural e a Cultura Científica.

Com base na tabela a seguir, é possível perceber que a política cultural concentra-se na conservação do patrimônio e na difusão. Nos segmentos que funcionam de maneira eficiente com a iniciativa privada, tais como música e artes plásticas, a ajuda à criação é mais fraca. (MOLLARD, 2009, p.36).

Tabela 2.1 – Divisão do orçamento por tipo de programa⁹

	2006	2008
Pesquisa cultural, científica e técnica	5%	5%
Transmissão de conhecimento e democratização da cultura	30%	29%
Criação	32%	27%
Patrimônios	33%	39%

Fonte: LACROIX (2008, p. 201).

⁹ O programa de Pesquisa cultural, científica e técnica relaciona-se à pesquisa voltada aos patrimônios e à criação, aos operadores da cultura científica e técnica. O Programa de Transmissão de conhecimento e democratização da cultura abrange o apoio aos estabelecimentos de ensino superior e especializado e de inserção profissional, à educação artística e cultural, às ações em favor do acesso à cultura, à cultura internacional, às políticas territoriais e às *communes*. O Programa Criação apóia a criação, produção e difusão do espetáculo ao vivo, das artes plásticas, do livro e da leitura e as indústrias culturais. Finalmente, o Programa Patrimônio compreende os patrimônios monumentais e arqueológicos, arquitetura, museus da França, arquivos, comemorações nacionais, documentos, filmes, coleções públicas.

Cada segmento cultural apresenta suas características de recebimento de ajuda pública. O patrimônio recebe recursos do MCC, das coletividades locais e dos proprietários privados. Não existe uma definição exata de patrimônio, dificultando a tentativa de sistematização dos instrumentos orçamentários. Entre 2000 e 2006, houve uma redução dos recursos direcionados em razão do regulamento orçamentário. Em 2007, no entanto, com as mudanças causadas pela nova lei financeira, o volume de recursos aumentou. (DUSSART, 2007, p. 197).

O setor de espetáculos ao vivo depende principalmente dos subsídios do governo. O Estado, governo central, representa um terço dos recursos, os outros dois terços provêm das comunidades locais. O ministério da Cultura e da Comunicação pode fornecer uma ajuda para encorajamento na produção de roteiros teatrais sob a forma de “pedido aos atores”; a proposta do pedido deve originar-se de uma estrutura subsidiada pelo Ministério. As outras ajudas à criação de obras dramáticas podem ocorrer de acordo com a permissão da Comissão Nacional Consultiva de Ajuda à Criação de Obras Dramáticas. O Centro Nacional do Livro e a Fundação Beaumarchais podem igualmente contribuir com a criação teatral. (BENHAMOU, 2007, p. 62; LACROIX, 2008, p.132).

O apoio financeiro à indústria cinematográfica foi instituído em 1948 e é o principal mecanismo da política de ajuda do Estado. O cinema recebe recursos públicos diretos, embora seu segmento comercial e privado tenha condições autônomas. O *Centre National de la Cinématographie* (CNC) administra as receitas da conta de apoio à indústria cinematográfica, com origem de uma taxa sobre o faturamento dos canais de televisão, de uma taxa sobre o preço do ingresso do cinema e outra sobre videogramas. (BENHAMOU, 2007, p. 164).

A produção de filme incide sobre aqueles que obtiveram durante o ano uma autorização de investimento e, desde 1999, uma autorização de produção. Essa autorização dá ao produtor acesso ao apoio financeiro do Estado, que é pedido antes do início das tomadas. A autorização de produção é acordada, após obter um visto de exploração¹⁰ (*visa d'exploitation*), não apelando aos financiamentos previstos. (LACROIX, 2008, p. 144).

¹⁰ Um visto de exploração é uma autorização administrativa necessária a todos os filmes que sairão nas salas de cinema de um país, seja nacional ou estrangeiro. Na França é o ministério da Cultura e da Comunicação que o fornece de acordo com a comissão de classificação das obras cinematográficas do CNC. A cada filme é atribuído um número que deverá aparecer em cada cópia.

O modelo francês também conta com fundos para o financiamento das artes plásticas. O *Fonds national d'art contemporain* (Fnac) depende do MCC e é responsável por compras e encomendas aos artistas por conta do Estado. A coleção atual conta com aproximadamente 80 mil obras, dentre elas artes plásticas, fotografia, arte decorativa, design. As aquisições são expostas para o público nos museus de belas-artes e arte contemporânea, nas instituições culturais e nos estabelecimentos públicos administrativos e podem ser emprestadas na França ou para o exterior. (LACROIX, 2008, p. 48, 53).

Os *Fonds régionaux d'art contemporain* (Frac) contam com orçamento do governo central e das regiões, para promover as artes plásticas e a descentralização artística.

O setor livreiro também recebe subsídios do governo. O *Centre National des Lettres* (CNL), que é um estabelecimento público sob a tutela do ministério da Cultura e da Comunicação, encarregado de ajudar atores, editores, bibliotecas e associações de promoção da vida literária, recebe uma taxa de 0,2% sobre todos os exemplares vendidos em livraria e 3% sobre a venda de qualquer material fotocopiado. Tais fundos são distribuídos sob a forma de bolsas, empréstimos ou ajuda para a edição de livros raros. (BENHAMOU, 2007, p. 165).

Assim, o financiamento do setor cultural na França conta com recursos vindos do orçamento, das taxas parafiscais, das contas especiais, dos patrocinadores e dos mecenas. O financiamento público predomina em relação à iniciativa privada por razões históricas.

A falta de clareza das políticas de financiamento pode ser vista pelo orçamento. Apesar da mudança da lei financeira em 2001, não foi criada uma unidade de despesa voltada à cultura, mas sim um relatório anexo ao orçamento intitulado “esforço financeiro do Estado no campo cultural”¹¹. Por esse sistema, os recursos orçamentários diluem-se entre os ministérios, entre inúmeras instituições. Isso torna difícil a compreensão do uso dos recursos públicos e compromete a transparência. (OLIVA, ORSONI, 2007, p. 275).

Outro problema do financiamento cultural está relacionado à quantidade de agentes envolvidos. Além da diversidade de atividades culturais, há um grande número de financiadores. Não é clara a competência de cada um; se ela existe em

¹¹ Esse relatório anexo é parte do documento *jaune budgétaire*, que apresenta o financiamento público de missões e programas pelo Estado francês.

determinada situação, não é seguida corretamente. Os relatórios públicos mostram a complexidade do sistema, que envolvem o Estado Central e as coletividades locais. Aparecem os financiamentos cruzados (*financements croisés*), ou recursos não utilizados, muitas vezes recursos desperdiçados ou que não correspondem à demanda do cidadão. (OLIVA, ORSONI, 2007, p. 283).

Apesar dos problemas do uso do recurso público, Orsoni e Oliva (2007, p. 284-286) explicam que no segmento monumentos históricos a intervenção pública é aceita sem muitas críticas. Essa legitimidade justifica-se pelo vínculo da população ao patrimônio arquitetônico e principalmente pelo alto custo que ele representa, sendo um segmento pouco comercial. Além disso, as atividades desse segmento muitas vezes preservaram algumas profissões especializadas, voltadas somente para tais atividades. A aceitação do financiamento público também existe para a arqueologia, os museus e as bibliotecas.

No caso do cinema, a justificativa é diferente. Trata-se de preservar a identidade nacional num período de expansão da indústria cinematográfica estrangeira e de proteger os empregos do segmento.

2.2.2 Incentivos fiscais

Os incentivos fiscais relacionados ao setor cultural na França podem ser estudados por duas categorias: mecenato (*mécénat*) e patrocínio (*parrainage*). A lei do patrocínio francesa existe desde 1985 e a formalização jurídica do mecenato ocorreu em 1987 com a lei de 23 de julho. A lei de 1º de agosto de 2003, lei Aillagon, estabeleceu as bases para favorecer o mecenato com o benefício dos incentivos fiscais.

Não há uma definição legal de mecenato e patrocínio na França nem na lei de 1987, nem na de 2003. É empregada a terminologia econômica e financeira do decreto de 6 de janeiro de 1989, que descreve o mecenato como “o apoio material sem contrapartida direta da parte do beneficiário, a uma obra ou pessoa, pelo exercício das atividades de interesse geral”; patrocínio como “o apoio material a uma manifestação, a uma pessoa, a um produto ou a uma organização que visa a um benefício direto”. (BARRE, 2008, p. 18; COUCHOUX, 2007, p. 129).

Mecenato, assim, é um ato filantrópico sem contrapartida comercial. Pode ser voltado para a cultura, a solidariedade, o meio ambiente, a pesquisa e o esporte. O

mecenato é visto como uma estratégia para a empresa privada. É uma forma de a empresa mostrar interesse pelo ambiente cultural e social e valorizar sua imagem, associando-a a temas de interesse geral, como cultura, solidariedade e ecologia. Para Barre (2008, p. 11), mecenato é a ação generosa mas também um meio de comunicação eficaz que insere a empresa como autor social.

De acordo com Walliser (2006, p. 15,16), a diferença entre patrocínio e mecenato reside no caráter intencional de exploração da associação entre o beneficiado e o doador. O patrocinador busca seus próprios interesses de comunicação, seja por meio da publicidade ou relações públicas. Do ponto de vista jurídico, a diferença está na contrapartida, ou seja, sendo mecenato, não há contrapartida direta, sendo patrocínio, há contrapartida direta. As despesas de mecenato são deduzidas, dentro do limite, do faturamento da empresa enquanto as despesas de patrocínio são consideradas custos publicitários.

Na França, os recursos do mecenato são direcionados para obras ou organizações de interesse geral¹² de caráter filantrópico, educativo, científico, social, humanitário, esportivo, familiar, cultural ou que contribua com a valorização do patrimônio artístico, com a defesa do meio ambiente ou com a difusão cultural da língua e dos conhecimentos científicos franceses.

O mecenato trata-se de uma doação, em efetivo, espécie, tecnologia ou competência¹³. Segundo as leis tributárias francesas, para pessoa jurídica, a redução do imposto é igual a 60% do montante doado em efetivo, espécie ou competência, no limite de 0,5% do faturamento. Se esse teto for ultrapassado, há possibilidade de passar o excedente aos cinco exercícios seguintes. Para pessoa física, a redução do imposto é de 66% das doações, com limite anual de 20% da renda. Como para as empresas, caso ultrapasse esse teto, há possibilidade de passar o excedente aos cinco anos seguintes. (BARRE, 2008, p. 18; COUCHOUX, 2007, p. 130).

A dedução deve respeitar as seguintes condições: a despesa não pode gerar contrapartida ao doador, o beneficiário deve ser pessoa jurídica e de interesse geral.

¹² Ser uma organização de interesse geral significa não ter fins lucrativos, cujas atividades não privilegiem um círculo restrito de pessoas e que atue na França.

¹³ O incentivo em efetivo consiste na entrega do dinheiro; em espécie, é a disponibilização para o uso dos bens da empresa, tais como materiais, automóveis, mercadorias, local e outros; em tecnologia, a empresa dispõe do seu *know-how* e conhecimento; em competência, os funcionários da empresa colaboram com seu trabalho. (BARRE, 2008, p. 34, 35).

As pessoas físicas, artistas, por exemplo, não podem se beneficiar das doações, sejam de empresas ou particulares. Podem, no entanto, receber subsídios de fundações. Os beneficiários do mecenato, aqueles que podem emitir um recibo de doação, são as fundações, as associações de utilidade pública, instituições de interesse geral, estabelecimentos públicos ou privados de educação artística sem fins lucrativos, estabelecimentos de ensino superior públicos ou privados, museus franceses, associações culturais autorizadas a receber doações, estabelecimentos públicos de cultos de Alsace-Moselle, órgãos públicos ou privados voltados à organização de festivais, musicais, teatros, coreografias, cinemas e circos. (BARRE, 2008, p. 19, 20).

Não existe um modelo de contrato para o mecenato, no entanto, no documento acordado entre o mecenas e o beneficiário, deve existir uma descrição do projeto com datas de execução, das obrigações do mecenas e do beneficiário e das condições de anulação. O doador recebe uma nota fiscal emitida pela instituição favorecida. Em princípio, são os beneficiários que avaliam se estão ou não em condições de beneficiar-se das doações. O sistema é puramente declarativo, não há uma seleção prévia dos projetos culturais elegíveis do mecenato. A entrega dos recibos das doações revelam então sua responsabilidade. De acordo com o controle fiscal será determinado se o recibo foi emitido corretamente. Para que não ocorra dupla isenção, a empresa doadora deve reintegrar o montante doado ao cálculo do resultado fiscal para depois deduzir os recursos do imposto calculado. Além disso, o doador deve acrescentar uma declaração especial do montante doado a sua demonstração de resultado. Se incorreto, será cobrada uma multa de 25% sobre o valor da doação.

Os gastos direcionados ao patrocínio devem estar relacionados às atividades de caráter cultural ou passíveis de contribuir com o valor do patrimônio artístico ou de difundir a cultura, a língua e os conhecimentos científicos franceses. Tais gastos são dedutíveis do lucro tributável da empresa, já que existe o interesse direto de exploração. Quando ocorre patrocínio, os recursos gastos são consideradas despesas publicitárias. Estas devem aparecer no relatório contábil dentro dos padrões franceses juntamente com o faturamento e o incentivo fiscal esperado. Todas as empresas que associarem seu nome à atividade cultural são consideradas patrocinadoras, mesmo que sua intenção não seja publicitária. (COUCHOUX, 2007, p. 129).

A *Association pour le Développement du Mécénat Industriel et Commercial* (ADMICAL) desconsidera o debate semântico de mecenato e patrocínio. O padrão é usar mecenato como termo genérico. Sendo assim, com dados de 2008, a associação divulga que 2,5 bilhões de euros são direcionados para o mecenato, com 36% do total das empresas mecenas atuantes no setor da cultura (é possível colaborar com a solidariedade, o meio ambiente, a pesquisa científica e o esporte) e 54% delas declaram beneficiar-se dos incentivos fiscais.

Apesar do financiamento público direto predominar, o mecenato apresenta condições de crescimento. Em 2005, foram direcionados 1 bilhão de euros para o mecenato, em 2008, como visto anteriormente, o montante alcançou 2,5 bilhões de euros.

De acordo com a ADMICAL, em 1998, 65% das empresas incentivadoras na França eram pequenas e médias (menos de 500 funcionários). Em 2006, as empresas com menos de 200 funcionários representavam 82% e diminuíram para 74% em 2008. Reis (2003, p. 267) explica que na década de 1990, a maior participação dessas empresas se deveu pela regionalização das ações, pois o objetivo era comunicar-se ao público com que se relacionam. A descentralização cultural promovida pelo Estado acabou por também impulsionar a valorização da cultura regional. Atualmente, apesar de as pequenas e médias empresas serem maioria, elas representam um terço dos recursos do mecenato. De 2006 a 2008, o volume de recursos das grandes empresas aumentou 60%.

Algumas considerações podem ser feitas a respeito do mecanismo de incentivo fiscal francês. A Lei Aillagon que trata do mecenato e das vantagens fiscais não se limita ao setor cultural, abrange outros setores sociais e todos recebem o mesmo tratamento fiscal. Os projetos culturais e artistas concorrem com os outros projetos pelos recursos.

Para receber os recursos, o projeto deve apresentar “caráter cultural”, não há, todavia, uma definição precisa do que venha a ser. Para a Administração Fiscal, geralmente está relacionado às ações das empresas a favor da criação, difusão ou proteção das obras de arte ou daqueles que agem em favor do desenvolvimento da vida cultural. O mesmo ocorre com “valorização do patrimônio artístico” e “difusão cultural da cultura e língua francesa”. O primeiro costuma corresponder à conservação e engloba as obras de artes tradicionais e os bens com valor histórico; o segundo, às organizações francesas que atuam no exterior. O problema da

ausência de definições afeta o financiamento, principalmente, pelo envolvimento de diversos agentes. Apesar de ser uma tarefa complexa, o importante é delimitar o objeto cultural. Isso já contribuiria para melhorar a eficiência das políticas culturais e agilizar o financiamento. (COUCHOUX, 2007, p. 131; OLIVA, ORSONI, 2007, p. 277, 295).

A Lei apresenta medidas específicas para incentivar o apoio empresarial aos segmentos menos favorecidos. Uma prevê o mecenato em favor dos órgãos públicos ou privados cuja gestão seja desinteressada e cujas principais atividades sejam obras dramáticas, líricas, musicais, coreografias e circos. Embora esses órgãos não sejam sem fins lucrativos e estejam sujeitos aos impostos, tornam-se elegíveis ao mecenato. O objetivo é colaborar com os segmentos pouco comerciais, que geralmente não têm a visibilidade desejada pelas empresas. Isso permitiu que espetáculos ao vivo, dependentes de apoio financeiro, não fossem excluídos. Há uma medida excepcional, ela refere-se aos tesouros nacionais. Trata-se da isenção fiscal às empresas que colaborarem com o Estado na aquisição de um tesouro nacional e pode chegar a 90% de redução do imposto. Uma medida para estimular a produção cultural contemporânea é incentivar as empresas a comprarem obras originais de artistas vivos ou instrumentos musicais. Assim, é possível deduzir do resultado tributável o valor da aquisição dos bens. (COUCHOUX, 2007, p. 132, 133).

3 FINANCIAMENTO DE POLÍTICAS CULTURAIS NO BRASIL

3.1 Modelo brasileiro de política cultural

De acordo com a Constituição Federal de 1988¹⁴, o Estado deveria garantir o exercício e acesso à cultura. O Ministério da Cultura (MinC) é o instrumento de realização desses direitos, assim, o setor cultural foi reestruturado, adotando programas e mecanismos que promovam atividades para dar apoio ao desenvolvimento e à democratização da cultura. Embora o Ministério da Cultura tenha sido criado em 1985, entre 1990 e 1992, foi uma secretaria vinculada à Presidência da República. Em 2003 e 2004, o Ministério passou por uma reestruturação, com o aumento de cargos, novas instituições, a fim de melhorar a capacidade gerencial e de planejamento para o setor cultural. (SILVA, 2007a, p. 20).

Olhar a cultura com base nos valores democráticos significa considerá-la expressão da cidadania. Assim, a atuação pública tende a buscar ações que afetem todos os grupos sociais, políticas públicas voltadas para a diversidade do povo. A atual ação estatal brasileira caracteriza-se por esse ideal. De acordo com o relatório do MinC (2007, p. 1), entre 2003 e 2006, foram implementadas políticas específicas e de longo prazo para diversas áreas do setor cultural que eram desconsideradas anteriormente pelo Estado. Além das expressões artísticas tradicionais, também são objeto da ação pública os trabalhos sociais desenvolvidos nas periferias e em localidades em situação de vulnerabilidade social, o movimento hip-hop, os jogos eletrônicos, os projetos da juventude rural e das comunidades indígenas, a produção independente e outros segmentos representativos da diversidade brasileira.

As modalidades de ação do Ministério da Cultura no setor são duas, as políticas de evento e as federais. Pode-se resumir a política de eventos em ações fragmentárias, desarticuladas, isoladas e sem continuidade, mas importantes quando não há projetos permanentes, pois seus efeitos multiplicadores podem ser significativos. São os festivais, concursos, prêmios e bolsas. As políticas culturais federais vão além, tendo caráter permanente. Seus objetivos visam à criação de condições que permitam o desenvolvimento das práticas culturais e favoreçam a

¹⁴ CF, Art. 215 - O Estado garantirá a todos o pleno exercício dos direitos culturais e acesso às fontes da cultura nacional, e apoiará e incentivará a valorização e a difusão das manifestações culturais.

melhoria da qualidade de vida e do acesso ao bens e serviços culturais. (SILVA, 2007a, p.19-20).

As políticas federais servem de modelo para as esferas estaduais e municipais. Desde o início de 2005, o Ministério da Cultura vem assinando protocolos de intenções com Estados e Municípios para a implantação do Sistema Nacional de Cultura (SNC). O objetivo é implementar uma política pública de cultura que sirva para articular as esferas de governo e a sociedade civil para desenvolver os direitos culturais e ampliar o acesso às atividades culturais da nação. A proposta do Ministério da Cultura de estabelecer o Sistema Nacional de Cultura revela a preocupação em prover os municípios brasileiros de ferramentas no sentido de melhor compreender o papel da cultura na vida da população. (IBGE, 2007b, p. 24, 42; SILVA, 2007a, p. 168).

Para Calabre (2007, p. 100-101), a avaliação das ações públicas deve ser analisada pelos objetivos e efeitos ocasionados e pela coerência entre eles. É difícil avaliar o resultado dessas ações por não ocorrer uma relação direta de causa e efeito na ação cultural. Normalmente, os resultados demoram a aparecer, pois essa ação interage com costumes e tradições, com a maneira de pensar. Por isso, o desafio é criar projetos que permaneçam com qualquer governo que esteja no poder e dar continuidade aos projetos coerentes já existentes.

As ações federais do setor cultural de destaque remetem-se ao período colonial. Em 1810, foi criada a Real Biblioteca, sendo hoje, a Biblioteca Nacional. Depois disso, no Estado Novo, em 1937, foi criado o Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) com o objetivo de preservar os monumentos históricos. Apesar de os recursos privados voltados para a cultura terem crescido durante as décadas de 1940 e 1950, não foram acompanhados de políticas públicas. O resultado dos investimentos de empresários – Franco Zampari, Francisco Matarazzo Sobrinho, Cicilio Matarazzo, Assis Chateaubriand e outros – foi a criação do Museu de Arte Moderna de São Paulo (MAM), da Fundação Bienal de São Paulo, do Museu de Arte de São Paulo (MASP) e outros. (CESNIK, 2007, p. 2-4).

Até meados dos anos 1970, o Estado nacional centralizou a condução das políticas culturais, com carência de recursos financeiros para atingir as metas. Do final dessa década até 1985, a dificuldade era a integração dos processos de desenvolvimento cultural e econômico, com autonomia nacional e a resistência aos processos de massificação cultural. (SILVA, 2007a, p. 95, 143-144).

A primeira lei de incentivo cultural no Brasil é de 1986, a Lei Sarney. Embora tenha estimulado a discussão sobre o tema, a Lei Sarney foi muito criticada, pois seu mecanismo de funcionamento facilitava a ocorrência de fraudes. Não havia critérios para determinar o caráter cultural das entidades, nem um sistema de aprovação de projetos ou qualquer mecanismo de controle. Elas apenas se cadastravam para receber o apoio e não prestavam conta do uso do recurso. Segundo José Álvaro Moisés, durante a vigência da lei (1986-1990), R\$ 110 milhões foram repassados sem saber exatamente para quem. (CESNIK, 2007, p. 4).

Uma nova lei foi sancionada em 1991, a chamada Lei Rouanet. Enquanto a lei anterior foi criticada pela demasiada flexibilidade, a nova endureceu demais os pré-requisitos de seleção dos projetos, interferindo de maneira negativa no setor, tanto que entre 1992 e 1994, apenas 72 empresas investiram em cultura. Apesar de seus problemas, a lei valorizou a produção e preservação cultural e estabeleceu critérios públicos para o uso dos recursos disponíveis.

Em 1995, a Lei Rouanet sofreu alteração, a fim de facilitar os processos, e está até hoje em vigor. Sua principal contribuição foi criar o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac), a fim de atrair recursos e aplicá-los ao setor cultural. Ele foi o principal meio para consolidar o mecanismo de financiamento. O programa seria implementado por meio do Fundo Nacional da Cultura (FNC), do Fundo de Investimento Cultural e Artístico (Ficart) e do Incentivo a Projetos Culturais. (CESNIK, 2007, p. 5; SILVA, 2007b, p. 170-171).

Os recursos do Fundo Nacional da Cultura (FNC) são destinados à difusão e ao estímulo de todos os segmentos da cultura, estando voltados principalmente aos projetos culturais que não buscam apoio do Incentivo a Projetos Culturais, tema que será analisado mais adiante. O FNC possibilita o financiamento de até 80% dos projetos culturais apresentados por pessoa física ou entidades públicas e privadas sem fim lucrativo de natureza cultural, sendo os 20% restantes contrapartida do proponente, que pode ser numerário ou bens e serviços necessários ao projeto. O montante disponível a ser aplicado varia de acordo com as entradas das fontes.

A base de apoio aos projetos culturais são os empréstimos reembolsáveis¹⁵ e o apoio a fundo perdido. Os recursos do FNC poderão ser utilizados da seguinte

¹⁵ Pelo financiamento reembolsável, é possível que um agente financeiro credenciado pelo Ministério conceda um empréstimo de recursos do FNC, para pessoas físicas ou jurídicas

maneira: os recursos não-reembolsáveis para utilização em programas, projetos e ações culturais de pessoas jurídicas públicas ou privadas sem fins lucrativos; financiamentos reembolsáveis para programas, projetos e ações culturais de pessoas físicas ou de pessoas jurídicas privadas, com fins lucrativos, por meio de agentes financeiros credenciados pelo MinC; concessão de bolsas de estudo, de pesquisa e de trabalho no Brasil ou no exterior; concessão de prêmios; custeio de passagens e ajuda de custos para intercâmbio cultural, no Brasil ou no exterior; transferência a Estados, Municípios e Distrito Federal e em outras situações definidas pelo Ministério da Cultura.

Já o Fundo de Investimento Cultural e Artístico (Ficart), um fundo de capitalização, regulado pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM), ainda não foi implementado. O objetivo de ter os dois mecanismos na Lei Rouanet era ter um mecanismo de Estado e outro de mercado, além da renúncia fiscal, que seria uma parceria público privada. No entanto, nos 18 anos de existência da lei, o incentivo fiscal acabou tendo um peso maior (80% do fomento federal à cultura). Com garantia de 100% de renúncia em apoio a alguns projetos, as empresas não tiveram interesse em aplicar no Ficart.

O terceiro mecanismo de financiamento e o mais demandado é o Incentivo a Projetos Culturais, chamado muitas vezes de Mecenato. Dessa forma, pela renúncia fiscal, pessoas físicas e jurídicas podem aplicar parcelas de impostos devidos para doação e/ou patrocínio a atividades culturais. Uma parte é recurso fiscal que o Estado deixa de arrecadar, a outra é um montante de recursos adicionais próprios das empresas.

Outra lei relevante para o setor cultural, é a Lei do Audiovisual, de 1993. Por ela, pessoas físicas ou jurídicas podem investir no cinema nacional em troca de benefícios fiscais. A Lei do Audiovisual captou R\$ 74 milhões em 2005, e a Lei Rouanet no mesmo período captou aproximadamente R\$ 855 milhões¹⁶.

com fins lucrativos, com juros subsidiados, para a execução de um projeto, programa ou ação cultural. No momento não há programa desse tipo em vigor. (MinC, 2009a)

¹⁶ Pelo fato de a captação daquela lei representar apenas um segmento e se comparado um baixo valor, menos de 10% do montante da Lei Rouanet, este trabalho priorizará a análise da lei Rouanet.

3.2 Evolução dos recursos alocados para o setor cultural

Para compreender a dimensão de quanto cada mecanismo de financiamento representa, é relevante conhecer o valor de cada um. Em 2007, pelo FNC foram investidos R\$ 290 milhões, enquanto os recursos captados pelos incentivos fiscais atingiram R\$ 950 milhões. (MinC, 2009b).

No ano de 2005, os gastos públicos do setor cultural foram R\$ 3,1 bilhões, em 2003, havia sido R\$ 2,3 bilhões. Considerando os gastos públicos consolidados, nas três esferas do governo, a cultura mantém-se com 0,2% do total. Como comparação, em 2005, a saúde teve 6,5% e a educação 6,7%. (IBGE, 2007a, p. 66, 68; SILVA, p. 179).

Desde 1995 é possível notar um crescimento dos recursos orçamentários para o setor cultural, com algumas variações negativas nos anos de eleição presidencial e transição, 1998, 2002, 2003. Em 2006, o orçamento do Ministério da Cultura contou com R\$ 787,6 milhões; em 2007, com R\$ 1.077,7 bilhões (excluindo gastos com pessoal, encargos, precatórios e dívidas, os recursos livres para as despesas discricionárias foram R\$ 571,6 milhões). Segundo relatório ministerial, foi o maior orçamento desde a criação do Ministério da Cultura. A execução orçamentária em 2007 foi de 98,3% do orçamento liberado. Alcançar o percentual acima dos 98% tem sido uma tendência desde 2004. (MinC, 2008a, p.1; 2008b, p.1).

Os segmentos que mais receberam recursos do orçamento em 2006 foram patrimônio (17%), artes integradas (16%) e outros (54%), 87% do total. De acordo com o relatório do MinC (2008a), essa concentração pode ser explicada pela prioridade dada à recuperação do patrimônio histórico nacional e aos projetos de inclusão social, que geralmente atuam em diversos segmentos simultaneamente, um exemplo é o projeto Pontos de Cultura¹⁷. As políticas patrimoniais têm uma longa tradição no Brasil e procuram recuperar, preservar e revitalizar obras ou lugares que mantenham vivos a memória de personagens, fatos e experiências significativas

¹⁷ Para ampliar e garantir o acesso da maioria da população aos bens e serviços culturais, difundir as artes e o patrimônio cultural, desde 2004, o MinC apóia projetos culturais em comunidades carentes que já existem. O objetivo é criar melhores condições de vida e gerar expectativa de futuro para adolescentes e jovens. Os projetos são transformados em Pontos de Cultura e passam a receber recursos do Ministério. Em 2007, foram gastos com os Pontos R\$ 126,5 milhões, cerca de 22% do total dos valores executados. (MinC, 2008b, p. 3).

para a história nacional. Os programas vinculados a esse segmento são gerenciados pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan).

Tabela 3.1 – Orçamento do MinC realizado por segmento cultural¹⁸ (1995 a 2006 – mil reais)

Segmento Cultural	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Artes Cênicas	6.869,80	11.856,96	13.348,46	12.642,52	9.181,31	9.453,02	6.540,40	9.032,19	2.056,77	5.277,82	8.629,69	23.618,60
Artes Integradas	9.740,49	10.581,40	14.785,66	11.582,68	17.069,92	38.174,97	50.911,04	44.320,23	17.010,17	42.344,41	102.602,97	107.359,00
Artes Plásticas	2.418,41	443,76	2.410,15	2.948,43	996,17	808,80	444,35	344,48	5.037,52	8.645,45	1.218,14	1.232,94
Audiovisual	3.490,78	4.016,51	8.297,11	6.011,26	11.246,36	14.622,34	16.293,51	5.829,62	18.738,31	29.845,56	28.171,91	33.073,15
Cultura Afro-brasileira	1.912,22	868,23	2.056,65	2.176,17	1.736,56	8.856,88	3.300,14	4.850,46	5.546,89	6.188,65	6.912,16	10.147,06
Humanidades	7.978,63	11.347,15	13.856,28	15.745,34	21.075,38	24.262,48	27.253,42	11.104,39	6.148,00	10.115,51	31.150,96	12.242,75
Música	2.743,04	5.674,79	6.060,30	8.694,34	9.765,91	12.522,64	12.744,13	5.517,40	1.613,57	7.018,47	6.604,79	2.350,03
Patrimônio Cultural	2.5342,00	36.751,29	36.018,03	21.201,02	31.692,75	33.866,74	56.401,21	40.376,09	54.431,27	63.833,14	78.089,48	114.643,90
Outros	102.896,59	110.002,84	109.754,89	114.794,64	125.865,39	129.088,06	142.087,88	155.991,87	165.147,63	225.440,11	279.255,13	356.498,31
TOTAL	163.392,00	191.542,95	206.587,57	195.796,42	228.629,78	271.655,95	315.976,10	277.366,77	275.730,15	398.709,13	542.635,25	661.165,74

Fonte: Siafi / Banco de Dados GPS/DGE, citado em MinC (2007)

O uso do orçamento pode ser analisado pelas unidades do MinC. Pela tabela a seguir, vê-se que em 2007 a administração direta representou 33% do total, o IPHAN, 24%, seguido do FNC com 18%.

Tabela 3.2 – Orçamento do MinC realizado por unidade (1995 a 2007 – mil reais)

UNIDADES	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Administração direta	41.866,1	61.920,8	61.225,6	59.205,0	82.227,5	89.323,7	105.367,2	77.674,7	62.385,9	89.494,7	160.489,5	170.613,2	274.177,4
Fund. Casa de Rui Barbosa	5.281,7	6.559,9	6.284,4	8.073,9	8.322,6	9.787,6	10.635,2	12.385,1	12.589,2	16.167,6	15.018,0	18.474,6	19.551,2
Fund. Biblioteca Nacional	21.320,7	21.008,1	22.626,6	20.638,3	24.652,9	25.881,3	26.949,1	29.784,9	29.924,2	37.815,4	54.886,8	47.741,4	65.241,0
Fund. Cultural Palmares	3.663,8	2.772,5	3.980,0	4.335,8	4.278,6	11.868,7	7.054,7	8.006,8	7.970,2	9.062,8	10.676,4	11.995,6	22.057,6
IPHAN	56.349,2	59.680,2	61.681,8	58.659,2	66.623,0	64.227,1	72.699,1	76.702,1	86.554,6	101.487,5	103.367,8	169.145,0	195.751,6
ANCINE	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	27.603,6	33.674,9	37.114,5	53.988,4
FUNARTE	21.966,2	23.594,7	26.418,3	23.936,8	23.391,3	23.937,2	28.883,1	29.181,6	29.337,2	31.464,4	32.065,3	67.989,5	47.761,9
Fundo Nacional de Cultura	12.944,3	16.006,7	24.370,9	20.947,3	19.134,0	46.630,4	64.387,7	43.631,6	46.968,8	85.613,3	132.456,5	138.091,9	145.358,8
TOTAL	163.392,00	191.543,0	206.587,6	195.796,4	228.629,8	271.656,0	315.976,1	277.366,8	275.730,2	398.709,1	542.635,3	661.165,7	823.887,9

Fonte: Siafi/GPS/DGE

O FNC é pouco divulgado, no entanto, pela tabela é possível perceber a tendência de aumento dos recursos a partir de 2000. Os recursos do FNC de 2004 a 2005 cresceram 82% contra 45% da variação do orçamento do MinC, refletindo a

¹⁸ Artes cênicas são teatro, dança, circo, ópera e mímica. Artes integradas abrangem mais de um segmento cultural simultaneamente. Artes plásticas representam plásticas, gravuras, cartazes, fotografias, filatelia e eventos de exposição. Audiovisual trata de filmes, vídeos, cds, rádio, televisão, eventos e multimídia. Humanidades referem-se aos investimentos em livros, revistas, acervos, arquivos e bibliotecas. Patrimônio trata dos investimentos em patrimônio material e imaterial, museus e recuperação dos locais históricos.

intenção do Governo Federal de ampliar o fundo. Para os anos seguintes, no entanto, o aumento dos recursos do FNC seguiu na faixa 4%-5%, enquanto o orçamento do MinC ficou entre 22%-24%.

A tabela a seguir mostra as artes integradas (57%) como o segmento que mais recebeu recursos do FNC em 2006, seguido do audiovisual (12%) e patrimônio (11%). Os recursos para artes integradas tiveram um crescimento de 164% de 2003 a 2004, e de 2004 a 2005, 299%. Tal variação pode ser explicada pela prioridade do MinC dada aos projetos de inclusão social.

Tabela 3.3 – Orçamento do FNC realizado por segmento cultural (1995 a 2006 – mil reais)

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Artes Cênicas	2.526,31	4.691,84	5.159,28	4.525,26	2.180,41	5.404,02	3.956,72	4.939,21	1.228,96	1.718,22	1.580,76	3.358,86
Artes Integradas	2.332,70	3.193,95	7.128,77	4.200,86	5.632,47	15.379,34	21.830,71	12.370,15	7.201,74	19.031,47	75.950,05	79.177,38
Artes Plásticas	0,0	173,67	188,55	1.149,10	403,11	483,42	53,64	156,73	110,62	8.039,86	154,45	404,76
Audiovisual	172,11	94,98	819,33	499,85	2.461,30	7.550,51	6.581,17	3.969,05	12.772,46	19.152,77	14.894,75	15.912,17
Cultura Afro-brasileira	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	899,65	2.380,93
Humanidades	2.074,53	1.611,14	2.093,92	825,13	1.366,11	4.631,29	17.250,71	4.734,12	738,71	5.341,85	1.577,69	5.718,69
Música	1.194,04	3.260,92	4.803,84	6.267,33	3.943,75	5.057,99	3.939,06	4.252,27	899,72	4.502,56	2.418,78	716,71
Patrimônio Cultural	4.644,63	2.980,22	4.177,16	3.479,77	3.133,31	7.828,61	10.543,86	12.275,92	21.702,11	14.830,15	19.897,05	14.965,09
Outros	0,0	0,0	0,0	0,0	13,50	295,19	231,82	934,17	2.314,48	12.996,39	15.083,34	15.457,35
TOTAL	12.944,31	16.006,73	24.370,85	20.947,30	19.133,96	46.630,38	64.387,70	43.631,63	46.968,85	85.613,27	132.456,54	138.091,94

Fonte: MinC (2009b)

3.3 Incentivos fiscais

A política de incentivos fiscais constitui parte do financiamento cultural e pretendeu consolidar práticas de mecenato privado e empresarial, ou seja, teve o objetivo de criar práticas de financiamento privado à cultura, independentemente do governo. De acordo com Silva (2007b, p. 149), foi essa a razão de o poder público não ter procurado integrar as leis de incentivo aos objetivos e instrumentos de política. Porém, os montantes de recursos que deixam de ser arrecadados já são significativos, mais da metade dos recursos da área cultural vêm dos mecanismos de incentivos¹⁹, e a parte que representa recursos adicionais dos empresários declina a cada ano. Esses fatos justificam a reflexão a respeito dos usos dos

¹⁹ Em 2005, a Lei do Audiovisual e a Lei Rouanet captaram por volta de R\$ 930 milhões, destes R\$ 724 milhões têm origem do sistema de incentivos fiscais.

recursos fiscais incentivados e a conveniência em tratá-los no quadro das prioridades e estratégias governamentais no âmbito da cultura.

A Lei Rouanet (lei nº 8.313 de 1991) e a Lei do Audiovisual (lei nº 8.685 de 1993) são as duas principais leis de referência para o financiamento das atividades culturais. Passaram a funcionar de modo mais amplo e efetivo a partir de 1995, quando aumentou o limite de descontos permitidos às empresas patrocinadoras de projetos culturais e quando se tornou mais ágil a autorização para captação de recursos.

3.3.1 Lei do Audiovisual

O cinema pôde contar com um mecanismo de financiamento e estímulo à produção a partir de 1993, estabelecido pela Lei do Audiovisual, modificada em 1996. Silva (2007a, p. 22) explica que apesar da decepção das expectativas do público e dos investidores quanto aos resultados da aplicação dos recursos captados via incentivos fiscais, não foi impedimento para alavancar significativamente a produção audiovisual brasileira. Sua vigência estende-se até o exercício fiscal de 2010.

A Lei do Audiovisual destina-se ao desenvolvimento de projetos cinematográficos de produção independente e a outros projetos da área do audiovisual de exibição, distribuição e infra-estrutura técnica. Essa lei criou dois tipos de incentivo fiscal.

Um primeiro incentivo fiscal regulamentado por essa lei possibilita que pessoas físicas e jurídicas adquiram Certificados de Investimentos Audiovisuais e abatam os dispêndios da compra desses certificados no imposto sobre a renda, até o limite de 3% do imposto devido, além de abaterem os valores como despesa operacional, no caso de pessoa jurídica. Esses certificados representam os direitos de comercialização de obra cinematográfica brasileira de produção independente ou de projetos de exibição, distribuição e infra-estrutura técnica específicos da área audiovisual cinematográfica e são regulamentados pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM) e negociados no mercado mobiliário, após o projeto ter sido aprovado pela Secretária para o Desenvolvimento Audiovisual do Ministério da Cultura. A isenção fiscal às empresas investidoras é de 125%, ou seja, além dos

100% de abatimento sobre o valor investido a empresa tem ainda um ganho fiscal de 25%, sendo o valor do patrocínio lançado como despesa operacional.

Com esse procedimento para patrocínio, as pessoas jurídicas teriam motivos financeiros para incentivar os projetos. Sendo investimento, a empresa deveria se comprometer com o êxito ou fracasso do lançamento do filme. Na prática, o incentivador recebe os lucros, mas, no caso de fracasso, não perde nada. (REIS, 2003, p. 186).

A segunda opção de incentivo fiscal é voltada para as empresas estrangeiras exportadoras de obras audiovisuais de qualquer natureza para comercialização ou distribuição no Brasil. Elas podem se utilizar da co-produção de obras cinematográficas brasileiras, de produção independente, 70% do imposto de renda pago, quando da remessa dos rendimentos auferidos pela comercialização ou distribuição daquelas obras.

3.3.2 Lei Rouanet - Incentivos a Projetos Culturais

O sistema de incentivos fiscais possibilita benefícios fiscais aos investidores que apoiam projetos culturais sob forma de doação ou patrocínio. A decisão sobre o destino de recursos públicos representados pelos incentivos e quais projetos serão financiados pertence às empresas usuárias desses instrumentos.

Quando há doação, o doador transfere em caráter definitivo e gratuitamente o numerário ou bens à pessoa física ou jurídica de natureza cultural, sem fins lucrativos, para a realização de projetos culturais, sendo vedado o uso de publicidade paga para divulgação desse ato. Quando há patrocínio, o patrocinador transfere em caráter definitivo e gratuitamente à pessoa física ou jurídica de natureza cultural, com ou sem fins lucrativos, numerário, bens ou serviços para a realização de projetos culturais com finalidade promocional e institucional de publicidade. De acordo com a Lei Rouanet, a doação equipara-se à distribuição gratuita de ingressos para eventos de caráter artístico-cultural por pessoa jurídica a seus empregados e dependentes legais; e aos impostos das pessoas jurídicas e físicas usados para cobrir as despesas de conservação, preservação ou restauração

de bens móveis ou imóveis de sua propriedade tombados pela União. O IPHAN é o órgão responsável pela avaliação desses projetos²⁰. (CESNIK, 2007, p. 37).

Em 1995, a Lei Rouanet alterou o abatimento do Imposto de Renda, aumentou de 2% para 5% do IR e foi estendido a pessoas jurídicas a possibilidade de deduzir investimentos em propaganda do imposto devido. Antes disso, apenas pessoas jurídicas tributadas com base no lucro real podiam abater gastos realizados em cultura. Com outras alterações em 1997 e em 1999, atualmente, o limite para a dedução do Imposto de Renda reside, no máximo, em 6% para pessoa física e 4% para pessoa jurídica, incidindo sobre a primeira alíquota de 15% sobre o lucro real e desconsiderando o adicional do imposto sobre o lucro.

O doador ou patrocinador poderá deduzir do Imposto sobre a Renda os seguintes valores: para pessoas físicas, 80% das doações e 60% dos patrocínios; para pessoas jurídicas tributadas com base no lucro real, 40% das doações e 30% dos patrocínios. No caso de a pessoa jurídica ser tributada com base no lucro real, as doações e patrocínios podem ser abatidos como despesa operacional.

Tabela 3.4 – Captação de recursos da Lei Rouanet por ano e segmento (1993 a 2008)

Segmento Cultural	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Artes Cênicas	-	-	284.350,00	15.759.753,49	22.944.223,05	22.963.903,04	29.893.132,90	59.748.238,54
Artes Integradas	-	-	217.650,00	20.332.961,86	46.208.096,82	47.058.150,53	35.272.800,06	40.907.239,99
Artes Visuais	-	-	900,00	7.232.109,08	11.875.924,54	16.864.501,45	17.841.831,28	35.358.719,61
Audiovisual	6.303,65	304.742,63	5.834.551,48	17.496.403,19	36.444.393,27	32.095.325,31	19.563.582,48	22.581.363,17
Humanidades	14.909,13	183.748,94	807.002,25	4.913.864,41	18.991.461,42	22.028.874,00	27.148.194,03	33.263.286,23
Música	-	-	50.000,00	20.317.659,01	25.425.905,56	38.089.930,27	42.242.719,86	58.806.732,77
Patrimônio Cultural	-	45.260,00	5.719.310,79	25.650.485,35	46.066.802,75	53.472.683,23	39.283.248,63	39.181.275,48
TOTAL	21.212,78	533.751,57	12.913.764,52	111.703.236,39	207.956.807,41	232.573.368,83	211.245.509,24	289.846.855,79

Segmento Cultural	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Artes Cênicas	82.397.217,99	74.256.545,91	92.494.608,61	100.517.148,74	137.034.749,72	176.164.977,45	165.255.709,92	169.093.349,00
Artes Integradas	45.743.760,90	51.051.590,46	54.264.162,73	50.669.318,87	78.411.914,32	97.628.683,21	145.826.917,63	158.419.451,45
Artes Visuais	27.197.218,38	31.331.823,15	33.505.433,86	43.934.059,14	69.996.414,75	82.708.610,90	101.695.707,97	70.728.142,31
Audiovisual	45.095.852,93	45.273.649,81	37.676.199,10	49.795.910,62	70.965.233,31	103.277.166,58	111.342.318,77	113.286.669,01
Humanidades	40.827.660,14	37.494.358,42	53.183.652,74	81.494.743,66	80.268.669,30	93.529.155,68	108.052.953,94	105.666.534,07
Música	76.907.295,36	52.767.222,00	72.188.888,29	91.198.334,50	143.675.583,67	151.212.048,48	212.339.841,16	210.953.176,11
Patrimônio Cultural	49.753.440,33	52.455.978,51	87.535.277,27	92.491.766,32	144.329.755,96	141.839.303,11	141.568.854,73	122.391.826,56
TOTAL	367.922.446,04	344.631.168,26	430.848.222,60	510.101.281,86	724.682.321,03	846.359.945,41	986.082.304,13	950.539.148,51

Fonte: MinC (2009b)

²⁰ Por meio de doação, é possível fazer o investimento em favor do FNC, seja para programas, projetos e ações culturais específicos ou por meio de patrocínio, para um destino especificado pelo patrocinador.

O abatimento é especial para alguns segmentos culturais²¹, são segmentos com maior dificuldade de captação de recursos. Nesses casos, a dedução fiscal é de 100% e as pessoas jurídicas tributadas com base no lucro real não poderão deduzir o valor da doação ou do patrocínio como despesa operacional.

Essas mudanças foram importantes, pois aumentou o incentivo. O crescimento do total de recursos captados com a Lei Rouanet de 1999 a 2007 é notável. De 2005 a 2006, o crescimento da captação em valor foi de 17% enquanto o número de incentivadores foi 169%.

Os segmentos música, artes cênicas e patrimônio destacam-se com 55% do total dos recursos captados. O segmento audiovisual é que menos recebe, representa 9% desses recursos.

Para entender melhor o funcionamento da lei, Cesnik (2007, p. 56-61) elaborou exemplos para demonstrar os benefícios de uma empresa. As tabelas a seguir mostram o caso em que o patrocínio e a doação são lançados como despesa operacional:

Tabela 3.5 – Patrocínio lançado como despesa operacional

	Com apoio à cultura (R\$)	Sem apoio à cultura (R\$)
1) Lucro líquido	10.000.000,00	10.000.000,00
2) Valor do patrocínio	50.000,00	0,00
3) Novo lucro líquido	9.950.000,00	10.000.000,00
4) Contribuição social - 9% de (3)	895.500,00	900.000,00
5) IR devido 15% de (3)*	1.492.500,00	1.500.000,00
6) Adicional de IR (+10%)	971.000,00	976.000,00
7) Dedução permitida do IR devido, 30% de (2) - patrocínio	15.000,00	0,00
8) IR a ser pago	2.448.500,00	2.476.000,00
9) Total de impostos pagos (8+4)	3.344.000,00	3.376.000,00

Fonte: Cesnik (2007, p. 56)

²¹ De acordo com o art. 18, o abatimento de 100% está relacionado aos seguintes segmentos: a) artes cênicas; b) livros de valor artístico, literário ou humanístico; c) música erudita ou instrumental; d) exposições de artes visuais; e) doações de acervos para bibliotecas públicas, museus, arquivos públicos e cinematecas, bem como treinamento de pessoal e aquisição de equipamentos para a manutenção desses acervos; f) produção de obras cinematográficas e videofonográficas de curta e média metragem e preservação e difusão do acervo audiovisual; g) preservação do patrimônio cultural material e imaterial. h) construção e manutenção de salas de cinema e teatro, que poderão funcionar também como centros culturais comunitários, em Municípios com menos de 100.000 (cem mil) habitantes.

No caso exemplificado pela tabela anterior, nota-se que com o patrocínio de R\$ 50 mil, o empresário obteve uma redução tributária de R\$ 32 mil (linha 9: 3.376.000,00 – 3.344.000,00 = 32.000,00). Isso mostra que dos R\$ 50 mil investidos, R\$ 32 mil foram reembolsados pela empresa na forma de abatimento dos impostos, ou 64% do valor do patrocínio. No caso da doação, apresentado na tabela a seguir, a lógica é a mesma. Com a doação de R\$ 50 mil, o empresário obteve uma redução tributária de R\$ 37 mil (linha 9: 3.376.000,00 – 3.339.000,00 = 37.000,00), ou 73% do valor doado. Na verdade, quando houve patrocínio, o empresário investiu R\$ 18 mil, e na doação, R\$ 13 mil.

Tabela 3.6 – Doação lançada como despesa operacional

	Com apoio à cultura (R\$)	Sem apoio à cultura (R\$)
1) Lucro líquido	10.000.000,00	10.000.000,00
2) Valor da doação	50.000,00	0,00
3) Novo lucro líquido	9.950.000,00	10.000.000,00
4) Contribuição social - 9% de (3)	895.500,00	900.000,00
5) IR devido 15% de (3)*	1.492.500,00	1.500.000,00
6) Adicional de IR (+10%)	971.000,00	976.000,00
7) Dedução permitida do IR devido, 40% de (2) - doação	20.000,00	0,00
8) IR a ser pago	2.443.500,00	2.476.000,00
9) Total de impostos pagos (8+4)	3.339.000,00	3.376.000,00

Fonte: Cesnik (2007, p. 57)

Tabela 3.7 – Patrocínio ou doação com abatimento integral

	Com apoio à cultura (R\$)	Sem apoio à cultura (R\$)
1) Lucro líquido	10.000.000,00	10.000.000,00
2) Valor da doação	50.000,00	0,00
3) Contribuição social - 9% de (1)	900.000,00	900.000,00
4) IR devido 15% de (3)*	1.500.000,00	1.500.000,00
5) Adicional de IR (+10%)	976.000,00	976.000,00
6) Dedução permitida do IR devido, 100% de (2)	50.000,00	0,00
8) IR a ser pago	2.426.000,00	2.476.000,00
9) Total de impostos pagos (7+3)	3.326.000,00	3.376.000,00

Fonte: Cesnik (2007, p. 59)

Na situação de abatimento integral, em que o valor do patrocínio/doação não pode ser considerado despesa, como visto na tabela a seguir, com o valor do

incentivo de R\$ 50 mil, o empresário obtém R\$ 50 mil de redução tributária, ou seja, 100% do valor. O objetivo das leis de incentivo é que o incentivador coloque recursos próprios adicionais, a dedução fiscal não deveria ser integral.

O número de projetos aprovados tem apresentado taxas de crescimento, como mostra a Tabela 3.8. Isso pode refletir a compreensão dos proponentes da importância da lei e sua funcionalidade. Mesmo com a adoção do sistema de incentivos e esse crescimento, a demanda por financiamento não foi atendida. Em 2008, por exemplo, 8.337 projetos foram apresentados, 6.727 foram aprovados (81%), mas destes, somente 3.135 receberam o incentivo. Os projetos são apresentados de acordo com os critérios estabelecidos pelo MinC para avaliação, eles podem ser aprovados ou rejeitados²². Os proponentes, pessoas físicas ou jurídicas, devem ser de natureza cultural. Se aprovado, o projeto será publicado no Diário Oficial da União, indicado o valor autorizado e o prazo para captação de recursos. Assim, o projeto poderá captar recursos de patrocinadores ou doadores, assim, quando encontrar um incentivador, será um projeto apoiado.

Algumas empresas usam um sistema de edital aberto para o distribuição do recurso, é uma maneira de cumprir a função do poder público, estabelecer políticas e tentar oferecer a mesma oportunidade para todos.

São muitos os projetos que passaram pelo sistema de avaliação, consumindo tempo de trabalho dos funcionários do Ministério e tempo de espera dos produtores, sem que cheguem a um fim com sucesso. Esses projetos aprovados sem captação mostram ser insuficiente o mecanismo de renúncia para atender a demanda da sociedade brasileira para a produção cultural.

²² A Comissão Nacional de Incentivo à Cultura (CNIC) é a responsável pela avaliação e aprovação. Ela é formada pelo Ministro da Cultura, pelos os presidentes de cada uma das entidades vinculadas ao MinC, pelo presidente da entidade nacional que congrega os Secretários de Cultura das unidades federadas; seis representantes eleitos pela sociedade civil representando e um representante do empresariado nacional, também eleito pela sociedade civil. O Sistema de Apresentação de Propostas Culturais (SalicNet) permite que os proponentes interessados apresentem seus projetos culturais aos mecanismos federais de incentivo por meio da internet. Cadastrando-se é possível inscrever o projeto e acompanhar o processo.

Tabela 3.8 – Projetos apresentados, aprovados e apoiados com base nos incentivos fiscais (1995 a 2008)

Ano	Qtde Apres.	Qtde Aprov.	Qtde Apoio.
1995	776	19	45
1996	2.316	2.372	451
1997	3.781	2.773	736
1998	3.800	3.437	915
1999	4.036	3.026	955
2000	3.434	2.511	1.096
2001	3.972	2.390	1.212
2002	5.405	4.218	1.372
2003	4.856	4.069	1.543
2004	5.726	4.958	2.040
2005	9.263	5.990	2.474
2006	7.763	6.541	2.918
2007	9.402	6.397	3.213
2008	8.337	6.727	3.135

Fonte: MinC (2009b)

O que acontece na prática, reconhecido pelo próprio Ministério, é que nesses anos de existência da Lei Rouanet, de cada R\$ 10 investidos, apenas R\$ 1 é contrapartida privada. A parceria Estado e empresas privadas parece servir para as empresas usarem dos incentivos fiscais para obter ganhos com a divulgação de seu nome. Além disso, a determinação de qual projeto cultural deve receber a ajuda financeira, passa a ser, então, de acordo com a visibilidade da imagem da empresa. Isso pode desconsiderar atividades importantes para a cultura nacional que podem não atender aos interesses de propaganda da empresa.

Os recursos incentivados (A) correspondem aos impostos não devidos, renúncia fiscal (B), e o apoio dos empresários propriamente dito corresponde ao recurso adicional (C). Pela tabela é possível observar a evolução dos valores, em que a ajuda pública (B) cresce de 1993 a 2007, com uma pequena redução em 2008, e o recurso adicional privado diminui de 1997 a 2004, sofrendo um aumento de 2005 a 2007, e voltando a cair em 2008.

Tabela 3.9 – Captação de recursos, renúncia e apoio privado (1993 a 2008)

Ano	Captação (A)	Renúncia (B)	% (B/A)	Privado (C)	% (C/A)
1993	21.212,78	6.363,83	30%	14.848,94	70%
1994	533.751,57	166.531,47	31%	367.220,10	69%
1995	12.913.764,52	4.344.258,73	34%	8.569.505,79	66%
1996	111.703.236,39	36.825.531,23	33%	74.877.705,15	67%
1997	207.956.807,41	68.358.187,22	33%	139.598.620,20	67%
1998	232.573.368,83	95.405.041,78	41%	137.168.327,05	59%
1999	211.245.509,23	111.207.185,68	53%	100.038.323,56	47%
2000	289.846.855,79	186.375.038,51	64%	103.471.817,29	36%
2001	367.922.446,03	236.018.064,18	64%	131.904.381,86	36%
2002	344.631.168,25	263.326.369,56	76%	81.304.798,70	24%
2003	430.656.222,60	358.992.204,88	83%	71.664.017,72	17%
2004	510.101.281,85	441.287.307,15	87%	68.813.974,71	13%
2005	724.682.321,03	633.922.314,22	87%	90.760.006,81	13%
2006	846.359.945,41	754.655.509,65	89%	91.704.435,75	11%
2007	986.082.304,13	881.015.548,97	89%	104.737.755,16	11%
2008	950.539.148,51	865.712.957,78	91%	84.670.345,53	9%

Fonte: MinC (2009b)

Em 2008, foram 2.449 empresas incentivadores. A maior delas participou com 16% do total dos recursos incentivados e os cinco maiores colaboradores representam 26% deste total. 250 empresas, ou seja, aproximadamente 10% do total, são responsáveis por 80% do total captado. Esses números mostram uma concentração dos recursos oriundos da lei Rouanet em poucas empresas. Além disso, os 8 maiores grupos estatais incentivadores representam 25% desse total.

Tabela 3.10 – Os 5 maiores incentivadores – 2008 (em reais e porcentagem)

Incentivador	VI. Incentivado R\$	%
Petróleo Brasileiro S. A – Petrobrás	149.783.868,28	16%
Companhia Vale do Rio Doce	29.430.515,82	3%
Banco do Brasil S.A	25.536.254,99	3%
Centrais Elétricas Brasileiras S/A – ELETROBRÁS	21.666.032,10	2%
Banco Bradesco S/A	19.578.614,50	2%
Total cinco maiores	245.995.285,69	26%
Total captado	950.539.148,51	100%

Fonte: MinC (2009b)

Tabela 3.11 – Contribuição das 100 maiores empresas incentivadoras por UF
– 2008

UF	VI. Incentivo	%
Norte	10.516.290,35	1%
Acre	671.610,03	
Amapá	38.323,98	
Amazonas	6.951.848,74	
Pará	1.048.913,60	
Rondônia	1.051.104,57	
Roraima	14.164,70	
Tocantins	740.324,73	
Nordeste	28.321.660,76	3%
Alagoas	23.117,89	
Bahia	8.408.638,43	
Ceará	9.784.679,00	
Maranhão	70.134,07	
Paraíba	512.037,66	
Pernambuco	7.753.149,96	
Piauí	359.275,52	
Rio Grande do Norte	1.066.499,97	
Sergipe	344.128,26	
Centro-Oeste	43.223.872,07	5%
Distrito Federal	39.808.605,72	
Goiás	2.487.929,12	
Mato Grosso	770.725,75	
Mato Grosso do Sul	156.611,48	
Sudeste	652.543.980,35	69%
Espírito Santo	6.667.232,04	
Minas Gerais	76.075.912,56	
Rio de Janeiro	306.025.929,65	
São Paulo	263.774.906,10	
Sul	84.248.077,43	9%
Paraná	42.070.366,87	
Rio Grande do Sul	27.849.170,90	
Santa Catarina	14.328.539,66	
Total 100 maiores	818.853.880,96	86%
Total captado	950.539.148,51	100%

Fonte: MinC (2009b)

O Instituto Cultural Cidade Viva (2003) fez um levantamento das principais empresas patrocinadoras de projetos culturais. Foram 437 empresas atuantes nas diversas áreas (telecomunicações, energia, institutos, etc.). Destas, 78% investiram em projetos incentivados, mas 56% afirmam apoiar projetos não enquadrados nas leis de incentivo fiscal. A Lei Rouanet é a lei mais utilizada pelas empresas, 35%, seguida da lei estadual paulista de incentivo (ICMS), 31%, e da lei municipal de incentivo (ISS), 20%²³. A Lei do Audiovisual representa 14%. O segmento cultural de maior interesse das empresas é artes cênicas (18%), depois música com 17%. Os

²³ São duas as leis federais, a Rouanet e a do Audiovisual; estadual (SP), leis de incentivo tendo como base a renúncia de parte do ICMS; municipal (exemplo: São Paulo), leis de incentivo tendo como base a renúncia de parte do ISS e IPTU.

três principais motivos que levam a empresa a investir são: fortalecimento da imagem institucional (19%), participação no desenvolvimento cultural (18%) e responsabilidade social (17%).

Além disso, são empresas localizadas principalmente na região Sudeste, privilegiando os benefícios para a região. Pela tabela a seguir é possível perceber o peso da captação na região Sudeste. Analisando as 100 maiores empresas incentivadoras em 2008, ou seja, 86% do total captado pela Lei Rouanet, o Sudeste representou 69%.

A distribuição dos benefícios é desigual pelas regiões brasileiras desde a criação da Lei Rouanet, como visto pela tabela a seguir. A importância do Sudeste, no entanto, lentamente vem diminuindo, dando oportunidade de crescimento para o Sul e Nordeste. As regiões Norte e Centro-Oeste têm apresentado um nível muito baixo de captação, nesses 16 anos, a média foi de 0,6% e 2,7%, respectivamente.

Tabela 3.12 – Captação por região (1993 a 2008)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Centro Oeste	0,0	0,0	1,3	4,8	3,2	3,1	2,4	3,0	2,9	3,1	5,3	3,3	2,5	3,4	2,7	2,8
Nordeste	0,0	0,0	2,3	2,7	4,2	3,8	5,8	4,5	5,8	5,9	7,0	6,3	7,1	6,6	6,2	5,8
Norte	0,0	0,0	0,0	0,4	0,5	1,8	0,4	0,0	0,1	0,6	1,5	1,9	0,6	0,7	0,8	0,5
Sudeste	100,0	94,6	93,6	88,3	84,8	83,1	83,0	85,2	82,2	78,0	76,2	76,1	78,9	79,7	80,0	79,4
Sul	0,0	5,4	2,7	3,8	7,3	8,2	8,5	7,2	9,0	12,5	10,0	12,4	10,8	9,6	10,2	11,4
Total Brasil	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: MinC (2009b)

3.4 Análise crítica e comparada da Lei Rouanet

No Brasil, a Lei Rouanet é referência para o financiamento do setor cultural. Nela estão descritos os mecanismos para distribuição dos recursos públicos e privados para os diversos segmentos. Como apresentado anteriormente, é possível notar a prioridade dada ao incentivo fiscal como principal mecanismo de financiamento da cultura. O resultado desse sistema, no entanto, expõe as distorções geradas ao longo dos anos da Lei.

A parceria do governo com a iniciativa privada buscou o aumento do volume de recursos direcionados para o setor cultural. Isso, porém, não pode ser observado com clareza na realidade. O mecanismo de incentivo fiscal parece funcionar como repasse de dinheiro público, o Estado desembolsa os recursos e a iniciativa privada

escolhe onde gastar. Apenas 47% dos projetos aprovados pelo MinC conseguiram captação; os dados do MinC (PENSARTE, 2009, p. 34) apontam que 90% dos projetos usam os 100% de renúncia fiscal. O resultado dessa ação é que projetos culturais, muitas vezes significantes para o cidadão, deixam de ser promovidos por não atenderem aos interesses publicitários das empresas.

Sarkovas (AMORIM, 2003) explica que mecanismo de incentivos fiscais da Lei Rouanet é uma invenção brasileira e seu funcionamento difere dos outros países que adotam o sistema. Por exemplo, normalmente, sem a lei de incentivo, com uma taxa de 30% de imposto, se um cidadão decide doar 100 euros a um museu, não poderá deduzir esse valor da renda bruta, ou seja, será tributado. Ele gastará 130 euros, 30 de imposto e 100 da doação. Quando existe a lei de incentivo, os 100 euros podem ser reduzidos da renda bruta, o frequentador do museu não pagará imposto sobre a sua doação, gastará 100 euros. No Brasil, se o imposto devido é R\$ 1.000,00, o cidadão tira R\$ 100,00 doados deste valor, ou seja, do imposto que deverá pagar, dessa forma, não gastará do seu bolso.

Embora o sistema francês priorize o financiamento público, a partir dos anos 1990, procurou-se firmar uma parceria com a iniciativa privada para atrair mais recursos para o setor cultural. São duas as opções disponíveis: o mecenato e o patrocínio. O mecenato possibilita uma porcentagem de redução do imposto de renda e o patrocínio permite o desconto das despesas com publicidade do resultado tributável. No Brasil, as categorias de incentivo fiscal são a doação e o patrocínio. As duas admitem porcentagens de redução do imposto de renda.

Também existe uma diferença cultural sobre a visão de mecenato/patrocínio comparando Brasil e França. A visão francesa de mecenato é de um ato filantrópico, uma doação sem contrapartida direta, patrocínio é entendido como financiamento, é uma ferramenta de comunicação da empresa. No Brasil, não há uma clareza quanto a diferença das modalidades doação e financiamento, como explicado no capítulo 1. Segundo a pesquisa do Instituto Cultural Cidade Viva (2003), citada anteriormente, as empresas incentivam projetos culturais para valorizar sua imagem. Isso reflete a oportunidade de uso do patrocínio como instrumento publicitário. A maneira como o mecanismo brasileiro funciona, no entanto, não deixa claro o uso das atividades culturais para promoção da imagem de uma empresa. Possivelmente essa mentalidade tenha sido criada pelo mau uso do incentivo fiscal estabelecido pela Lei Rouanet. As empresas buscam valorizar suas marcas, ampliar sua participação

social, aproximar-se de seu público, para Sarkovas (AMORIM, 2003), consultor especializado em patrocínio e comunicação empresarial, os projetos culturais que produzirem esses efeitos atraem patrocinadores.

As leis de incentivo, declara Yakoff Sarkovas (AMORIM, 2003), prejudicam o mercado de patrocínio, pois criam a mentalidade de que as empresas só devem patrocinar com verba incentivada, ou seja, usar o que seria gasto com impostos. Além disso, com a transferência do dinheiro público para a iniciativa privada, o governo tende a considerar objetivo cumprido e exime-se da criação de políticas públicas para a cultura. O consultor considera que o pior é surgir um preconceito contra o patrocínio, pois para o cidadão a imagem criada sobre o uso do dinheiro público para fins privados é negativa.

A burocracia de captação dos recursos para o projeto também é relevante. Na França, o processo é mais simples que no Brasil. As empresas incentivadoras cadastram-se e esclarecem sua área/segmento de interesse, permitindo que os produtores se dirijam diretamente a elas. No processo brasileiro, o projeto cultural deve primeiro ser aprovado pelo MinC para então procurar a empresa interessada em financiá-lo. Boa parte dos agentes culturais desconhece os objetivos das empresas, dificultando assim o acesso aos recursos. Em 2008, como vimos na Tabela 3.8, menos de 50% dos projetos aprovados pelo ministério conseguiram captação. De acordo com o MinC (2010a), 50% dos recursos captados ficam concentrados em apenas 3% dos proponentes.

A escassez de recursos no setor cultural pode ser identificada em muitos bens e serviços culturais que se distinguem pelos aspectos de bens públicos ou bens de mérito. Assim, muitos grupos não possuem uma estrutura de auto-sustentação e precisam de recursos de fora para sobreviver. Aqueles que atendem aos interesses publicitários das empresas captam a ajuda da iniciativa privada; do contrário, vão precisar recorrer ao dinheiro público. Tanto a legislação brasileira quanto a francesa tratam desses casos menos comerciais. Na França, os órgãos que não se encaixam nos critérios de privilégios do mecenato, mas por apresentarem como principais atividades os espetáculos ao vivo acabam tornando-se elegíveis da redução do imposto; as empresas que colaborarem com o Estado na aquisição de um tesouro nacional também podem reduzir até 90% do imposto. No Brasil, são os segmentos descritos anteriormente que permitem a dedução de 100% do imposto.

A lei francesa sobre o mecenato abrange outros setores sociais além do cultural, todos podem desfrutar do mesmo tratamento fiscal, o que ocasiona uma concorrência dos projetos culturais com os outros projetos pelos recursos. No Brasil, existem leis de incentivo específicas para o setor cultural, Lei Rouanet e Lei do Audiovisual, a Lei do Incentivo ao Esporte e o Fundo da Criança e do Adolescente. O Instituto Pensarte (2009, p. 8) explica ser possível aplicar 6% do Imposto de Renda devido em leis de incentivo. Assim, 1% poderia se direcionado para o esporte; 1%, para o Fundo da Criança e do Adolescente; 4% para a lei de incentivo à cultura da escolha do incentivador.

Os benefícios dos incentivos fiscais apresentam um desequilíbrio geográfico no Brasil. Isso reflete a necessidade de criar ou aperfeiçoar a estrutura de equipamentos culturais, tais como teatros, salas de cinema e bibliotecas, e de ampliar o acesso dessas populações a essas atividades. Para isso é importante a conscientização cultural dos cidadãos e do estímulo às economias locais.

Com base nos dados analisados anteriormente, é possível perceber que conseguem captação os projetos comerciais e os concentrados na região Sudeste. Isso prejudica o desenvolvimento das atividades culturais de pouca visibilidade comercial e das regiões mais afastadas. Além disso, a idéia de que o mecanismo de incentivo fiscal é o único meio de financiamento possível, desconsiderando o FNC, compromete ainda mais o aperfeiçoamento da produção cultural.

A concentração regional não é um problema para a França. O objetivo do governo é ampliar o acesso e diminuir as desigualdades mediante uma política de democratização e descentralização. A política de ampliação de acesso aos bens e serviços culturais na França envolveu a criação de órgãos locais, essa descentralização teve por finalidade aproximar o cidadão dos tomadores de decisão para atender melhor sua demanda, e permitiu uma parceria com as escolas de artes. Durante a década de 1990, identificou-se relevante participação de pequenas e médias empresas no incentivo do setor cultural, o objetivo era melhorar o relacionamento com o público-alvo. Os entes administrativos locais são responsáveis pelo uso dos recursos direcionados para as atividades culturais e artísticas, o que permite a fiscalização do cidadão do resultado das ações.

Um problema comum entre os dois países é falta de transparência no direcionamento e uso dos recursos. No Brasil, por exemplo, há uma linha “Outros” no relatório de uso dos recursos orçamentários do MinC que representou 56% do

total. A falta de definições precisas dos segmentos culturais e das competências dos agentes compromete o processo. É reconhecida a dificuldade em se estabelecer definições exatas de termos tão controversos quanto aos relacionados ao setor cultural, isso, todavia, não impede que haja uma delimitação do objeto cultural.

Para Bertini (2008, p. 98), pela falta de uma política cultural brasileira mais ampla quanto ao financiamento que forneça outros instrumentos para estimular a produção cultural, cabe ao incentivo fiscal o papel de maior fomentador da cultura. Apesar das distorções desse mecanismo, não se deve ignorar que ele tem servido para viabilizar uma parte das atividades artísticas no país.

3.4.1 As propostas de reforma da Lei Rouanet

Diante desse cenário, o governo reconhece que o modelo atual apresenta falhas e precisa de ajustes, por isso está revisando o sistema de financiamento cultural, ou seja, a Lei Rouanet. Enviado em 27 de janeiro de 2010 está no Congresso brasileiro para aprovação o Projeto de Lei nº 6.722/10 que cria o Programa Nacional de Fomento e Incentivo à Cultura (Procultura) e revoga a legislação vigente. Para assegurar a implementação das mudanças, para 2010, foi aprovada uma dotação de mais de R\$ 800 milhões do orçamento para o MinC. (MinC, 2010b).

O novo projeto de lei fortalece a idéia da cultura relacionada ao desenvolvimento humano e econômico do país e foi elaborado depois de consultas e diálogos com artistas e profissionais do setor cultural do país. O objetivo por trás dessas medidas é a universalização do acesso, defesa da diversidade e fomento à criatividade cultural. Com a reforma, espera-se ampliar os recursos direcionados ao setor, para isso se pretende diversificar os mecanismos de financiamento.

O sistema atual compreende o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac), que funciona mediante o Fundo Nacional da Cultura (FNC), os Fundos de Investimento Cultural e Artístico (Ficart) e os Incentivos a Projetos Culturais. A proposta é a criação de um novo mecanismo de financiamento, o Vale Cultura, mantendo os outros três já lei vigente. O Vale Cultura será criado por lei específica.

Apesar de atualmente a lei prever empréstimos reembolsáveis e o apoio a fundo perdido pelo FNC, só o segundo está em vigor. O projeto propõe que os recursos sejam aplicados pelas modalidades: não-reembolsáveis, reembolsáveis, e

investimento. Este último funcionaria por meio de associação a empresas e projetos culturais e da aquisição de quotas de fundos privados, com participação econômica nos resultados. É “um incentivo para que fundações culturais – museus, orquestras e outros equipamentos – constituam um fundo permanente de aplicações de longo prazo, com o objetivo de obter sustentabilidade, estabilidade financeira e diminuir a dependência da renúncia fiscal em sua modalidade atual”. (MinC, 2010a).

A intenção do governo é fortalecer o financiamento público direto, pois um dos pontos da reforma é tornar o FNC o principal mecanismo de financiamento, como previsto no art. 12 do projeto²⁴. O FNC seria dividido em nove fundos setoriais: Artes Visuais; Artes Cênicas; Música; Acesso e Diversidade; Patrimônio e Memória; Livro, Leitura, Literatura e Humanidades; Ações Transversais e Equalização; Incentivo à Inovação do Audiovisual; Fundo Setorial do Audiovisual. O Fundo do Audiovisual já existe e servirá de exemplo para os novos fundos. Para assegurar um equilíbrio entre os fundos, cada um terá entre 10% e 30% do total dos recursos do FNC. A criação desses fundos é importante principalmente para direcionar recursos aos segmentos que conseguem poucas captações em razão de sua natureza não comercial.

Quanto ao mecanismo de incentivo fiscal, a estrutura atual permite para pessoa jurídica, as seguintes cotas de renúncia: 30%, para patrocínio, ou 40%, para doação (para pessoa física, 60% e 80%, respectivamente), 100% para segmentos específicos. A proposta do projeto de lei é haver renúncia fiscal de 40%, 60% ou 80%, para os casos de patrocínio; no caso de doação, o máximo é 80% de dedução do imposto de renda. Deixa de existir o abatimento integral, de 100%. A mudança exige que as empresas usem seu próprio dinheiro no patrocínio, que o mecanismo não funcione como repasse de dinheiro público. O percentual de renúncia será maior quanto maior for a contribuição para as linguagens artísticas, o acesso gerado à sociedade e o reforço da economia da cultura, ou seja, todos os segmentos podem obter a faixa máxima de renúncia.

Pela Lei Rouanet, somente a música clássica pode captar financiamento com 100% de renúncia, não a música popular. Com a mudança, todos os segmentos poderão chegar à porcentagem máxima da isenção fiscal, inclusive a música

²⁴ Art. 12. O FNC será o principal mecanismo de fomento, incentivo e financiamento à cultura.

popular. Isso poderá afetar a captação dos segmentos não comerciais, pois as empresas tendem a privilegiar as atividades comerciais com visibilidade publicitária.

Existe ainda a proposta de ativar o Fundo de Investimento em Cultura e Arte (Ficart) – já previsto pela lei vigente, mas sem ação. A Comissão de Valores Mobiliários (CVM) deverá autorizar, disciplinar e fiscalizar a constituição, o funcionamento e a administração do Ficart. Serão financiados os bens e serviços culturais considerados sustentáveis economicamente, baseados na avaliação dos administradores do Fundo.

A intenção é de que o Ficart receba um percentual maior de renúncia, de início a renúncia será de 100%, a partir de 2014, o percentual será de 75% de isenção fiscal sobre o imposto de renda. O patrimônio do Ficart será representado por quotas emitidas sob a forma escritural, alienadas ao público com a intermediação da instituição administradora do Fundo. Em qualquer hipótese, não será dedutível a perda apurada na alienação das quotas dos Ficarts.

O governo pretende, com a ativação do Ficart, associar-se aos resultados econômicos e dividir o risco com o produtor cultural. Isso poderá garantir que, em caso de retorno os recursos do contribuinte, sejam retroalimentados para o fundo, criando oportunidade de investimento em novos projetos.

Para tornar transparente a avaliação da dimensão simbólica, econômica e social dos projetos tanto para captação de recursos do FNC quanto do incentivo fiscal, foi proposta a criação de um sistema público dos critérios. A Comissão Nacional de Incentivo à Cultura (CNIC), que atualmente avalia e aprova os projetos, será aperfeiçoada, com ampliação de suas competências, serão criadas comissões setoriais formadas por especialistas e representantes da sociedade civil que serão responsáveis pela avaliação técnica dos projetos. O projeto deverá ser de natureza cultural, não mais o proponente, que poderá ser pessoa física ou jurídica, com ou sem fim lucrativo de qualquer natureza, não só cultural. Depois de aprovado o projeto, com a nova estrutura do FNC, o recurso vai direto para o realizador. Espera-se, assim, agilizar e aperfeiçoar o sistema de análise dos projetos. A prestação de contas será mais simples, com foco nos resultados do projeto e não apenas em seus aspectos contábeis.

A fim de fortalecer as políticas públicas de cultura nos estados e municípios, ou o Sistema Nacional de Cultura, o novo FNC pretende repassar no mínimo 30% dos seus recursos para estados e municípios. Os recursos, no entanto, só poderão

ser direcionados para cultura e arte, não podendo ser usados pela máquina pública. É baixa a percepção do uso dos recursos públicos, o cidadão dificilmente tem conhecimento da atividade cultural realizada com o dinheiro público. Essa medida possibilita a descentralização dos recursos, ou seja, os artistas e produtores poderão conseguir apoio nas suas cidades e estados. O cidadão vai poder fiscalizar de perto a aplicação do recurso repassado.

A proposta de fortalecer o FNC aponta para a ampliação do financiamento público direto tende a aproximar o modelo brasileiro do modelo francês. Além disso, o projeto de lei define para o Incentivo a Projetos Culturais as modalidades de incentivo financeiro como doação incentivada e co-patrocínio incentivado. Aquela é a transferência de recursos financeiros sem finalidade promocional e este é a transferência de recursos financeiros com finalidade promocional. Essa separação também se aproxima dos termos franceses mecenato e patrocínio, cuja distinção se fundamenta na existência ou não de contrapartida.

O fim do 100% de isenção fiscal para os segmentos de pouca visibilidade poderá causar uma disputa por recursos desses segmentos com os de natureza comercial. Estes atraem os recursos privados com mais facilidades, pois atendem o interesse publicitário das empresas. Com as mudanças propostas de repasse de recursos para estados e municípios, espera-se que os segmentos menos comerciais tenham facilidade de acesso e aumentem sua produção cultural.

A experiência francesa de descentralização resultou na ampliação de acesso aos bens e serviços culturais das populações locais e melhor fiscalização dos cidadãos do uso dos recursos públicos. Além disso, contou com a parceria do Ministério da Educação, difundindo a cultura mediante o ensino. A proposta da nova lei brasileira prevê que o percentual da isenção fiscal seja maior quanto maior for a ajuda para ampliar o acesso gerado à sociedade. O mecanismo da renúncia está condicionado aos investimentos que colaborem para a desconcentração dos recursos, ou seja, regiões que têm recebido poucos recursos passem a receber mais.

Essas propostas, no entanto, não são suficientes para alcançar uma maior parte da população brasileira. É preciso que ocorra uma conscientização quanto a importância das atividades artísticas para a sociedade, um esclarecimento sobre a importância da cultura para o aspecto intelectual e artístico do homem como indivíduo e como cidadão. Para isso, exige-se uma articulação de projetos entre os

Ministérios, que o Ministério da Educação, por exemplo, coloque na grade escolar o ensino cultural e artístico.

CONCLUSÃO

Uma das questões da economia da cultura é se deve ou não existir ação estatal no setor cultural. Se sim, a que grau deve ser essa intervenção. Um dos argumentos refere-se à eficiência e equidade, prejudicadas muitas vezes pelas falhas de mercado; outro explica o efeito multiplicador causado sobre a economia.

No Brasil, a principal lei federal de incentivo à cultura, que regula esse financiamento, é a Lei Rouanet (8.313/1991), cujo objetivo é atrair mais recursos ao setor. Os mecanismos criados por ela são o Fundo Nacional da Cultura (FNC), o Incentivo a Projetos Culturais e o Fundo de Investimento Cultural e Artístico (Ficart). Este último, porém, nunca foi ativado. O FNC constitui o financiamento público direto; o Incentivo a Projetos Culturais, o financiamento público indireto por meio de incentivos fiscais. O funcionamento desses mecanismos, porém, tem apresentado diversas distorções, apontadas no Capítulo 3, que merecem ser retomadas.

Embora a parceria entre o Estado e a iniciativa privada tivesse por objetivo atrair mais recursos ao setor, o mecanismo de incentivo fiscal não aumentou o montante de recursos, pois não houve de fato “dinheiro novo”, mas sim uma redução da receita pública. Os incentivos fiscais corresponderam a quase integralidade do recurso privado captado. Além disso, em 2008, aproximadamente 10% do total de empresas incentivadoras que utilizaram a isenção foram responsáveis por 80% do total captado. Isso reflete a concentração dos recursos do Incentivo a Projetos Culturais em poucas empresas. A localização dessas empresas de certa forma parece também interferir na distribuição da verba, causando um desequilíbrio geográfico. Os recursos concentram-se basicamente na região Sudeste do Brasil, onde está localizada a maioria das empresas. Enquanto esta região em 2008 foi responsável por 79% da captação pela Lei Rouanet, a região Norte representou 0,5%. (MinC, 2009b).

A França também apresenta uma concentração dos recursos de origem no incentivo fiscal em poucas empresas, ainda que bem menor que a brasileira. Na França, em 2008, 63% dos recursos procediam de 18% das empresas mecenas. A semelhança quanto à distribuição geográfica, porém, não se repete. O objetivo da política cultural francesa de descentralizar e democratizar o setor propagou as atividades culturais e artísticas para o interior do país. De acordo com a Proposta de Lei, apresentada no Congresso brasileiro recentemente para substituir a vigente Lei

Rouanet, a intenção é ampliar o acesso da sociedade para essas atividades. Para atingir essa meta, prevê-se que a porcentagem da renúncia esteja condicionada aos investimentos que colaborem para a desconcentração dos recursos, para que as regiões que têm recebido pouco passem a receber mais incentivos. Por isso, as medidas tomadas pelos franceses podem servir como referência para o caso brasileiro.

A pouca clareza das modalidades doação e financiamento também afetam o processo de captação no Brasil. Há uma má compreensão sobre o aproveitamento de determinado evento cultural para fins publicitários. Se o evento apresenta as condições para atrelar-lhe a imagem da empresa, a oportunidade é favorável para o patrocínio. A doação não se encaixa nesse caso, pois trata-se de um ato filantrópico, sem a existência de contrapartida. O risco ocorre quando surge a mentalidade de que o patrocínio empresarial só deve ocorrer quando existir o incentivo tributário. Essa idéia pode prejudicar a prática do patrocínio. Enquanto no Brasil tanto a doação quanto o patrocínio beneficiam-se de porcentagens semelhantes de isenção fiscal, na França, o mecenato, ou seja, a doação, beneficia-se de determinada taxa de isenção fiscal, e o patrocínio não tem isenção fiscal. Há uma proposta de mudança no Projeto de Lei brasileiro quanto a isso, aumenta-se a taxa de isenção para patrocínio, e em caso de doação, estão previstas novas taxas para o abatimento do imposto de renda, eliminando a possibilidade de abatimento integral. Essa medida favorece o patrocínio em relação à doação, no sentido oposto do modelo francês.

Acrescentando a isso o longo processo de apresentação, aprovação e captação dos recursos, no Brasil, são poucos os projetos culturais que conseguem o acesso aos recursos. Porque, além da dificuldade burocrática, deve-se atender o perfil desejado da empresa. Para conseguir a captação, primeiro o projeto deve ser aprovado pelo MinC, em seguida, as empresas escolhem os projetos. A decisão do que será financiado, então, é feita pelas empresas com base nos projetos que se aproximam de sua estratégia publicitária.

A maior transparência com que os recursos são alocados também é importante, pois facilitaria a compreensão do funcionamento dos mecanismos, esclarecendo os segmentos culturais que precisam de mais ou menos intervenção estatal e ajuda financeira. Determinados bens e serviços culturais distinguem-se pelos aspectos de bens públicos ou bens de mérito e pelo fato de não apresentarem

o perfil comercial desejado pelas empresas, perdem a captação para aqueles que possuem visibilidade. Nessa situação se justifica a intervenção pública.

O mecanismo de financiamento francês destaca-se pela intervenção pública direta, e o incentivo fiscal, nas modalidades mecenato e patrocínio, é uma ação recente e em crescimento. Os recursos públicos geralmente são voltados para os bens e serviços culturais pouco comerciais, ou seja, aqueles cujos traços se aproximam de bens públicos e bens de mérito, tais como patrimônios históricos e festivais locais. Os recursos privados normalmente seguem para os segmentos comerciais, que possuem visibilidade publicitária. Diferente do sistema brasileiro, que em 2006 apontou o volume do mecanismo de incentivo fiscal quase oito vezes maior que o do volume resultante da ação pública direta. A proposta da nova lei prevê mudança dessa situação. O texto reflete a intenção de que os recursos privados, do incentivo fiscal e do Ficart, sejam direcionados para os segmentos culturais comerciais e que os recursos públicos, por meio dos fundos setoriais, sejam voltados para os segmentos cujos bens se aproximem das características dos bens públicos e bens de mérito.

Dessa forma, justifica-se o argumento de que nas situações de semelhança com os bens públicos e bens de mérito, em que o mecanismo de preços parece não funcionar de maneira eficiente no setor cultural, a ação pública se faz necessária. Todavia, considerando o ganho das empresas com a publicidade vinculada a determinado bem ou serviço cultural, questiona-se se realmente é preciso oferecer benefícios de isenção fiscal.

Apesar de os dois países apresentarem condições distintas no setor cultural, foi possível perceber que os dois modelos de financiamento (público direto e incentivo fiscal) possuem problemas com a transparência do uso e direcionamentos dos recursos.

Por fim, se o objetivo da política cultural é ampliar o acesso dos cidadãos às atividades culturais e artísticas, as leis elaboradas para regulamentar o setor devem ser coerentes com esse objetivo. As leis federais servem de modelo para a elaboração de leis estaduais e municipais. Por essa razão, uma estrutura federal de financiamento sólida para a cultura é primordial para o desenvolvimento nacional do setor. Daí a importância dos ajustes no atual modelo brasileiro, pois a estrutura vigente carece de aperfeiçoamentos. As alterações propostas pela nova lei apontam para uma possível correção de problemas identificados neste trabalho.

Os temas associados à economia da cultura ainda são pouco explorados no Brasil. Espera-se que este trabalho motive outros economistas a pesquisar o assunto, dada sua importância não só para o crescimento econômico do país graças à produção e ao consumo de bens culturais, mas também pela satisfação pessoal do homem e do fortalecimento da identidade do grupo a que pertence, no caso, do povo brasileiro.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADMICAL. *Association pour le Développement du Mécénat Industriel et Commercial*. 2009. Disponível em: <<http://www.admical.org/default.asp?contentid=55>>. Acesso em: 10 abril 2009.

AMORIM, Cláudia. Leis de incentivo são uma anomalia (entrevista com Yakoff Sarkovas). **Jornal do Brasil**. Rio de Janeiro, 27 de out. 2003. Disponível em: <http://www.clotildetavares.com.br/forum/entrevista_sarkovas.htm>. Acesso em: 16 dez. 2009.

BAUMOL, William; BOWEN, William G. On the Performing Arts: The Anatomy of Their Economic Problems. **The American Economic Review**, v. 55, n. 1/2. (Mar. - May, 1965), pp. 495-502. Disponível em: <<http://links.jstor.org/sici?sici=0002-8282%28196503%2F05%2955%3A1%2F2%3C495%3AOTPATA%3E2.0.CO%3B2-1>>. Acesso em: 26 set. 2007.

_____. **Performing arts: the economic dilemma**. New York: The Twentieth Century Fund, 1966.

BENHAMOU, Françoise. **A economia da cultura**. Cotia: Ateliê Editorial, 2007.

BLAUG, Mark. Where Are We Now on Cultural Economics? **Journal of Economic Surveys**, v. 15, n. 2, 2001, p. 123-143. Disponível em: <http://econpapers.repec.org/article/blajecsur/v_3A15_3Ay_3A2001_3Ai_3A2_3Ap_3A123-43.htm>. Acesso em: 18 out. 2008.

BERTINI, Alfredo. **Economia da cultura: a indústria do entretenimento e o audiovisual no Brasil**. São Paulo: Saraiva, 2008.

BRASIL. Presidência da República. **Lei nº 8.313**, de 23 de dezembro de 1991. **Lei Roaunet**. Restabelece princípios da Lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986, institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) e dá outras providências. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2008/04/lei-8313-de-1991-atualizada.pdf>>. Acesso em: 11 fev. 2010.

_____. **Projeto de Lei nº 6.722**, de 27 de janeiro de 2010. Institui o Programa Nacional de Fomento e Incentivo à Cultura - Procultura, e dá outras providências. Disponível em: <<http://blogs.cultura.gov.br/blogdarouanet/files/2010/01/PL-Nova-Rouanet.pdf>>. Acesso em: 29 jan. 2010.

CANCLINI, Nestor et al. **Políticas culturais para o desenvolvimento: uma base de dados para a cultura**. Brasília : UNESCO Brasil, 2003.

CALABRE, Lia. Políticas culturais no Brasil: balanço e perspectivas. In: RUBIM, Antonio A. Canelas; BARBALHO, Alexandre (orgs.). **Políticas culturais no Brasil**. Salvador: EDUFBA, 2007.

CARDONA, Jeannine; LACROIX, Chantal. **Chiffres Clés 2008**: statistiques de la culture. 2007. Disponível em: <<http://www2.culture.gouv.fr/culture/deps/2008/pdf/chiffcles08.pdf>>. Acesso em: 19 de maio de 2009.

CESNIK, Fábio de Sá. **Guia do incentivo à cultura**. Barueri: Manole, 2007.

COELHO, José Teixeira. **Dicionário crítico de política cultural**: cultura e imaginário. São Paulo: FAPESP/ Iluminuras, 1997.

COUCHOUX, M^e Stéphane. Le mécénat culturel: un dispositif “sur-mesure” ou encore perfectible? In: ORSONI, Gilbert (org.). **Le financement de la culture**. Paris: Economica, 2007.

COWEN, Tyler; GRIER, Robin. Do artists suffer from a cost-disease? **Rationality and Society**, v. 8, 1996, p. 5-24. Disponível em: <<http://www.gmu.edu/jbc/Tyler/cost-disease.PDF>>. Acesso em: 24 mar. 2009.

DEROIN, Valérie. Statistiques d'entreprises des industries culturelles. **Culture Chiffres**, n. 4, 2008. Disponível em: <http://www2.culture.gouv.fr/culture/deps/2008/pdf/Cchiffres08_4.pdf>. Acesso em: 18 maio 2009.

DELVAINQUIERE, Jean-Cédric; DIETSCH, Bruno. Les dépenses culturelles des collectivités locales en 2006: près de 7 milliards d'euros pour la culture. **Culture Chiffres**, n. 3, 2009. Disponível em: <http://www2.culture.gouv.fr/culture/deps/2008/pdf/Cchiffres09_3.pdf>. Acesso em 18 maio 2009.

DOUAT, Étienne; PELLAS, Jean-Raphaël. Le budget de la culture. In: ORSONI, Gilbert (org.). **Le financement de la culture**. Paris: Economica, 2007.

DUSSART, Vincent. Les instruments budgétaires de protection du patrimoine monumental. In: ORSONI, Gilbert (org.). **Le financement de la culture**. Paris: Economica, 2007.

FARCHY, Joëlle; SAGOT-DUVAROUX, Dominique. **Economie des politiques culturelles**. Puf, 1994.

FLORISSI, Stefano; WALDEMAR, Felipe Starosta. Economia da cultura: uma revisão da literatura. In: VALIATI, Leandro; FLORISSI, Stefano (org.). **Economia da Cultura. Bem-estar econômico e evolução cultural**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2007.

FRANÇA. **Code général des impôts**. Articles 200: mécénat des particuliers; 238 bis: mécénat des entreprises; 238 bis-0 A: versement effectué par une entreprise à l'Etat pour permettre l'acquisition d'un trésor national ou d'une oeuvre d'intérêt patrimonial majeur au profit de collections publiques; 238 bis-0 AB: acquisition par une entreprise d'un trésor national pour son propre compte; 238 bis AB: acquisition par une entreprise d'œuvres originales d'artistes vivants, ou d'instruments de musique destinés à être prêtés à des interprètes professionnels. Disponível em: <http://www.mecenat.culture.gouv.fr/legi_txt02.php>. Acesso em: 29 jan. 2010.

_____. Loi n° 2003-709, du 1^{er} août 2003. **Loi Aillagon**. Relative au mécénat, aux associations et aux fondations. Disponível em: <<http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000791289&dateTexte=vig>>. Acesso em: 29 jan. 2010.

FREY, Bruno S. **Arts and Economics**. Heidelberg and New York: Springer-Verlag, 2003a.

_____. Public Support. In: TOWSE, Ruth (ed.). **A handbook of cultural economics**. Edward Elgar: Cheltenham, UK / Northampton, MA, USA, 2003b. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/1765/799>>. Acesso em: 16 set. 2008.

FURTADO, Celso. Prefácio. In: ÁLVAREZ, Gabriel O. (org.). **Indústrias culturais no Mercosul**. Brasília: Instituto Brasileiro de Relações Internacionais, 2003.

GALBRAITH, John Kenneth. **A economia e o interesse público**. São Paulo: Pioneira, 1988.

GETINO, Octavio. Las industrias culturales Mercosur: aproximación a un proyecto de política de Estado. In: ÁLVAREZ, Gabriel O. (org.). **Indústrias culturais no Mercosul**. Brasília: Instituto Brasileiro de Relações Internacionais, 2003.

HARVEY, Edwin R. **La financiación de la cultura y de las artes**. Madrid: IBERAUTOR/SGAE, 2003.

HANSMANN, Henry. Nonprofit enterprise in the performing arts. **The Bell Journal of Economics**, v. 12, n. 2, 1981, p. 341-361. Disponível em: <<http://www.jstor.org/pss/3003560>>. Acesso em: 07 abr. de 2009.

HEILBRUN, James; GRAY, Charles M. **The economics of arts and culture**. United Kingdom: Cambridge University Press, 2004.

IBGE. **Sistema de Informações e Indicadores Culturais: 2003-2005**. Rio de Janeiro, 2007a. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2008/04/indic_culturais2005.pdf>. Acesso em: 29 maio 2009.

_____. **Pesquisa de Informações Básicas Municipais: Perfil dos Municípios Brasileiros Cultura 2006**. Rio de Janeiro, 2007b. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/perfilmunic/cultura2006/cultura2006.pdf>>. Acesso em: 17 set. 2007.

IFCIC. *Institut pour le Financement du Cinéma et des Industries Culturelles*. Disponível em: <<http://www.ifcic.fr/>>. Acesso em: 10 abril 2009.

INSTITUTO CULTURAL CIDADE VIVA. **Perfil de empresas patrocinadoras**. Rio de Janeiro: Record, 2003.

LACROIX, Chantal . Les dépenses de consommation des ménages en biens et services culturels et télécommunications. **Culture Chiffres**, n. 2, 2009. Disponível em: <http://www2.culture.gouv.fr/culture/deps/2008/pdf/Cchiffres09_2.pdf>. Acesso em: 5 de junho de 2009.

_____. **Chiffres Clés 2009: statistiques de la culture**. 2008. Disponível em: <<http://www2.culture.gouv.fr/culture/deps/2008/pdf/Chiffres-cles-2009.pdf>>. Acesso em: 19 de maio de 2009.

LECAT, Jean-Philippe. Nouvelles littéraires, v. , n. , 1979, p. . In: FARCHY, Joëlle; SAGOT-DUVAROUX, Dominique. **Economie des politiques culturelles**. Puf, 1994.

MARSHALL, Alfred. **Princípios de economia**. São Paulo: Abril, 1996.

MBCPFP (MINISTÈRE DU BUDGET, DES COMPTES PUBLICS ET DE LA FONCTION PUBLIQUE). **Projet de loi de finances pour 2006**: effort financier de l'État dans le domaine culturel. 2005. Disponível em: < http://www.performance-publique.gouv.fr/farandole/2006/pap/pdf/jaune2006_culture.pdf>. Acesso em: 8 de junho de 2009.

_____. **Annexe au projet de loi de finances pour 2009**: effort financier de l'État dans le domaine culturel. 2008a. Disponível em: < <http://www.performance-publique.gouv.fr/farandole/2009/pap/pdf/Jaune2009culturel.pdf>>. Acesso em: 5 de junho de 2009.

_____. **Projet de loi de finances pour 2009**: effort financier de l'État en faveur des petites et moyennes entreprises. 2008b. Disponível em: < <http://www.performance-publique.gouv.fr/farandole/2009/pap/pdf/Jaune2009pme.pdf>>. Acesso em: 5 de junho de 2009.

MCC (MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION). **Mini chiffres clés 1998**. 1999. Disponível em: < <http://www2.culture.gouv.fr/deps/mini-chiff/page8.htm>>. Acesso em: 19 de maio de 2009.

_____. **Financement de la culture**. 2006. Disponível em: < <http://www2.culture.gouv.fr/culture/deps/2008/pdf/chiffclefinancement07.pdf>>. Acesso em: 19 de maio de 2009.

MESNARD, A. H. L'action culturelle des pouvoirs publics. Paris: Librairie générale de droit et de jurisprudence, 1969. In: FARCHY, Joëlle; SAGOT-DUVAROUX, Dominique. **Economie des politiques culturelles**. Puf, 1994.

_____. Droit et politique de la culture. Puf, 1990. In: FARCHY, Joëlle; SAGOT-DUVAROUX, Dominique. **Economie des politiques culturelles**. Puf, 1994.

MIGUEZ, Paulo. **Alguns aspectos do processo de constituição do campo de estudos em economia da cultura**. Apresentado no Seminário Internacional em Economia da Cultura (Recife, 16 a 20 de julho 2007). Disponível em: <<http://www.fundaj.gov.br/geral/ascom/economia/paulomiguez2.pdf>>. Acesso em: 23 set. 2008.

MinC (Ministério da Cultura). **Balanço geral da União 2006**. 2008a. Disponível em: < <http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2008/04/bgu-2006.pdf>>. Acesso em: 17 jun. 2009.

_____. **Balanço geral da União 2007**. 2008b. Disponível em: < <http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2008/04/bgu-2007.pdf>>. Acesso em: 17 jun. 2009.

_____. **Glossário**. 2009a. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/site/categoria/apoio-a-projetos/mecanismos-de-apoio-do-minc/lei-rouanet-mecanismos-de-apoio-do-minc-apoio-a-projetos/informacoes-gerais-lei-rouanet-mecanismos-de-apoio-do-minc-apoio-a-projetos-mecanismos-de-apoio-do-minc-apoio-a-projetos/glossario/>>. Acesso em: 17 jun. 2009a.

_____. **Nova lei da cultura**. 2010a. Disponível em: < <http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2010/01/projeto-15-28jan10-web.pdf>>. Acesso em: 29 jan. 2010.

_____. **Reforma da Lei Rouanet**. 2010b. Disponível em: <<http://blogs.cultura.gov.br/blogdarouanet/>>. Acesso em: 05 fev. 2010.

_____. **Salicnet: banco de dados**. 2009b. Disponível em: <<http://sistemas.cultura.gov.br/salicnet/Salicnet/Salicnet.php>>. Acesso em: 11 nov. 2009.

MUSGRAVE, R. A. **Merit goods**. In: DURLAUF, Steven N.; BLUME, Lawrence E. *The New Palgrave Dictionary of Economics*. Palgrave Macmillan, 2008. Disponível em: <http://www.dictionaryofeconomics.com/article?id=pde2008_M000152>. Acesso em: 12 nov. 2008.

MOLLARD, Claude. **L'ingénierie culturelle**. Paris: Puf, 2009.

OLIVIERI, Cristiane Garcia. **Cultura neoliberal: Leis de incentivo como política pública de cultura**. São Paulo: Escrituras Editora, 2004.

PENSARTE. **Contribuições ao debate público da Lei Rouanet**. 2009. Disponível em: <http://www.cdp.ufpr.br/ucap/anexos/organizacao_de_eventos/parte01/lei_rouanet/cartilha_pensarte_lei_rouanet/cartilha_pensarte_rouanet.pdf>. Acesso em: 17 nov. 2009.

PICARD, P. *Eléments de microéconomie*. Paris: Monchrestien, 1987. In: FARCHY, Joëlle; SAGOT-DUVAROUX, Dominique. **Economie des politiques culturelles**. Puf, 1994.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Economia da cultura e desenvolvimento sustentável: o caleidoscópio da cultura**. Barueri: Manole, 2007.

_____. **Marketing cultural e financiamento da cultura: teoria e prática em um estudo internacional comparado**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

RUBIM, Antonio A.Canelas; BARBALHO, Alexandre (orgs.). **Políticas culturais no Brasil**. Salvador: EDUFBA, 2007.

SANCHO, José Ramón Lasuén; GRACIA, María Isabel García; PRIETO, José Luis Zofío. **Cultura y economía**. Madrid: Fundación Autor/SGAE, 2005.

SEN, Amartya. How does culture matter? in RAO, Vijayendra; WALTON, Michael (ed.). **Culture and Public Action**. Stanford: Stanford Social Sciences, 2004.

SILVA, Frederico A. Barbosa da. **Política Cultural no Brasil 2002-2006: acompanhamento e análise**. Brasília: Ministério da Cultura, 2007a. Cadernos de Políticas Culturais v. 2. Disponível em: <<http://www.ipea.gov.br/sites/000/2/livros/cardenosdepoliticac/cadvol2.pdf>>. Acesso em: 23 ago. 2007.

_____. **Economia e Política Cultural: acesso, emprego e financiamento**. Brasília: Ministério da Cultura, 2007b. Cadernos de Políticas Culturais v. 3. Disponível em: <<http://www.ipea.gov.br/sites/000/2/livros/cardenosdepoliticac/cadvol3.pdf>>. Acesso em: 23 ago. 2007.

STIGLITZ, Joseph E. **Economics of the public sector**. EUA: W.W. Norton & Company, Inc., 1999.

TOLILA, Paul. **Cultura e economia**. São Paulo: Iluminuras, 2007.

TOWSE, Ruth (ed.). **A handbook of cultural economics**. Edward Elgar: Cheltenham, UK / Northampton, MA, USA, 2003. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/1765/843>>. Acesso em: 12 nov. 2007. p. 1-14 ou Introdução.

_____. **Manual de economía de la cultura**. Madrid: Fundación Autor/SGAE, 2005.

TROSBY, David. **Economics and culture**. Cambridge: Cambridge University Press, 2003.

_____. The Production and Consumption of the Arts: A View of Cultural Economics. **Journal of Economic Literature**, v. 32, n. 1, 1994, pp. 1-29. Disponível em: <<http://links.jstor.org/sici?sici=0022-0515%28199403%2932%3A1%3C1%3ATPACOT%3E2.0.CO%3B2-9>>. Acesso em: 28 abril 2007.

UNESCO. **International flows of selected cultural goods and services, 1994-2003**: Defining and capturing the flows of global cultural trade. Montreal: Unesco-UIS, 2005. Disponível em: <http://www.uis.unesco.org/template/pdf/cscl/IntlFlows_EN.pdf>. Acesso em: 15 ago. 2007.

_____. Records of the General Conference. Twenty-first Session. Belgrade, 23 September to 28 October 1980. Resolutions. <<http://unesdoc.unesco.org/images/0011/001140/114029e.pdf#page=144>>. Acesso em: 25 fev. 2009.

_____. Mexico City Declaration on Cultural Policies. 1982. <http://portal.unesco.org/culture/en/files/12762/11295421661mexico_en.pdf/mexico_en.pdf>. Acesso em: 25 fev. 2009.

VALIATI, Leandro; FLORISSI, Stefano. A problemática da captação: relação entre os incentivos fiscais e a gestão dos recursos públicos na decisão privada da inversão cultural. In: VALIATI, Leandro; FLORISSI, Stefano (org.). **Economia da Cultura. Bem-estar econômico e evolução cultural**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2007.

WALLISER, Björn. **Le parrainage**: sponsoring et mécénat. Paris: Dunod, 2006.

ANEXO**Presidência da República
Casa Civil - Subchefia para Assuntos Jurídicos****LEI Nº 8.313, DE 23 DE DEZEMBRO DE 1991**

Restabelece princípios da Lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986, institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) e dá outras providências.

O **PRESIDENTE DA REPÚBLICA** Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

**CAPÍTULO I
Disposições Preliminares**

Art. 1º Fica instituído o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac), com a finalidade de captar e canalizar recursos para o setor de modo a:

I - contribuir para facilitar, a todos, os meios para o livre acesso às fontes da cultura e o pleno exercício dos direitos culturais;

II - promover e estimular a regionalização da produção cultural e artística brasileira, com valorização de recursos humanos e conteúdos locais;

III - apoiar, valorizar e difundir o conjunto das manifestações culturais e seus respectivos criadores;

IV - proteger as expressões culturais dos grupos formadores da sociedade brasileira e responsáveis pelo pluralismo da cultura nacional;

V - salvaguardar a sobrevivência e o florescimento dos modos de criar, fazer e viver da sociedade brasileira;

VI - preservar os bens materiais e imateriais do patrimônio cultural e histórico brasileiro;

VII - desenvolver a consciência internacional e o respeito aos valores culturais de outros povos ou nações;

VIII - estimular a produção e difusão de bens culturais de valor universal, formadores e informadores de conhecimento, cultura e memória;

IX - priorizar o produto cultural originário do País.

Art. 2º O Pronac será implementado através dos seguintes mecanismos:

I - Fundo Nacional da Cultura (FNC);

II - Fundos de Investimento Cultural e Artístico (Ficart);

III - Incentivo a projetos culturais.

~~Parágrafo único. Os incentivos criados pela presente lei somente serão concedidos a projetos culturais que visem a exibição, utilização e circulação públicas dos bens culturais deles resultantes, vedada a concessão de incentivo a obras, produtos, eventos ou outros decorrentes, destinados ou circunscritos a circuitos privados ou a coleções particulares.~~

§ 1º Os incentivos criados por esta Lei somente serão concedidos a projetos culturais cuja exibição, utilização e circulação dos bens culturais deles resultantes sejam abertas, sem distinção, a qualquer pessoa, se gratuitas, e a público pagante, se cobrado ingresso. (Renumerado do parágrafo único pela Lei nº 11.646, de 2008)

§ 2º 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. (Incluído pela Lei nº 11.646, de 2008)

Art. 3º Para cumprimento das finalidades expressas no art. 1º desta lei, os projetos culturais em cujo favor serão captados e canalizados os recursos do Pronac atenderão, pelo menos, um dos seguintes objetivos:

I - incentivo à formação artística e cultural, mediante:

- a) concessão de bolsas de estudo, pesquisa e trabalho, no Brasil ou no exterior, a autores, artistas e técnicos brasileiros ou estrangeiros residentes no Brasil;
- b) concessão de prêmios a criadores, autores, artistas, técnicos e suas obras, filmes, espetáculos musicais e de artes cênicas em concursos e festivais realizados no Brasil;
- c) instalação e manutenção de cursos de caráter cultural ou artístico, destinados à formação, especialização e aperfeiçoamento de pessoal da área da cultura, em estabelecimentos de ensino sem fins lucrativos;

II - fomento à produção cultural e artística, mediante:

~~a) produção de discos, vídeos, filmes e outras formas de reprodução fonovideográfica de caráter cultural;~~

a) produção de discos, vídeos, obras cinematográficas de curta e média metragem e filmes documentais, preservação do acervo cinematográfico bem assim de outras obras de reprodução videofonográfica de caráter cultural; (Redação dada pela Medida

Provisória nº 2.228-1, de 2001)

- b) edição de obras relativas às ciências humanas, às letras e às artes;
- c) realização de exposições, festivais de arte, espetáculos de artes cênicas, de música e de folclore;
- d) cobertura de despesas com transporte e seguro de objetos de valor cultural destinados a exposições públicas no País e no exterior;
- e) realização de exposições, festivais de arte e espetáculos de artes cênicas ou congêneres;

III - preservação e difusão do patrimônio artístico, cultural e histórico, mediante:

- a) construção, formação, organização, manutenção, ampliação e equipamento de museus, bibliotecas, arquivos e outras organizações culturais, bem como de suas coleções e acervos;
- b) conservação e restauração de prédios, monumentos, logradouros, sítios e demais espaços, inclusive naturais, tombados pelos Poderes Públicos;
- c) restauração de obras de artes e bens móveis e imóveis de reconhecido valor cultural;
- d) proteção do folclore, do artesanato e das tradições populares nacionais;

IV - estímulo ao conhecimento dos bens e valores culturais, mediante:

- a) distribuição gratuita e pública de ingressos para espetáculos culturais e artísticos;
- b) levantamentos, estudos e pesquisas na área da cultura e da arte e de seus vários segmentos;
- c) fornecimento de recursos para o FNC e para fundações culturais com fins específicos ou para museus, bibliotecas, arquivos ou outras entidades de caráter cultural;

V - apoio a outras atividades culturais e artísticas, mediante:

- a) realização de missões culturais no país e no exterior, inclusive através do fornecimento de passagens;
- b) contratação de serviços para elaboração de projetos culturais;
- ~~c) ações não previstas nos incisos anteriores e consideradas relevantes pela Secretaria da Cultura da Presidência da República – SEC/PR, ouvida a Comissão Nacional de Incentivo à Cultura – CNIC.~~
- c) ações não previstas nos incisos anteriores e consideradas relevantes pelo Ministro de Estado da Cultura, consultada a Comissão Nacional de Apoio à Cultura. (Redação dada pela Lei nº 9.874, de 1999)

CAPÍTULO II

Do Fundo Nacional da Cultura (FNC)

Art. 4º Fica ratificado o Fundo de Promoção Cultural, criado pela Lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986, que passará a denominar-se Fundo Nacional da Cultura (FNC), com o objetivo de captar e destinar recursos para projetos culturais compatíveis com as finalidades do Pronac e de:

I - estimular a distribuição regional eqüitativa dos recursos a serem aplicados na execução de projetos culturais e artísticos;

II - favorecer a visão interestadual, estimulando projetos que explorem propostas culturais conjuntas, de enfoque regional;

III - apoiar projetos dotados de conteúdo cultural que enfatizem o aperfeiçoamento profissional e artístico dos recursos humanos na área da cultura, a criatividade e a diversidade cultural brasileira;

IV - contribuir para a preservação e proteção do patrimônio cultural e histórico brasileiro;

V - favorecer projetos que atendam às necessidades da produção cultural e aos interesses da coletividade, aí considerados os níveis qualitativos e quantitativos de atendimentos às demandas culturais existentes, o caráter multiplicador dos projetos através de seus aspectos sócio-culturais e a priorização de projetos em áreas artísticas e culturais com menos possibilidade de desenvolvimento com recursos próprios.

~~§ 1º O FNC será administrado pela Secretaria da Cultura da Presidência da República – SEC/PR e gerido por seu titular, assessorado por um comitê constituído dos diretores da SEC/PR e dos presidentes das entidades supervisionadas, para cumprimento do Programa de Trabalho Anual aprovado pela Comissão Nacional de Incentivo à Cultura – CNIC de que trata o art. 32 desta Lei, segundo os princípios estabelecidos nos artigos 1º e 3º da mesma.~~

~~§ 2º Os recursos do FNC serão aplicados em projetos culturais submetidos com parecer da entidade supervisionada competente na área do projeto, ao Comitê Assessor, na forma que dispuser o regulamento.~~

§ 1º O FNC será administrado pelo Ministério da Cultura e gerido por seu titular, para cumprimento do Programa de Trabalho Anual, segundo os princípios estabelecidos nos arts. 1º e 3º. (Redação dada pela Lei nº 9.874, de 1999)

§ 2º Os recursos do FNC somente serão aplicados em projetos culturais após aprovados, com parecer do órgão técnico competente, pelo Ministro de Estado da Cultura. (Redação dada pela Lei nº 9.874, de 1999)

§ 3º Os projetos aprovados serão acompanhados e avaliados tecnicamente pelas entidades supervisionadas, cabendo a execução financeira à SEC/PR.

§ 4º Sempre que necessário, as entidades supervisionadas utilizarão peritos para análise e parecer sobre os projetos, permitida a indenização de despesas com o deslocamento, quando houver, e respectivos pró-labore e ajuda de custos, conforme ficar definido no regulamento.

§ 5º O Secretário da Cultura da Presidência da República designará a unidade da estrutura básica da SEC/PR que funcionará como secretaria executiva do FNC.

~~§ 6º Os recursos do FNC não poderão ser utilizados para despesas de manutenção administrativa da SEC/PR.~~

§ 6º Os recursos do FNC não poderão ser utilizados para despesas de manutenção administrativa do Ministério da Cultura, exceto para a aquisição ou locação de equipamentos e bens necessários ao cumprimento das finalidades do Fundo. (Redação dada pela Lei nº 9.874, de 1999)

§ 7º Ao término do projeto, a SEC/PR efetuará uma avaliação final de forma a verificar a fiel aplicação dos recursos, observando as normas e procedimentos a serem definidos no regulamento desta lei, bem como a legislação em vigor.

§ 8º As instituições públicas ou privadas receptoras de recursos do FNC e executoras de projetos culturais, cuja avaliação final não for aprovada pela SEC/PR, nos termos do parágrafo anterior, ficarão inabilitadas pelo prazo de três anos ao recebimento de novos recursos, ou enquanto a SEC/PR não proceder a reavaliação do parecer inicial.

Art. 5º O FNC é um fundo de natureza contábil, com prazo indeterminado de duração, que funcionará sob as formas de apoio a fundo perdido ou de empréstimos reembolsáveis, conforme estabelecer o regulamento, e constituído dos seguintes recursos:

I - recursos do Tesouro Nacional;

II - doações, nos termos da legislação vigente;

III - legados;

IV - subvenções e auxílios de entidades de qualquer natureza, inclusive de organismos internacionais;

V - saldos não utilizados na execução dos projetos a que se referem o Capítulo IV e o presente capítulo desta lei;

VI - devolução de recursos de projetos previstos no Capítulo IV e no presente capítulo desta lei, e não iniciados ou interrompidos, com ou sem justa causa;

VII - um por cento da arrecadação dos Fundos de Investimentos Regionais, a que se refere a Lei nº 8.167, de 16 de janeiro de 1991, obedecida na aplicação a respectiva origem geográfica regional;

~~VIII - um por cento da arrecadação bruta das loterias federais, deduzindo-se este valor do montante destinado aos prêmios;~~

~~VIII - um por cento da arrecadação bruta dos concursos de prognósticos e loterias federais e similares cuja realização estiver sujeita a autorização federal, deduzindo-se este valor do montante destinados aos prêmios; (Redação dada pela Lei nº 9.312, de 1996) (Regulamento)~~

VIII - Três por cento da arrecadação bruta dos concursos de prognósticos e loterias federais e similares cuja realização estiver sujeita a autorização federal, deduzindo-se este valor do montante destinados aos prêmios; (Redação dada pela Lei nº 9.999, de 2000)

IX - reembolso das operações de empréstimo realizadas através do fundo, a título de financiamento reembolsável, observados critérios de remuneração que, no mínimo, lhes preserve o valor real;

X - resultado das aplicações em títulos públicos federais, obedecida a legislação vigente sobre a matéria;

XI - conversão da dívida externa com entidades e órgãos estrangeiros, unicamente mediante doações, no limite a ser fixado pelo Ministro da Economia, Fazenda e Planejamento, observadas as normas e procedimentos do Banco Central do Brasil;

XII - saldos de exercícios anteriores; XIII recursos de outras fontes.

Art. 6º O FNC financiará até oitenta por cento do custo total de cada projeto, mediante comprovação, por parte do proponente, ainda que pessoa jurídica de direito público, da circunstância de dispor do montante remanescente ou estar habilitado à obtenção do respectivo financiamento, através de outra fonte devidamente identificada, exceto quanto aos recursos com destinação especificada na origem.

§ 1º (Vetado)

§ 2º Poderão ser considerados, para efeito de totalização do valor restante, bens e serviços oferecidos pelo proponente para implementação do projeto, a serem devidamente avaliados pela SEC/PR.

Art. 7º A SEC/PR estimulará, através do FNC, a composição, por parte de instituições financeiras, de carteiras para financiamento de projetos culturais, que levem em conta o caráter social da iniciativa, mediante critérios, normas, garantias e taxas de juros especiais a serem aprovados pelo Banco Central do Brasil.

CAPÍTULO III

Dos Fundos de Investimento Cultural e Artístico (Ficart)

Art. 8º Fica autorizada a constituição de Fundos de Investimento Cultural e Artístico (Ficart), sob a forma de condomínio, sem personalidade jurídica, caracterizando comunhão de recursos destinados à aplicação em projetos culturais e artísticos.

~~Art. 9º São considerados projetos culturais e artísticos, para fins de aplicação de recursos dos FICART, além de outros que assim venham a ser declarados pela CNIC:~~

Art. 9º São considerados projetos culturais e artísticos, para fins de aplicação de recursos do FICART, além de outros que venham a ser declarados pelo Ministério da Cultura: (Redação dada pela Lei nº 9.874, de 1999)

I - a produção comercial de instrumentos musicais, bem como de discos, fitas, vídeos, filmes e outras formas de reprodução fonovideográficas;

II - a produção comercial de espetáculos teatrais, de dança, música, canto, circo e demais atividades congêneres;

III - a edição comercial de obras relativas às ciências, às letras e às artes, bem como de obras de referência e outras de cunho cultural;

IV - construção, restauração, reparação ou equipamento de salas e outros ambientes destinados a atividades com objetivos culturais, de propriedade de entidades com fins lucrativos;

~~V - outras atividades comerciais ou industriais, de interesse cultural, assim considerados pela SEC/PR, ouvida a CNIC.~~

V - outras atividades comerciais ou industriais, de interesse cultural, assim consideradas pelo Ministério da Cultura. (Redação dada pela Lei nº 9.874, de 1999)

Art. 10. Compete à Comissão de Valores Mobiliários, ouvida a SEC/PR, disciplinar a constituição, o funcionamento e a administração dos Ficart, observadas as disposições desta lei e as normas gerais aplicáveis aos fundos de investimento.

Art. 11. As quotas dos Ficart, emitidas sempre sob a forma nominativa ou escritural, constituem valores mobiliários sujeitos ao regime da Lei nº 6.385, de 7 de dezembro de 1976.

Art. 12. O titular das quotas de Ficart:

I - não poderá exercer qualquer direito real sobre os bens e direitos integrantes do patrimônio do fundo;

II - não responde pessoalmente por qualquer obrigação legal ou contratual, relativamente aos empreendimentos do fundo ou da instituição administradora, salvo quanto à obrigação de pagamento do valor integral das quotas subscritas.

Art. 13. A instituição administradora de Ficart compete:

I - representá-lo ativa e passivamente, judicial e extrajudicialmente;

II - responder pessoalmente pela evicção de direito, na eventualidade da liquidação deste.

Art. 14. Os rendimentos e ganhos de capital auferidos pelos Ficart ficam isentos do imposto sobre operações de crédito, câmbio e seguro, assim como do imposto sobre renda e proventos de qualquer natureza. (Vide Lei nº 8.894, de 1994)

Art. 15. Os rendimentos e ganhos de capital distribuídos pelos Ficart, sob qualquer forma, sujeitam-se à incidência do imposto sobre a renda na fonte à alíquota de vinte e cinco por cento.

Parágrafo único. Ficam excluídos da incidência na fonte de que trata este artigo, os rendimentos distribuídos a beneficiário pessoas jurídica tributada com base no lucro real, os quais deverão ser computados na declaração anual de rendimentos.

Art. 16. Os ganhos de capital auferidos por pessoas físicas ou jurídicas não tributadas com base no lucro real, inclusive isentas, decorrentes da alienação ou resgate de quotas dos Ficart, sujeitam-se à incidência do imposto sobre a renda, à mesma alíquota prevista para a tributação de rendimentos obtidos na alienação ou resgate de quotas de fundos mútuos de ações.

§ 1º Considera-se ganho de capital a diferença positiva entre o valor de cessão ou resgate da quota e o custo médio atualizado da aplicação, observadas as datas de aplicação, resgate ou cessão, nos termos da legislação pertinente.

§ 2º O ganho de capital será apurado em relação a cada resgate ou cessão, sendo permitida a compensação do prejuízo havido em uma operação com o lucro obtido em outra, da mesma ou diferente espécie, desde que de renda variável, dentro do mesmo exercício fiscal.

§ 3º O imposto será pago até o último dia útil da primeira quinzena do mês subsequente àquele em que o ganho de capital foi auferido.

§ 4º Os rendimentos e ganhos de capital a que se referem o caput deste artigo e o artigo anterior, quando auferidos por investidores residentes ou domiciliados no exterior, sujeitam-se à tributação pelo imposto sobre a renda, nos termos da legislação aplicável a esta classe de contribuintes.

Art. 17. O tratamento fiscal previsto nos artigos precedentes somente incide sobre os

rendimentos decorrentes de aplicações em Ficart que atendam a todos os requisitos previstos na presente lei e na respectiva regulamentação a ser baixada pela Comissão de Valores Mobiliários.

Parágrafo único. Os rendimentos e ganhos de capital auferidos por Ficart, que deixem de atender aos requisitos específicos desse tipo de fundo, sujeitar-se-ão à tributação prevista no artigo 43 da Lei nº 7.713, de 22 de dezembro de 1988.

CAPÍTULO IV Do Incentivo a Projetos Culturais

~~Art. 18 Com o objetivo de incentivar as atividades culturais, a União facultará às pessoas físicas ou jurídicas a opção pela aplicação de parcelas do Imposto sobre a Renda a título de doações ou patrocínios, tanto no apoio direto a projetos culturais apresentados por pessoas físicas ou por pessoas jurídicas de natureza cultural, de caráter privado, como através de contribuições ao FNC, nos termos do artigo 5º inciso II desta Lei, desde que os projetos atendam aos critérios estabelecidos no art. 1º desta Lei, em torno dos quais será dada prioridade de execução pela CNIC.~~

Art. 18. Com o objetivo de incentivar as atividades culturais, a União facultará às pessoas físicas ou jurídicas a opção pela aplicação de parcelas do Imposto sobre a Renda, a título de doações ou patrocínios, tanto no apoio direto a projetos culturais apresentados por pessoas físicas ou por pessoas jurídicas de natureza cultural, como através de contribuições ao FNC, nos termos do art. 5º, inciso II, desta Lei, desde que os projetos atendam aos critérios estabelecidos no art. 1º desta Lei. (Redação dada pela Lei nº 9.874, de 1999)

§ 1º Os contribuintes poderão deduzir do imposto de renda devido as quantias efetivamente despendidas nos projetos elencados no § 3º, previamente aprovados pelo Ministério da Cultura, nos limites e nas condições estabelecidos na legislação do imposto de renda vigente, na forma de: (Incluído pela Lei nº 9.874, de 1999)

- a) doações; e (Incluída pela Lei nº 9.874, de 1999)
- b) patrocínios. (Incluída pela Lei nº 9.874, de 1999)

§ 2º As pessoas jurídicas tributadas com base no lucro real não poderão deduzir o valor da doação ou do patrocínio referido no parágrafo anterior como despesa operacional. (Incluído pela Lei nº 9.874, de 1999)

~~§ 3º As doações e os patrocínios na produção cultural, a que se refere o § 1º, atenderão exclusivamente aos seguintes segmentos: (Incluído pela Lei nº 9.874, de 1999)~~

- ~~a) artes cênicas; (Incluída pela Lei nº 9.874, de 1999)~~
- ~~b) livros de valor artístico, literário ou humanístico; (Incluída pela Lei nº 9.874, de 1999)~~
- ~~c) música erudita ou instrumental; (Incluída pela Lei nº 9.874, de 1999)~~
- ~~d) circulação de exposições de artes plásticas; (Incluída pela Lei nº 9.874, de 1999)~~
- ~~e) doações de acervos para bibliotecas públicas e para museus. (Incluída pela Lei nº 9.874, de 1999)~~

§ 3º As doações e os patrocínios na produção cultural, a que se refere o § 1º, atenderão exclusivamente aos seguintes segmentos: (Redação dada pela Medida Provisória nº 2.228-1, de 2001)

- a) artes cênicas; (Redação dada pela Medida Provisória nº 2.228-1, de 2001)
- b) livros de valor artístico, literário ou humanístico; (Redação dada pela Medida Provisória nº 2.228-1, de 2001)

- c) música erudita ou instrumental; (Redação dada pela Medida Provisória nº 2.228-1, de 2001)
- d) exposições de artes visuais; (Redação dada pela Medida Provisória nº 2.228-1, de 2001)
- e) doações de acervos para bibliotecas públicas, museus, arquivos públicos e cinematecas, bem como treinamento de pessoal e aquisição de equipamentos para a manutenção desses acervos; (Redação dada pela Medida Provisória nº 2.228-1, de 2001)
- f) produção de obras cinematográficas e videofonográficas de curta e média metragem e preservação e difusão do acervo audiovisual; e (Incluída pela Medida Provisória nº 2.228-1, de 2001)
- g) preservação do patrimônio cultural material e imaterial. (Incluída pela Medida Provisória nº 2.228-1, de 2001)
- h) construção e manutenção de salas de cinema e teatro, que poderão funcionar também como centros culturais comunitários, em Municípios com menos de 100.000 (cem mil) habitantes. (Incluído pela Lei nº 11.646, de 2008)

~~Art. 19. Os projetos culturais previstos nesta Lei serão apresentados à SEC/PR, ou a quem esta delegar a atribuição, acompanhados de planilha de custos, para aprovação de seu enquadramento nos objetivos do PRONAC e posterior encaminhamento à CNIC para decisão final.~~

~~§ 1º No prazo máximo de noventa dias do seu recebimento poderá a SEC/PR notificar o proponente do projeto de não fazer jus aos benefícios pretendidos, informando os motivos da decisão.~~

~~§ 2º Da notificação a que se refere o parágrafo anterior, caberá recurso à CNIC, que deverá decidir no prazo de sessenta dias.~~

Art. 19. Os projetos culturais previstos nesta Lei serão apresentados ao Ministério da Cultura, ou a quem este delegar atribuição, acompanhados do orçamento analítico, para aprovação de seu enquadramento nos objetivos do PRONAC. (Redação dada pela Lei nº 9.874, de 1999)

§ 1o O proponente será notificado dos motivos da decisão que não tenha aprovado o projeto, no prazo máximo de cinco dias. (Redação dada pela Lei nº 9.874, de 1999)

§ 2o Da notificação a que se refere o parágrafo anterior, caberá pedido de reconsideração ao Ministro de Estado da Cultura, a ser decidido no prazo de sessenta dias. (Redação dada pela Lei nº 9.874, de 1999)

§ 3º (Vetado)

§ 4º (Vetado)

§ 5º (Vetado)

§ 6º A aprovação somente terá eficácia após publicação de ato oficial contendo o título do projeto aprovado e a instituição por ele responsável, o valor autorizado para obtenção de doação ou patrocínio e o prazo de validade da autorização.

~~§ 7º A SEC/PR publicará anualmente, até 28 de fevereiro, o montante de recursos autorizados no exercício anterior pela CNIC, nos termos do disposto nesta Lei, devidamente discriminados por beneficiário.~~

§ 7o O Ministério da Cultura publicará anualmente, até 28 de fevereiro, o montante dos recursos autorizados pelo Ministério da Fazenda para a renúncia fiscal no exercício

anterior, devidamente discriminados por beneficiário. (Redação dada pela Lei nº 9.874, de 1999)

§ 8º Para a aprovação dos projetos será observado o princípio da não-concentração por segmento e por beneficiário, a ser aferido pelo montante de recursos, pela quantidade de projetos, pela respectiva capacidade executiva e pela disponibilidade do valor absoluto anual de renúncia fiscal. (Incluído pela Lei nº 9.874, 1999)

Art. 20. Os projetos aprovados na forma do artigo anterior serão, durante sua execução, acompanhados e avaliados pela SEC/PR ou por quem receber a delegação destas atribuições.

§ 1º A SEC/PR, após o término da execução dos projetos previstos neste artigo, deverá, no prazo de seis meses, fazer uma avaliação final da aplicação correta dos recursos recebidos, podendo inabilitar seus responsáveis pelo prazo de até três anos.

~~§ 2º Da Decisão da SEC/PR caberá recurso à CNIC, que decidirá no prazo de sessenta dias.~~

§ 2º Da decisão a que se refere o parágrafo anterior, caberá pedido de reconsideração ao Ministro de Estado da Cultura, a ser decidido no prazo de sessenta dias.(Redação dada pela Lei nº 9.874, de 1999)

§ 3º O Tribunal de Contas da União incluirá em seu parecer prévio sobre as contas do Presidente da República análise relativa a avaliação de que trata este artigo.

Art. 21. As entidades incentivadoras e captadoras de que trata este Capítulo deverão comunicar, na forma que venha a ser estipulada pelo Ministério da Economia, Fazenda e Planejamento, e SEC/PR, os aportes financeiros realizados e recebidos, bem como as entidades captadoras efetuar a comprovação de sua aplicação.

Art. 22. Os projetos enquadrados nos objetivos desta lei não poderão ser objeto de apreciação subjetiva quanto ao seu valor artístico ou cultural.

Art. 23. Para os fins desta lei, considera-se:

I - (Vetado)

II - patrocínio: a transferência de numerário, com finalidade promocional ou a cobertura, pelo contribuinte do imposto sobre a renda e proventos de qualquer natureza, de gastos, ou a utilização de bem móvel ou imóvel do seu patrimônio, sem a transferência de domínio, para a realização, por outra pessoa física ou jurídica de atividade cultural com ou sem finalidade lucrativa prevista no art. 3º desta lei.

§ 1º Constitui infração a esta Lei o recebimento pelo patrocinador, de qualquer vantagem financeira ou material em decorrência do patrocínio que efetuar.

§ 2º As transferências definidas neste artigo não estão sujeitas ao recolhimento do Imposto sobre a Renda na fonte.

Art. 24. Para os fins deste Capítulo, equiparam-se a doações, nos termos do regulamento:

I - distribuições gratuitas de ingressos para eventos de caráter artístico-cultural por pessoa jurídica a seus empregados e dependentes legais;

II - despesas efetuadas por pessoas físicas ou jurídicas com o objetivo de conservar, preservar ou restaurar bens de sua propriedade ou sob sua posse legítima, tombados pelo Governo Federal, desde que atendidas as seguintes disposições:

- a) preliminar definição, pelo Instituto Brasileiro do Patrimônio Cultural - IBPC, das normas e critérios técnicos que deverão reger os projetos e orçamentos de que trata este inciso;
- b) aprovação prévia, pelo IBPC, dos projetos e respectivos orçamentos de execução das obras;
- c) posterior certificação, pelo referido órgão, das despesas efetivamente realizadas e das circunstâncias de terem sido as obras executadas de acordo com os projetos aprovados.

Art. 25. Os projetos a serem apresentados por pessoas físicas ou pessoas jurídicas, de natureza cultural para fins de incentivo, objetivarão desenvolver as formas de expressão, os modos de criar e fazer, os processos de preservação e proteção do patrimônio cultural brasileiro, e os estudos e métodos de interpretação da realidade cultural, bem como contribuir para propiciar meios, à população em geral, que permitam o conhecimento dos bens de valores artísticos e culturais, compreendendo, entre outros, os seguintes segmentos:

- I - teatro, dança, circo, ópera, mímica e congêneres;
- II - produção cinematográfica, videográfica, fotográfica, discográfica e congêneres;
- III - literatura, inclusive obras de referência;
- IV - música;
- V - artes plásticas, artes gráficas, gravuras, cartazes, filatelia e outras congêneres;
- VI - folclore e artesanato;
- VII - patrimônio cultural, inclusive histórico, arquitetônico, arqueológico, bibliotecas, museus, arquivos e demais acervos;
- VIII - humanidades; e
- IX - rádio e televisão, educativas e culturais, de caráter não-comercial.

~~Parágrafo único. Os projetos culturais relacionados com os segmentos culturais do inciso II deste artigo deverão beneficiar, única e exclusivamente, produções independentes conforme definir o regulamento desta Lei.~~

Parágrafo único. Os projetos culturais relacionados com os segmentos do inciso II deste artigo deverão beneficiar exclusivamente as produções independentes, bem como as produções culturais-educativas de caráter não comercial, realizadas por empresas de rádio e televisão. (Redação dada pela Lei nº 9.874, de 1999)

Art. 26. O doador ou patrocinador poderá deduzir do imposto devido na declaração do Imposto sobre a Renda os valores efetivamente contribuídos em favor de projetos culturais aprovados de acordo com os dispositivos desta Lei, tendo como base os seguintes percentuais: (Vide arts. 5º e 6º, Inciso II da Lei nº 9.532 de, 1997)

- I - no caso das pessoas físicas, oitenta por cento das doações e sessenta por cento dos patrocínios;
- II - no caso das pessoas jurídicas tributadas com base no lucro real, quarenta por cento das doações e trinta por cento dos patrocínios.

§ 1º A pessoa jurídica tributada com base no lucro real poderá abater as doações e patrocínios como despesa operacional.

§ 2º O valor máximo das deduções de que trata o caput deste artigo será fixado anualmente pelo Presidente da República, com base em um percentual da renda tributável das pessoas físicas e do imposto devido por pessoas jurídicas tributadas com base no lucro real.

§ 3º Os benefícios de que trata este artigo não excluem ou reduzem outros benefícios, abatimentos e deduções em vigor, em especial as doações a entidades de utilidade pública efetuadas por pessoas físicas ou jurídicas.

§ 4º (VETADO)

§ 5º O Poder Executivo estabelecerá mecanismo de preservação do valor real das contribuições em favor de projetos culturais, relativamente a este Capítulo.

Art. 27. A doação ou o patrocínio não poderá ser efetuada a pessoa ou instituição vinculada ao agente.

§ 1º Consideram-se vinculados ao doador ou patrocinador:

- a) a pessoa jurídica da qual o doador ou patrocinador seja titular, administrador, gerente, acionista ou sócio, na data da operação, ou nos doze meses anteriores;
- b) o cônjuge, os parentes até o terceiro grau, inclusive os afins, e os dependentes do doador ou patrocinador ou dos titulares, administradores, acionistas ou sócios de pessoa jurídica vinculada ao doador ou patrocinador, nos termos da alínea anterior;
- c) outra pessoa jurídica da qual o doador ou patrocinador seja sócio.

~~§ 2º. Não se consideram vinculadas as instituições culturais sem fins lucrativos, criadas pelo doador ou patrocinador, desde que, devidamente constituídas e em funcionamento, na forma da legislação em vigor e aprovadas pela CNIC.~~

§ 2º Não se consideram vinculadas as instituições culturais sem fins lucrativos, criadas pelo doador ou patrocinador, desde que devidamente constituídas e em funcionamento, na forma da legislação em vigor. (Redação dada pela Lei nº 9.874, de 1999)

Art. 28. Nenhuma aplicação dos recursos previstos nesta Lei poderá ser feita através de qualquer tipo de intermediação.

~~Parágrafo único. A contratação de serviços necessários à elaboração de projetos para obtenção de doação, patrocínio ou investimentos não configura a intermediação referida neste artigo.~~

Parágrafo único. A contratação de serviços necessários à elaboração de projetos para a obtenção de doação, patrocínio ou investimento, bem como a captação de recursos ou a sua execução por pessoa jurídica de natureza cultural, não configura a intermediação referida neste artigo. (Redação dada pela Lei nº 9.874, de 1999)

Art. 29. Os recursos provenientes de doações ou patrocínios deverão ser depositados e movimentados, em conta bancária específica, em nome do beneficiário, e a respectiva prestação de contas deverá ser feita nos termos do regulamento da presente Lei.

Parágrafo único. Não serão consideradas, para fins de comprovação do incentivo, as contribuições em relação às quais não se observe esta determinação.

Art. 30. As infrações aos dispositivos deste capítulo, sem prejuízo das sanções penais cabíveis, sujeitarão o doador ou patrocinador ao pagamento do valor atualizado do Imposto sobre a Renda devido em relação a cada exercício financeiro, além das penalidades e demais acréscimos previstos na legislação que rege a espécie.

~~Parágrafo único. Para os efeitos deste artigo, considera-se solidariamente responsável por inadimplência ou irregularidade verificada a pessoa física ou jurídica proponente do projeto.~~

§ 1º Para os efeitos deste artigo, considera-se solidariamente responsável por inadimplência ou irregularidade verificada a pessoa física ou jurídica proponente do projeto. (Renumerado do parágrafo único pela Lei nº 9.874, de 1999)

§ 2º A existência de pendências ou irregularidades na execução de projetos da proponente junto ao Ministério da Cultura suspenderá a análise ou concessão de novos incentivos, até a efetiva regularização. (Incluído pela Lei nº 9.874, de 1999)

§ 3º Sem prejuízo do parágrafo anterior, aplica-se, no que couber, cumulativamente, o disposto nos arts. 38 e seguintes desta Lei. (Incluído pela Lei nº 9.874, de 1999)

CAPÍTULO V DAS DISPOSIÇÕES GERAIS E TRANSITÓRIAS

Art. 31. Com a finalidade de garantir a participação comunitária, a representação de artista e criadores no trato oficial dos assuntos da cultura e a organização nacional sistêmica da área, o Governo Federal estimulará a institucionalização de Conselhos de Cultura no Distrito Federal, nos Estados, e nos Municípios.

Art. 32. Fica instituída a Comissão Nacional de incentivo à Cultura - CNIC, com a seguinte composição:

I - o Secretário da Cultura da Presidência da República;

II - os Presidentes das entidades supervisionadas pela SEC/PR;

III - o Presidente da entidade nacional que congrega os Secretários de Cultura das Unidades Federadas;

IV - um representante do empresariado brasileiro;

V - seis representantes de entidades associativas dos setores culturais e artísticos de âmbito nacional.

§ 1º A CNIC será presidida pela autoridade referida no inciso I deste artigo que, para fins de desempate terá o voto de qualidade.

§ 2º Os mandatos, a indicação e a escolha dos representantes a que se referem os incisos IV e V deste artigo, assim como a competência da CNIC, serão estipulados e definidos pelo regulamento desta Lei.

Art. 33. A SEC/PR, com a finalidade de estimular e valorizar a arte e a cultura, estabelecerá um sistema de premiação anual que reconheça as contribuições mais significativas para a área:

I - de artistas ou grupos de artistas brasileiros ou residentes no Brasil, pelo conjunto de sua obra ou por obras individuais;

II - de profissionais da área do patrimônio cultural;

III - de estudiosos e autores na interpretação crítica da cultura nacional, através de ensaios, estudos e pesquisas.

Art. 34. Fica instituída a Ordem do Mérito Cultural, cujo estatuto será aprovado por Decreto do Poder Executivo, sendo que as distinções serão concedidas pelo Presidente da República, em ato solene, a pessoas que, por sua atuação profissional ou como incentivadoras das artes e da cultura, mereçam reconhecimento. (Regulamento)

Art. 35. Os recursos destinados ao então Fundo de Promoção Cultural, nos termos do art. 1º, § 6º, da Lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986, serão recolhidos ao Tesouro Nacional para aplicação pelo FNC, observada a sua finalidade.

Art. 36. O Departamento da Receita Federal, do Ministério da Economia, Fazenda e

Planejamento, no exercício de suas atribuições específicas, fiscalizará a efetiva execução desta Lei, no que se refere à aplicação de incentivos fiscais nela previstos.

Art. 37. O Poder Executivo a fim de atender o disposto no art. 26, § 2o, desta Lei, adequando-o às disposições da Lei de Diretrizes Orçamentárias, enviará, no prazo de 30 dias, Mensagem ao Congresso Nacional, estabelecendo o total da renúncia fiscal e correspondente cancelamento de despesas orçamentárias.

Art. 38. Na hipótese de dolo, fraude ou simulação, inclusive no caso de desvio de objeto, será aplicada, ao doador e ao beneficiário, multa correspondente a duas vezes o valor da vantagem recebida indevidamente.

Art. 39. Constitui crime, punível com a reclusão de dois a seis meses e multa de vinte por cento do valor do projeto, qualquer discriminação de natureza política que atente contra a liberdade de expressão, de atividade intelectual e artística, de consciência ou crença, no andamento dos projetos a que se refere esta Lei.

Art. 40. Constitui crime, punível com reclusão de dois a seis meses e multa de vinte por cento do valor do projeto, obter redução do imposto de renda utilizando-se fraudulentamente de qualquer benefício desta Lei.

§ 1o No caso de pessoa jurídica respondem pelo crime o acionista controlador e os administradores que para ele tenham concorrido.

§ 2o Na mesma pena incorre aquele que, recebendo recursos, bens ou valores em função desta Lei, deixa de promover, sem justa causa, atividade cultural objeto do incentivo.

Art. 41. O Poder Executivo, no prazo de sessenta dias, Regulamentará a presente lei.

Art. 42. Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 43. Revogam-se as disposições em contrário.

Brasília, 23 de dezembro de 1991; 170º da Independência e 103º da República.

FERNANDO COLLOR
Jarbas Passarinho

Este texto não substitui o publicado no D.O.U. de 24.12.1991

PROJETO DE LEI nº 6722/2010

Institui o Programa Nacional de Fomento e Incentivo à Cultura - Procultura, e dá outras providências.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

CAPÍTULO I DO PROCULTURA

Seção I

Disposições Preliminares

Art. 1º Fica instituído o Programa Nacional de Fomento e Incentivo à Cultura - Procultura, com a finalidade de mobilizar e aplicar recursos para apoiar projetos culturais que concretizem os princípios da Constituição, em especial os dos arts. 215 e 216.

Parágrafo único. Para os efeitos desta Lei, considera-se:

I - projeto cultural: forma de apresentação das políticas, programas, planos anuais e ações culturais que pleiteiem recursos do Procultura;

II - proponente: pessoa física ou jurídica, com ou sem fins lucrativos, que apresente projeto cultural;

III - avaliação de projetos culturais: procedimento por meio do qual os projetos culturais serão selecionados para a aplicação dos recursos dos mecanismos previstos no art. 2º, incisos I e II, respeitadas a igualdade entre os proponentes, a liberdade de expressão e de criação, as diferenças regionais e a diversidade cultural;

IV - projeto cultural com potencial de retorno comercial: projeto cultural com expectativa de lucro, cuja aplicação de recursos dar-se-á preferencialmente na modalidade investimento;

V - equipamentos culturais: bens imóveis com destinação cultural permanente, tais como museus, bibliotecas, centros culturais, teatros, territórios arqueológicos e de paisagem cultural;

VI - doação incentivada: transferência, sem finalidade promocional, de recursos financeiros para projeto cultural previamente aprovado pelo Ministério da Cultura;

VII - co-patrocínio incentivado: transferência, com finalidade promocional, de recursos financeiros a projetos culturais previamente aprovados pelo Ministério da Cultura;

VIII - doador incentivado: pessoa física ou jurídica tributada com base no lucro real que aporta, sem finalidade promocional, recursos financeiros em projetos culturais aprovados pelo Ministério da Cultura ou que é por ele autorizada a transferir bens móveis de reconhecido valor cultural ou bens imóveis para o patrimônio de pessoa jurídica sem fins lucrativos; e

IX - co-patrocinador incentivado: pessoa física ou pessoa jurídica tributada com base no lucro real que aporta, com finalidade promocional, recursos financeiros em projetos culturais aprovados pelo Ministério da Cultura.

Art. 2º O Procultura será implementado por meio dos seguintes mecanismos, entre outros:

I - Fundo Nacional da Cultura - FNC;

II - Incentivo Fiscal a Projetos Culturais;

III - Fundo de Investimento Cultural e Artístico - Ficart; e

IV - Vale-Cultura, criado por lei específica.

Parágrafo único. Os mecanismos previstos neste artigo deverão observar os limites de disponibilidade orçamentária e de teto de renúncia de receitas constantes da Lei de Diretrizes Orçamentárias.

Art. 3º O Procultura promoverá o desenvolvimento cultural e artístico, o exercício dos direitos culturais e o fortalecimento da economia da cultura, tendo como objetivos:

- I - valorizar a expressão cultural dos diferentes indivíduos, grupos e comunidades das diversas regiões do País e apoiar sua difusão;
- II - apoiar as diferentes iniciativas que fomentem a transversalidade da cultura, em áreas como educação, meio ambiente, saúde, promoção da cidadania e dos direitos humanos, ciência, economia solidária e outras dimensões da sociedade;
- III - estimular o desenvolvimento cultural em todo território nacional, buscando a superação de desequilíbrios regionais e locais;
- IV - apoiar as diferentes linguagens artísticas, garantindo suas condições de realização, circulação, formação e fruição nacional e internacional;
- V - apoiar as diferentes etapas da carreira dos artistas, adotando ações específicas para sua valorização;
- VI - apoiar a preservação e o uso sustentável do patrimônio histórico, cultural e artístico brasileiro em suas dimensões material e imaterial;
- VII - ampliar o acesso da população brasileira à fruição e à produção de bens, serviços e conteúdos culturais, valorizando iniciativas voltadas para as diferentes faixas etárias;
- VIII - desenvolver a economia da cultura, a geração de emprego, a ocupação e a renda, fomentar as cadeias produtivas artísticas e culturais, estimulando a formação de relações trabalhistas estáveis;
- IX - apoiar as atividades culturais que busquem erradicar todas as formas de discriminação e preconceito;
- X - apoiar os conhecimentos e expressões tradicionais, de grupos locais e de diferentes formações étnicas e populacionais;
- XI - valorizar a relevância das atividades culturais de caráter criativo, inovador ou experimental;
- XII - apoiar a formação, capacitação e aperfeiçoamento de agentes culturais públicos e privados;
- XIII - valorizar a língua portuguesa e as diversas línguas e culturas que formam a sociedade brasileira;
- XIV - promover a difusão e a valorização das expressões culturais brasileiras no exterior, assim como o intercâmbio cultural com outros países;
- XV - apoiar a dimensão cultural dos processos multilaterais internacionais baseados na diversidade cultural;
- XVI - valorizar o saber de artistas, mestres de culturas tradicionais, técnicos, pesquisadores, pensadores e estudiosos da arte e da cultura; e
- XVII - fortalecer as instituições culturais brasileiras.

§ 1º Para o alcance dos seus objetivos, o Procultura apoiará, por meio de seus mecanismos e desde que presentes a dimensão cultural e o predominante interesse público, as seguintes ações:

- I - produção e difusão de obras de caráter artístico e cultural, incluindo a remuneração de direitos autorais;
- II - realização de projetos, tais como exposições, festivais, feiras e espetáculos, no País e no exterior, incluindo a cobertura de despesas com transporte e seguro de objetos de valor cultural;
- III - concessão de prêmios mediante seleções públicas;
- IV - instalação e manutenção de cursos para formar, especializar e profissionalizar agentes culturais públicos e privados;

V - realização de levantamentos, estudos, pesquisas e curadorias nas diversas áreas da cultura;

VI - concessão de bolsas de estudo, de pesquisa, de criação, de trabalho e de residências artísticas no Brasil ou no exterior, a autores, artistas, estudiosos e técnicos brasileiros ou estrangeiros residentes no País ou vinculados à cultura brasileira;

VII - aquisição de bens culturais para distribuição pública, inclusive de ingressos para eventos artísticos;

VIII - aquisição, preservação, organização, digitalização e outras formas de difusão de acervos, arquivos e coleções;

IX - construção, formação, organização, manutenção e ampliação de museus, bibliotecas, centros culturais, cinematecas, teatros, territórios arqueológicos e de paisagem cultural, além de outros equipamentos culturais e obras artísticas em espaço público;

X - elaboração de planos anuais e plurianuais de instituições e grupos culturais, regulados pelos arts. 31 e 32, § 2o;

XI - digitalização de acervos, arquivos e coleções, bem como a produção de conteúdos digitais, jogos eletrônicos, vídeo-arte, e o fomento à cultura digital;

XII - aquisição de imóveis tombados com a estrita finalidade de instalação de equipamentos culturais de acesso público;

XIII - conservação e restauração de imóveis, monumentos, logradouros, sítios, espaços e demais objetos, inclusive naturais, tombados pela União ou localizados em áreas sob proteção federal;

XIV - restauração de obras de arte, documentos artísticos e bens móveis de reconhecidos valores culturais;

XV - realização de intercâmbio cultural, nacional ou internacional;

XVI - aquisição de obras de arte por coleções privadas de interesse público; e

XVII - apoio a projetos culturais não previstos nos incisos I a XVI e considerados relevantes pelo Ministério da Cultura, consultada a Comissão Nacional de Incentivo e Fomento à Cultura - CNIC.

§ 2o O apoio de que trata esta Lei somente será concedido a projetos culturais cuja exibição, utilização e circulação dos bens culturais deles resultantes sejam oferecidos ao público em geral, gratuitamente ou mediante cobrança de ingresso.

§ 3o 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.

Seção II

Da Participação da Sociedade na Gestão do Procultura

Art. 4o O Procultura observará as diretrizes estabelecidas pela CNIC, órgão colegiado do Ministério da Cultura, com composição paritária entre governo e sociedade civil, presidida e nomeada pelo Ministro de Estado da Cultura.

Art. 5o Integrarão a representação da sociedade civil na CNIC os seguintes setores, na forma do regulamento:

I - artistas, acadêmicos e especialistas com ampla legitimidade e idoneidade;

II - empresariado brasileiro; e

III - entidades associativas dos setores culturais e artísticos de âmbito nacional.

§ 1o A escolha dos membros de que tratam os incisos do caput será feita de forma transparente e deverá contemplar as diferentes regiões do País, setores da cultura e da sociedade e elos das cadeias produtivas da cultura, na forma do regulamento.

§ 2o Poderão integrar a CNIC representantes do Poder Público estadual, do Distrito Federal e municipal, e entidades de representação da sociedade civil, observado o critério de rodízio entre os Estados, o Distrito Federal e as entidades civis.

§ 3o Poderão atuar como representantes da sociedade civil na CNIC entidades, associações sem fins lucrativos, especialistas, técnicos, produtores, artistas, consumidores, agentes econômicos e sociais.

§ 4o Os membros da CNIC deverão ter comprovada idoneidade, reputação ilibada e reconhecida competência na área cultural.

§ 5o A designação dos membros da CNIC será feita pelo Ministro de Estado da Cultura para um período de no máximo dois anos, permitida uma única recondução subsequente.

§ 6o As reuniões da CNIC serão públicas e todas as suas decisões serão disponibilizadas em sítio na internet.

§ 7o O Ministro de Estado da Cultura presidirá a CNIC e terá direito a voto, inclusive o de qualidade.

§ 8o Ficam criadas as CNICs Setoriais, órgãos com representação paritária do governo e da sociedade civil que subsidiarão a decisão do Ministério da Cultura sobre projetos culturais, cuja composição e funcionamento serão definidos em regulamento.

§ 9o Ato do Poder Executivo disporá sobre a composição da representação governamental na CNIC.

Art. 6o Compete à CNIC:

I - estabelecer as diretrizes da política de utilização dos recursos do Procultura, aprovando o plano de ação anual, em consonância com as diretrizes do Plano Nacional de Cultura e do Conselho Nacional de Política Cultural;

II - propor programas setoriais de arte e cultura para o FNC;

III - deliberar sobre questões relevantes para o fomento e incentivo à cultura, quando demandada por seu Presidente;

IV - aprovar a proposta de programação orçamentária dos recursos do Procultura e avaliar sua execução;

V - estabelecer, quando couber, prioridades e procedimentos para uso dos mecanismos previstos no art. 2o, incisos I e II;

VI - fornecer subsídios para avaliação do Procultura e propor medidas para seu aperfeiçoamento; e

VII - exercer outras atribuições que lhe forem conferidas pelo seu presidente.

Seção III

Dos Procedimentos e Critérios para Avaliação de Projetos Culturais

Art. 7o Para receber apoio dos mecanismos previstos no art. 2o, incisos I e II, os projetos culturais serão analisados conforme diretrizes fixadas pela CNIC e aprovados pelo Ministério da Cultura, conforme regulamento.

§ 1o Para análise inaugural e acompanhamento dos projetos previstos no caput, poderão ser contratados especialistas ou instituições especializadas, permitida, acrescida à remuneração, a indenização de despesas com o deslocamento, quando houver, e ajuda de custos.

§ 2o Os pareceres previstos no § 1o devem ser claros e fundamentados e submetidos à apreciação do órgão responsável do Ministério da Cultura.

§ 3o O especialista designado para avaliação deverá possuir notório saber na área do projeto.

§ 4o É vedada aos especialistas designados para avaliação de projetos participação profissional, a qualquer título, na sua implementação ou execução.

Art. 8o A análise, seleção e classificação dos projetos culturais serão feitas com utilização dos seguintes critérios objetivos e procedimentos:

I - de habilitação, de caráter eliminatório, quando será avaliado o enquadramento do projeto aos objetivos do Procultura;

II - de avaliação das três dimensões culturais do projeto - simbólica, econômica e social -, de caráter classificatório, mediante utilização dos seguintes critérios:

a) para a dimensão simbólica:

1. inovação e experimentação estética;
2. circulação, distribuição e difusão dos bens culturais;
3. contribuição para preservação, memória e tradição;
4. expressão da diversidade cultural brasileira;
5. contribuição à pesquisa e reflexão; e
6. promoção da excelência e da qualidade;

b) para a dimensão econômica:

1. geração e qualificação de emprego e renda;
2. desenvolvimento das cadeias produtivas culturais;
3. fortalecimento das empresas culturais brasileiras;
4. internacionalização, exportação e difusão da cultura brasileira no exterior;
5. fortalecimento do intercâmbio e da cooperação internacional com outros países;
6. profissionalização, formação e capacitação de agentes culturais públicos e privados; e
7. sustentabilidade e continuidade dos projetos culturais;

c) para a dimensão social:

1. ampliação do acesso da população aos bens, conteúdos e serviços culturais;
2. contribuição para redução das desigualdades territoriais, regionais e locais;
3. impacto na educação e em processos de requalificação urbana, territorial e das relações sociais;
4. incentivo à formação e manutenção de redes, coletivos, companhias e grupos socioculturais;
5. redução das formas de discriminação e preconceito; e
6. fortalecimento das iniciativas culturais das comunidades;

III - de enquadramento, mediante utilização dos seguintes critérios de avaliação:

a) adequação orçamentária;

b) viabilidade de execução; e

c) capacidade técnica e operacional do proponente.

Parágrafo único. Os projetos culturais mencionados no caput não poderão ser objeto de apreciação subjetiva quanto ao seu valor artístico ou cultural.

Art. 9o A mensuração e o peso dos critérios estabelecidos no art. 8o para avaliação dos projetos culturais serão definidos e divulgados pelo Ministro de Estado da Cultura, após manifestação da CNIC, ouvidas as CNICs Setoriais.

§ 1o O recebimento dos projetos culturais dar-se-á preferencialmente mediante editais de seleção pública, que serão publicados até quarenta e cinco dias antes do

início do processo seletivo, salvo se houver fundamento relevante e a redução do prazo não acarretar prejuízo à participação dos eventuais interessados.

§ 2o O proponente indicará o mecanismo e a modalidade mais adequados para financiamento de seu projeto entre aqueles previstos no art. 2o, incisos I e II, e art. 16, sem prejuízo de posterior reenquadramento pelo Ministério da Cultura, observada a classificação obtida no procedimento de avaliação previsto nesta Seção.

§ 3o Os projetos culturais com potencial de retorno comercial serão preferencialmente direcionados para a modalidade de execução de investimento do FNC, prevista no art. 20, e do Ficart.

§ 4o O emprego de recursos de capital nos projetos culturais observará as seguintes condições:

I - os bens de capital adquiridos devem ser vinculados ao projeto cultural e serem necessários ao êxito do seu objeto;

II - deverá ser demonstrada pelo proponente a economicidade da opção de aquisição de bens de capital, em detrimento da opção pela locação; e

III - deverá ser assegurada a continuidade da destinação cultural do bem adquirido, prevendo-se, ainda, cláusula de reversão no caso de desvio de finalidade.

§ 5o Os proponentes que desenvolvam atividades permanentes, assim consideradas pela CNIC, deverão apresentar plano anual de atividades, nos termos definidos em regulamento, para fins de utilização dos mecanismos previstos no art. 2o, incisos I e II.

§ 6o O plano anual previsto no § 5o poderá conter despesas administrativas, observado o limite de dez por cento de seu valor total e os limites fixados no § 3o do art. 19.

Art. 10. A avaliação dos projetos culturais será concluída no prazo de trinta dias, prorrogáveis por igual período, contados a partir da data da apresentação de todos os documentos necessários pelo proponente e do cumprimento das diligências que lhe forem solicitadas.

§ 1o Caso seja positiva a análise inaugural de projeto cultural de que trata o art. 7o, § 1o, será encaminhado à CNIC Setorial, que proporá sua aprovação ou reprovação pelo Ministério da Cultura.

§ 2o Da decisão que avalia o projeto cultural, caberá recurso ao órgão prolator, no prazo de dez dias a contar de sua publicação no Diário Oficial da União.

§ 3o Interposto o recurso de que trata o § 2o, o órgão que proferiu a decisão poderá reconsiderá-la, ou, ouvida a CNIC Setorial, encaminhar o recurso à apreciação do Ministro de Estado da Cultura.

§ 4o O Ministério da Cultura poderá aprovar o projeto cultural com previsão de condição a ser cumprida pelo proponente, considerando-se sem efeito a aprovação em caso de descumprimento da condição no prazo estabelecido.

CAPÍTULO II DO FUNDO NACIONAL DA CULTURA

Seção I Da Finalidade, Constituição e Gestão

Art. 11. O Fundo Nacional da Cultura - FNC, criado pela Lei no 7.505, de 2 de julho de 1986 e ratificado pela Lei no 8.313, de 23 de dezembro de 1991, vinculado ao

Ministério da Cultura, fica mantido como fundo de natureza contábil e financeira, com prazo indeterminado de duração, de acordo com as regras definidas nesta Lei.

Art. 12. O FNC será o principal mecanismo de fomento, incentivo e financiamento à cultura.

§ 1º Oitenta por cento dos recursos do FNC serão destinados aos proponentes culturais da sociedade civil não vinculados a co-patrocinador incentivado ou a poder público nos entes federados, deduzidos os repasses previstos no art. 21.

§ 2º É vedada a utilização de recursos do FNC com despesas de manutenção administrativa do Governo Federal, estadual e municipal, bem como de suas entidades vinculadas.

Art. 13. O FNC será administrado pelo Ministério da Cultura, na forma estabelecida no regulamento, e apoiará projetos culturais por meio das modalidades descritas no art. 16.

Art. 14. Ficam criadas no FNC as seguintes categorias de programações específicas, denominadas:

I - Fundo Setorial das Artes Visuais;

II - Fundo Setorial das Artes Cênicas;

III - Fundo Setorial da Música;

IV - Fundo Setorial do Acesso e Diversidade;

V - Fundo Setorial do Patrimônio e Memória;

VI - Fundo Setorial do Livro, Leitura, Literatura e Humanidades, criado por lei específica;

VII - Fundo Setorial de Ações Transversais e Equalização;

VIII - Fundo Setorial do Audiovisual, criado pela Lei no 11.437, de 28 de dezembro de 2006; e

IX - Fundo Setorial de Incentivo à Inovação do Audiovisual destinado exclusivamente ao fomento, na modalidade de aplicação não reembolsável, de projetos:

a) audiovisuais culturais de curta e média metragem;

b) de renovação de linguagem das obras audiovisuais;

c) para formação de mão-de-obra;

d) para realização de festivais no Brasil ou exterior;

e) de mostras e preservação ou difusão de acervo de obras audiovisuais; e

f) que envolvam pesquisa, crítica e reflexão sobre audiovisual.

Seção II

Dos Recursos e suas Aplicações

Art. 15. São receitas do FNC:

I - dotações consignadas na lei orçamentária anual e seus créditos adicionais;

II - doações e legados nos termos da legislação vigente;

III - subvenções e auxílios de entidades de qualquer natureza, inclusive de organismos internacionais;

IV - saldos não utilizados na execução dos projetos culturais financiados com recursos dos mecanismos previstos no art. 20, incisos I e II;

V - devolução de recursos determinados pelo não cumprimento ou desaprovação de contas de projetos culturais custeados pelos mecanismos previstos no art. 20, incisos I e II;

VI - um por cento da arrecadação dos Fundos de Investimentos Regionais a que se refere a Lei no 8.167, de 16 de janeiro de 1991, obedecida na aplicação a respectiva origem geográfica regional;

VII - três por cento da arrecadação bruta dos concursos de prognósticos e loterias federais e similares cuja realização estiver sujeita a autorização federal, deduzindo-se este valor dos montantes destinados aos prêmios;

VIII - reembolso das operações de empréstimo realizadas por meio do FNC, a título de financiamento reembolsável, observados critérios de remuneração que, no mínimo, lhes preserve o valor real;

IX - retorno dos resultados econômicos provenientes dos investimentos em empresas e projetos culturais feitos com recursos do FNC;

X - resultado das aplicações em títulos públicos federais, obedecida a legislação vigente sobre a matéria;

XI - conversão da dívida externa com entidades e órgãos estrangeiros, unicamente mediante doações, no limite a ser fixado pelo Ministério da Fazenda, observadas as normas e procedimentos do Banco Central do Brasil;

XII - recursos provenientes da arrecadação da Loteria Federal da Cultura, criada por lei específica;

XIII - saldos de exercícios anteriores;

XIV - produto do rendimento de suas aplicações em programas e projetos culturais, bem como nos fundos de investimentos referidos no art. 45;

XV - empréstimos de instituições financeiras ou outras entidades; e

XVI - outras receitas que lhe vierem a ser destinadas.

§ 1o Os recursos previstos no inciso XII serão destinados, em sua integralidade, aos Fundos previstos no art. 14, incisos I, II e III.

§ 2o As receitas previstas neste artigo não contemplarão o Fundo Setorial de Audiovisual, que se regerá pela Lei no 11.437, de 2006.

Art. 16. Os recursos do FNC serão aplicados nas seguintes modalidades:

I - não-reembolsáveis, na forma do regulamento, para:

a) apoio a projetos culturais; e

b) equalização de encargos financeiros e constituição de fundos de aval nas operações de crédito;

II - reembolsáveis, destinados ao estímulo da atividade produtiva das empresas de natureza cultural e pessoas físicas, mediante a concessão de empréstimos; e

III - investimento, por meio de associação a empresas e projetos culturais e da aquisição de quotas de fundos privados, com participação econômica nos resultados.

§ 1o As transferências de que trata o inciso I do caput dar-se-ão preponderantemente por meio de editais de seleção pública de projetos culturais.

§ 2o Nos casos previstos nos incisos II e III do caput, o Ministério da Cultura definirá com os agentes financeiros credenciados a taxa de administração, os prazos de carência, os juros limites, as garantias exigidas e as formas de pagamento.

§ 3o Os riscos das operações previstas no parágrafo anterior serão assumidos, solidariamente pelo FNC e pelos agentes financeiros credenciados, na forma que dispuser o regulamento.

§ 4o A taxa de administração a que se refere o § 2o não poderá ser superior a três por cento dos recursos disponibilizados para o financiamento.

§ 5o Para o financiamento de que trata o inciso II, serão fixadas taxas de remuneração que, no mínimo, preservem o valor originalmente concedido.

Art. 17. Os custos referentes à gestão do FNC com planejamento, estudos, acompanhamento, avaliação e divulgação de resultados, incluídas a aquisição ou a locação de equipamentos e bens necessários ao cumprimento de seus objetivos, não poderão ultrapassar cinco por cento de suas receitas, observados o limite fixado anualmente por ato da CNIC e o disposto no § 2º do art. 12.

Seção III Dos Fundos

Art. 18. O FNC alocará recursos da ordem de dez a trinta por cento de sua dotação global, conforme recomendação da CNIC, nos Fundos Setoriais referidos nos incisos I a VII e IX do art. 14.

§ 1º Além dos recursos oriundos da dotação global do FNC, os Fundos Setoriais mencionados no caput poderão receber, na forma da Lei, contribuições e outros recolhimentos, destinados a programações específicas.

§ 2º Fica excluída dos limites de que trata o caput deste artigo, a arrecadação própria prevista no parágrafo anterior.

§ 3º Os recursos alocados no Fundo Setorial de Ações Transversais e Equalização serão utilizados no cumprimento dos objetivos previstos no art. 3º, inciso II, e para custear projetos cuja execução não seja possível ou adequada por meio dos demais fundos previstos no art. 14, independentemente de sua previsão no plano anual do Procultura.

Art. 19. O FNC financiará projetos culturais apresentados por pessoas físicas e pessoas jurídicas de direito público e de direito privado, com ou sem fins lucrativos, observado o disposto no art. 35 da Lei Complementar no 101, de 4 de maio de 2000.

§ 1º Poderá ser dispensada contrapartida do proponente no âmbito de programas setoriais definidos pela CNIC.

§ 2º Nos casos em que a contrapartida for exigida, o proponente deve comprovar que dispõe de recursos financeiros ou de bens ou serviços, se economicamente mensuráveis, para complementar o montante aportado pelo FNC, ou que está assegurada a obtenção de financiamento por outra fonte.

§ 3º Os projetos culturais previstos no caput poderão conter despesas administrativas de até dez por cento de seu custo total, excetuados aqueles apresentados por entidades privadas sem fins lucrativos, que poderão conter despesas administrativas de até quinze por cento de seu custo total.

Art. 20. Fica autorizada a composição financeira de recursos do FNC com recursos de pessoas jurídicas de direito público ou de direito privado, com fins lucrativos para apoio compartilhado de programas e ações culturais de interesse estratégico, para o desenvolvimento das cadeias produtivas da cultura.

§ 1º O aporte dos recursos das pessoas jurídicas de direito público ou de direito privado previsto neste artigo não gozará de incentivo fiscal.

§ 2º A concessão de recursos financeiros, materiais ou de infra-estrutura pelo FNC será formalizada por meio de convênios e contratos específicos.

CAPÍTULO III DO APOIO AO FINANCIAMENTO DO SISTEMA NACIONAL DE CULTURA

Art. 21. A União deverá destinar no mínimo trinta por cento de recursos do FNC, por meio de transferência, a fundos públicos de Estados, Municípios e Distrito Federal.

§ 1º Os recursos previstos no caput serão destinados a políticas e programas oficialmente instituídos pelos Estados, Distrito Federal e municípios, para o financiamento de projetos culturais escolhidos pelo respectivo ente federado por meio de seleção pública, com observância dos objetivos desta Lei.

§ 2º Do montante geral destinado aos Estados, cinquenta por cento será repassado por estes aos Municípios.

§ 3º A transferência prevista neste artigo está condicionada à existência, nos respectivos entes federados, de fundo de cultura e de órgão colegiado oficialmente instituído para a gestão democrática e transparente dos recursos culturais, em que a sociedade civil tenha representação no mínimo paritária.

§ 4º A gestão estadual e municipal dos recursos oriundos de repasses do FNC deverá ser submetida ao órgão colegiado previsto no § 3º e observar os procedimentos de análise previstos nos arts. 7º a 10.

§ 5º Será exigida dos entes federados contrapartida para as transferências previstas na forma do caput deste artigo, devendo ser obedecidas as normas fixadas pela Lei de Diretrizes Orçamentárias para as transferências voluntárias da União a entes federados.

Art. 22. Os critérios de aporte de recursos do FNC deverão considerar a participação da unidade da Federação na distribuição total de recursos federais para a cultura, com vistas a promover a desconcentração regional do investimento, devendo ser aplicado, no mínimo, dez por cento em cada região do País.

Art. 23. Com a finalidade de descentralizar a análise de projetos culturais, a União poderá solicitar dos órgãos colegiados estaduais previstos no art. 21, § 3º, subsídios à avaliação dos projetos culturais prevista no art. 10.

CAPÍTULO IV DO INCENTIVO FISCAL A PROJETOS CULTURAIS

Art. 24. Poderão ser deduzidos do imposto sobre a renda devido, apurado na declaração de ajuste anual pelas pessoas físicas ou em cada período de apuração, trimestral ou anual, pela pessoa jurídica tributada com base no lucro real, os valores despendidos a título de doação ou co-patrocínio incentivados a projetos culturais aprovados pelo Ministério da Cultura.

§ 1º Observados os demais limites previstos nesta Lei, as deduções de que trata o caput ficam limitadas:

I - relativamente à pessoa física, a seis por cento do imposto sobre a renda devido na declaração de ajuste anual; e

II - relativamente à pessoa jurídica tributada com base no lucro real, a quatro por cento do imposto sobre a renda da pessoa jurídica devido em cada período de apuração, obedecido o limite de dedução global da soma das deduções, estabelecido no art. 71, e o disposto no § 4º do art. 3º da Lei no 9.249, de 26 de dezembro de 1995.

§ 2º A dedução de que trata o inciso I do § 1º:

I - está limitada ao valor das doações ou co-patrocínios incentivados efetuados no ano-calendário a que se referir a declaração de ajuste anual;

II - observados os limites específicos previstos nesta Lei, fica sujeita ao limite de seis por cento conjuntamente com as deduções de que trata o art. 22 da Lei no 9.532, de 10 de dezembro de 1997; e

III - aplica-se somente ao modelo completo de declaração de ajuste anual.

§ 3o Equipara-se à doação incentivada:

I - a hipótese prevista no art. 26;

II - a transferência de recursos financeiros ao FNC; e

III - a transferência de recursos, previamente autorizada pelo Ministério da Cultura, para o patrimônio de fundações que tenham como objeto a atuação cultural.

§ 4o O patrimônio referido no inciso III do § 3o deverá ser constituído na forma do art. 62 do Código Civil, de modo que apenas seus frutos e rendimentos sejam revertidos para o custeio e a aquisição de bens de capital necessários às atividades da fundação.

§ 5o A pessoa jurídica somente poderá abater as doações e os co-patrocínios incentivados como despesa operacional nas seguintes hipóteses de financiamento:

I - projetos culturais oriundos e realizados em Estados da Federação ou área metropolitana com baixa captação do incentivo fiscal previsto nesta Lei, considerados os dados consolidados pelo Ministério da Cultura no ano anterior ao da sua aprovação;

II - projetos culturais realizados em Municípios ou áreas urbanas sem equipamentos culturais, conforme diagnóstico promovido pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE; ou

III - projetos culturais executados no exterior, nos países pertencentes ao Mercosul ou à Comunidade dos Países de Língua Portuguesa.

Art. 25. A pessoa física poderá optar pela doação incentivada prevista no inciso II do § 3o do art. 24 diretamente em sua Declaração de Ajuste Anual, desde que entregue eletronicamente e de forma tempestiva.

§ 1o A dedução de que trata o caput está sujeita aos limites de até:

I - um por cento do imposto sobre a renda devido na Declaração de Ajuste Anual, e

II - seis por cento, conjuntamente com as deduções de que trata o inciso II do § 2o do art. 24.

§ 2o O pagamento da doação incentivada deve ser efetuado em moeda corrente até a data de vencimento da primeira quota ou quota única do imposto, observadas as instruções específicas da Secretaria da Receita Federal do Brasil.

§ 3o O não pagamento da doação incentivada no prazo estabelecido no § 2o implica a glosa definitiva desta parcela de dedução, ficando a pessoa física obrigada ao recolhimento da diferença de imposto devido apurado na declaração de ajuste anual com os acréscimos legais.

Art. 26. Além das hipóteses de dedução de que trata o art. 24, poderão ser deduzidas do imposto sobre a renda devido, nas condições e nos limites previstos nos §§ 1o e 2o do art. 24, conforme sua natureza, as despesas efetuadas por contribuintes pessoas físicas ou pessoas jurídicas tributadas com base no lucro real, com o objetivo de conservar, preservar ou restaurar patrimônio material edificado de sua propriedade ou sob sua posse legítima, tombado pelo Poder Público Federal, desde que o projeto de intervenção tenha sido aprovado pelo Ministério da Cultura, conforme dispuser o regulamento.

Art. 27. Os contribuintes pessoas físicas ou pessoas jurídicas tributadas com base no lucro real poderão deduzir, do imposto sobre a renda devido, até oitenta por cento dos valores despendidos a título de doações incentivadas.

§ 1o Os projetos culturais que tiverem em seu nome a marca do doador incentivado somente poderão obter dedução de quarenta por cento dos valores despendidos.

§ 2o O valor dos bens móveis ou imóveis doados corresponderá:

I - no caso de pessoa jurídica, ao seu valor contábil, desde que não exceda ao valor de mercado; e

II - no caso de pessoa física, ao valor constante de sua declaração de ajuste anual.

§ 3o Quando a doação incentivada for efetuada por valor superior aos previstos no § 2o deverá ser apurado ganho de capital, nos termos da legislação vigente.

Art. 28. Na hipótese da doação incentivada em bens, o doador deverá:

I - comprovar a propriedade dos bens, mediante documentação hábil; e

II - baixar os bens doados na declaração de bens e direitos, quando se tratar de pessoa física, e na escrituração, no caso de pessoa jurídica.

Art. 29. O proponente deve emitir recibo em favor do doador ou co-patrocinador incentivados, assinado por pessoa competente, conforme instruções da Secretaria da Receita Federal do Brasil.

Art. 30. Os contribuintes pessoas físicas ou pessoas jurídicas tributadas com base no lucro real poderão deduzir do imposto sobre a renda devido quarenta por cento, sessenta por cento ou oitenta por cento dos valores despendidos a título de co-patrocínio incentivado.

§ 1o O percentual de dedução do imposto sobre a renda será definido em razão da pontuação obtida pelo projeto no processo de avaliação previsto nos arts. 7o a 10, conforme regulamento.

§ 2o Os projetos culturais que tiverem em seu nome a marca do co-patrocinador somente poderão obter dedução do imposto de renda devido de quarenta por cento dos valores despendidos.

§ 3o Será vedado o aporte de recursos públicos em projetos que se caracterizem exclusivamente como peças promocionais e institucionais de empresa patrocinadora.

Art. 31. Não será superior a dez por cento do limite de renúncia anual o montante utilizado para o incentivo a projetos culturais apresentados com o objetivo de financiar:

I - a manutenção de equipamentos culturais pertencentes ao Poder Público;

II - ações empreendidas pelo Poder Público, de acordo com as suas finalidades institucionais; e

III - ações executadas por organizações do terceiro setor que administram equipamentos culturais, programas e ações oriundos da administração pública.

Art. 32. São vedados a doação e o co-patrocínio incentivados a pessoa ou instituição vinculada ao co-patrocinador ou doador.

§ 1o Consideram-se vinculados ao co-patrocinador ou doador:

I - a pessoa jurídica da qual o co-patrocinador ou o doador seja titular, administrador, gerente, acionista ou sócio, na data da operação ou nos doze meses anteriores;

II - o cônjuge, os parentes até o terceiro grau, inclusive os afins, e os dependentes do co-patrocinador, do doador ou dos titulares, administradores, acionistas ou sócios de pessoa jurídica vinculada ao co-patrocinador ou ao doador, nos termos do inciso I; e

III - a pessoa jurídica coligada, controladora ou controlada, ou que tenha como titulares, administradores, acionistas ou sócios alguma das pessoas a que se refere o inciso II.

§ 2º Não se aplica a vedação prevista neste artigo às pessoas jurídicas de direito privado sem fins lucrativos e com finalidade cultural criadas pelo co-patrocinador, desde que formalmente constituídas, na forma da legislação em vigor e com planos anuais de atividades aprovados pelo Ministério da Cultura.

§ 3º Não será superior a dez por cento do limite de renúncia anual o montante utilizado para o incentivo a projetos apresentados pelas instituições vinculadas ao co-patrocinador excepcionadas pelo § 2º.

Art. 33. Os projetos culturais que buscam co-patrocínio incentivado poderão acolher despesas de elaboração e administração, nos termos do regulamento.

Parágrafo único. A soma dessas despesas não poderá superar dez por cento do total do projeto.

Art. 34. A renúncia autorizada a um proponente, individualmente considerado, não será superior a meio por cento do limite de renúncia fiscal previsto anualmente, excetuando-se:

I - projetos culturais de preservação do patrimônio cultural material; e

II - planos anuais de instituições que realizem seleção pública na escolha de projetos.

Art. 35. Para que faça jus à dedução prevista no art. 24 e com vistas a promover sua responsabilidade social, o co-patrocinador deverá:

I - oferecer serviço direto e automatizado de atendimento ao proponente;

II - divulgar os critérios pelos quais os projetos culturais serão selecionados e os prazos para ingresso na seleção; e

III - divulgar os projetos culturais que forem selecionados e o percentual de dedução permitido em razão do co-patrocínio.

CAPÍTULO V DO ACOMPANHAMENTO E GESTÃO DOS RECURSOS DO Procultura

Art. 36. Os recursos aportados pelo Procultura em projetos culturais por meio dos mecanismos previstos no art. 2º, incisos I e II, deverão ser depositados e movimentados em conta bancária específica, aberta em instituição financeira federal credenciada pelo Ministério da Cultura, devendo a respectiva prestação de contas ser apresentada nos termos do regulamento.

Art. 37. A propositura de projetos culturais ou aplicação dos recursos públicos neles aportados não poderá ser feita por meio de qualquer tipo de intermediação.

Art. 38. A contratação de serviços necessários à captação ou obtenção de doação, co-patrocínio ou investimento não poderá ser incluída no projeto cultural.

Art. 39. O Ministério da Cultura instituirá o Sistema Nacional de Informações Culturais e o Cadastro Nacional de Proponentes e co-Patrocinadores, que deverão reunir, integrar e difundir as informações relativas ao fomento cultural em todos os entes federados.

Parágrafo único. O Poder Executivo, por intermédio do Ministério da Cultura, implementará sistema de informações específico para fins de gestão e operacionalização de todos os mecanismos e modalidades de execução de projetos culturais previstos nesta Lei.

Art. 40. O Ministério da Cultura publicará anualmente, no Portal da Transparência do Governo Federal, até 30 de abril, o montante captado pelo Procultura no ano-calendário anterior, com valores devidamente discriminados por proponente, doador e co-patrocinador, ressaltando os setores e programas por eles incentivados.

Art. 41. O Ministério da Cultura publicará anualmente, no Portal da Transparência do Governo Federal, até 30 de abril, o montante alocado pelo FNC no ano-calendário anterior, com valores devidamente discriminados por proponente, ressaltando setores e programas.

Art. 42. Serão fixados, periodicamente, indicadores para o monitoramento e avaliação dos resultados do Procultura com base em critérios de economia, eficiência, eficácia, qualidade e também de desempenho dos entes federados.

Art. 43. O Ministério da Cultura estabelecerá premiação anual com a finalidade de estimular e valorizar as melhores práticas de agentes públicos e privados dos mecanismos de fomento previstos nesta Lei.

CAPÍTULO VI DO ESTÍMULO ÀS ATIVIDADES CULTURAIS COM POTENCIAL DE RETORNO COMERCIAL

Art. 44. Os recursos do Procultura, sejam provenientes de incentivos fiscais ou do FNC, serão empregados em projetos culturais com potencial de retorno comercial exclusivamente para:

I - investimento retornável, garantida a participação do FNC no retorno comercial do projeto cultural; ou

II - financiamento não retornável, condicionado à gratuidade ou comprovada redução nos valores dos produtos ou serviços culturais resultantes do projeto cultural, bem como à abrangência da circulação dos produtos ou serviços em pelo menos quatro regiões do País.

§ 1º Os recursos da modalidade investimento não poderão ultrapassar vinte por cento da dotação anual do FNC.

§ 2º Os lucros obtidos pelo projeto ou bens culturais retornam ao FNC na proporção dos incentivos a ele concedidos.

§ 3º Os projetos culturais deverão ser instruídos com as informações necessárias para sua análise econômico-financeira, conforme regulamento.

Art. 45. Fica autorizada a constituição de Fundos de Investimento Cultural e Artístico - Ficarts, sob a forma de condomínio fechado, sem personalidade jurídica, caracterizando comunhão de recursos destinados à aplicação em projetos culturais

e artísticos, e administrados por instituição financeira autorizada a funcionar pelo Banco Central do Brasil.

§ 1o O patrimônio dos Ficarts será representado por quotas emitidas sob a forma escritural, alienadas ao público com a intermediação da instituição administradora do Fundo.

§ 2o A administradora será responsável por todas as obrigações do Fundo, inclusive as relativas à retenção e ao recolhimento de tributos e outras obrigações de natureza tributária.

Art. 46. Compete à Comissão de Valores Mobiliários autorizar, disciplinar e fiscalizar a constituição, o funcionamento e a administração dos Ficarts, observadas as disposições desta Lei e as normas aplicáveis aos fundos de investimento.

Parágrafo único. A Comissão de Valores Mobiliários comunicará a constituição dos Ficarts, bem como das respectivas administradoras, ao Ministério da Cultura.

Art. 47. Os bens e serviços culturais a serem financiados pelos Ficarts serão aqueles considerados sustentáveis economicamente, baseados na avaliação dos administradores do Fundo.

§ 1o É vedada a aplicação de recursos de Ficart em projetos culturais que tenham participação majoritária de quotista do próprio Fundo.

§ 2o Não serão beneficiadas pelo mecanismo de que trata este Capítulo as iniciativas contempladas no Capítulo VII da Medida Provisória no 2.228-1, de 6 de setembro de 2001, alterada pela Lei no 11.437, de 2006.

Art. 48. As pessoas físicas e pessoas jurídicas tributadas com base no lucro real poderão deduzir do imposto sobre a renda devido os seguintes percentuais do valor despendido para aquisição de quotas dos Ficarts, obedecidos os limites referidos nos arts. 24 e 71 desta Lei, e 22 da Lei no 9.532, de 1997, e o disposto no § 4o do art. 3o da Lei no 9.249, de 1995.

I - cem por cento, nos anos-calendário de 2010 a 2013; e

II - setenta e cinco por cento, no ano-calendário de 2014.

§ 1o Somente são dedutíveis do imposto devido as quantias aplicadas na aquisição de quotas dos Ficarts:

I - pela pessoa física, no ano-calendário a que se referir a declaração de ajuste anual; ou

II - pela pessoa jurídica, no respectivo período de apuração de imposto.

§ 2o A dedução de que trata o § 1o incidirá sobre o imposto devido:

I - no trimestre a que se referirem os investimentos, para as pessoas jurídicas que apuram o lucro real trimestral;

II - no ano-calendário, para as pessoas jurídicas que, tendo optado pelo recolhimento do imposto por estimativa, apuram o lucro real anual; ou

III - no ano-calendário, conforme ajuste em declaração de ajuste anual de rendimentos para a pessoa física.

§ 3o Em qualquer hipótese, não será dedutível a perda apurada na alienação das quotas dos Ficarts.

§ 4o A pessoa jurídica que alienar as quotas dos Ficarts somente poderá considerar como custo de aquisição, na determinação do ganho de capital, os valores deduzidos na forma do § 2o na hipótese em que a alienação ocorra após cinco anos da data de sua aquisição.

Art. 49. A aplicação dos recursos dos Ficarts far-se-á, exclusivamente, na:

I - contratação de pessoas jurídicas com sede no território brasileiro, tendo por finalidade exclusiva a execução de bens e serviços culturais;

II - participação na produção de bens e na execução de serviços culturais realizados por pessoas jurídicas de natureza cultural com sede no território brasileiro;

III - participação na construção, reforma e modernização de equipamentos culturais no País; ou

IV - aquisição de ações de empresas de natureza cultural pelos Ficarts.

Art. 50. As quotas dos Ficarts, emitidas sempre sob a forma nominativa ou escritural, constituem valores mobiliários sujeitos ao regime da legislação em vigor.

§ 1º Considera-se ganho de capital a diferença positiva entre o valor de cessão ou resgate da quota e o custo médio atualizado da aplicação, observadas as datas de aplicação, resgate ou cessão, nos termos da legislação pertinente, respeitado o disposto no § 4º do art. 48.

§ 2º O ganho de capital será apurado em relação a cada resgate ou cessão, sendo permitida a compensação do prejuízo havido em uma operação com o lucro obtido em outra, da mesma ou diferente espécie, desde que de renda variável, dentro do mesmo exercício fiscal.

§ 3º Os rendimentos e ganhos de capital a que se refere este artigo, quando auferidos por investidores residentes ou domiciliados no exterior, sujeitam-se à tributação pelo imposto sobre a renda, nos termos do art. 81 da Lei no 8.981, de 20 de janeiro de 1995.

Art. 51. Os rendimentos e ganhos líquidos e de capital auferidos pela carteira de Ficart ficam isentos do imposto sobre a renda.

Art. 52. Os rendimentos e ganhos de capital distribuídos pelos Ficart, sob qualquer forma e qualquer que seja o beneficiário, sujeitam-se à incidência do imposto sobre a renda na fonte à alíquota de quinze por cento.

Art. 53. Os rendimentos auferidos no resgate de quotas quando da liquidação dos Ficarts ficam sujeitos ao imposto sobre a renda na fonte à alíquota de quinze por cento incidente sobre a diferença positiva entre o valor de resgate e o custo de aquisição das quotas, observado o § 3º do art. 48.

Art. 54. Os ganhos auferidos na alienação de quotas dos Ficarts são tributados à alíquota de quinze por cento:

I - como ganho líquido quando auferidos por pessoa física em operações realizadas em bolsa e por pessoa jurídica em operações realizadas dentro ou fora de bolsa; e

II - de acordo com as regras aplicáveis aos ganhos de capital na alienação de bens ou direitos de qualquer natureza quando auferidos por pessoa física em operações realizadas fora de bolsa.

§ 1º Considera-se ganho de capital a diferença positiva entre o valor de alienação da quota e o custo de aquisição, observado o § 3º do art. 48.

§ 2º O imposto será pago até o último dia útil do mês subsequente àquele em que o ganho de capital foi auferido.

Art. 55. O imposto pago ou retido nos termos dos arts. 52 a 54 será:

I - deduzido do devido no encerramento de cada período de apuração ou na data da extinção, no caso de pessoa jurídica tributada com base no lucro real, presumido ou arbitrado; e

II - definitivo, no caso de pessoa física e de pessoa jurídica isenta ou optante pelo Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas Microempresas e Empresas de Pequeno Porte - SIMPLES NACIONAL, de que trata a Lei Complementar no 123, de 14 de dezembro de 2006.

Art. 56. O tratamento fiscal previsto nos arts. 52 a 54 somente incide sobre os rendimentos decorrentes de aplicações em Ficart que atendam a todos os requisitos previstos nesta Lei e na respectiva regulamentação a ser baixada pela Comissão de Valores Mobiliários.

Parágrafo único. Na hipótese de o Ficart deixar de atender aos requisitos de que trata o caput, os rendimentos e ganhos auferidos pelo cotista sujeitar-se-ão à incidência de imposto sobre a renda à alíquota de vinte e dois inteiros e cinco décimos por cento.

CAPÍTULO VII DAS INFRAÇÕES E PENALIDADES

Seção I Das Infrações

Art. 57. Constitui infração aos dispositivos desta Lei:

I - auferir o co-patrocinador incentivado, o doador incentivado ou o proponente vantagem financeira ou material indevida em decorrência do co-patrocínio ou da doação incentivados;

II - agir o co-patrocinador incentivado, o doador incentivado ou o proponente de projeto com dolo, fraude ou simulação na utilização dos incentivos nela previstos;

III - desviar para finalidade diversa da fixada nos respectivos projetos, os recursos, bens, valores ou benefícios obtidos com base nesta Lei;

IV - adiar, antecipar ou cancelar, sem autorização do Ministério da Cultura, projeto beneficiado pelos incentivos previstos nesta Lei; e

V - deixar o co-patrocinador incentivado ou o proponente do projeto de utilizar as logomarcas do Ministério da Cultura e dos mecanismos de financiamento previstos nesta Lei, ou fazê-lo de forma diversa da estabelecida.

Seção II Das Penalidades

Art. 58. As infrações aos dispositivos desta Lei, sem prejuízo das demais sanções cabíveis, sujeitarão:

I - o doador ou o co-patrocinador incentivados ao pagamento do valor atualizado do imposto sobre a renda não recolhido, além das penalidades e demais acréscimos previstos na legislação tributária;

II - o infrator ao pagamento de multa de até duas vezes o valor da vantagem auferida indevidamente, revertida para o FNC;

III - o infrator à perda ou suspensão de participação em linhas de financiamento em estabelecimentos oficiais de crédito;

IV - o infrator à proibição de contratar com a administração pública pelo período de até dois anos; ou

V - o infrator à suspensão ou proibição de fruir de benefícios fiscais instituídos por esta Lei pelo período de até dois anos.

Parágrafo único. O proponente do projeto, por culpa ou dolo, é solidariamente responsável pelo pagamento do valor previsto no inciso I do caput.

Art. 59. As sanções previstas no art. 58 serão graduadas de acordo com a gravidade da infração e aplicadas isolada ou cumulativamente pela autoridade administrativa competente.

CAPÍTULO VIII DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 60. Serão destinados ao FNC pelo menos quarenta por cento das dotações do Ministério da Cultura, quando da elaboração da proposta orçamentária.

Art. 61. São impenhoráveis os recursos recebidos por instituições privadas para aplicação nos projetos culturais de que trata esta Lei.

Parágrafo único. A impenhorabilidade prevista no caput não é oponível aos créditos da União.

Art. 62. A aprovação dos projetos culturais de que trata esta Lei fica condicionada à comprovação, pelo proponente, da regularidade quanto à quitação de tributos federais e demais créditos inscritos em dívida ativa da União.

Art. 63. A União poderá exigir, como condição para aprovação de projetos financiados com o mínimo de sessenta por cento de recursos incentivados, que lhe sejam licenciados, em caráter não-exclusivo e de forma não-onerosa, determinados direitos sobre as obras intelectuais resultantes da implementação de tais projetos, conforme dispuser o regulamento.

§ 1o A licença prevista neste artigo não caracteriza transferência de titularidade dos direitos e terá eficácia após prazo não inferior a três anos do encerramento do projeto, conforme disposto no regulamento, exclusivamente para fins não-comerciais, e estritamente educacionais, culturais e informativos.

§ 2o Reputa-se onerosa a exibição e execução públicas das obras e a utilização de conteúdo pelas redes de televisão públicas que possuam anunciantes comerciais.

Art. 64. As atividades previstas no § 2o do art. 9o da Lei no 11.483, de 31 de maio de 2007, serão financiadas, entre outras formas, por meio de recursos captados e canalizados pelo Procultura.

Art. 65. Fica mantida a Ordem do Mérito Cultural, instituída pelo art. 34 da Lei no 8.313, de 1991, sendo que as distinções serão concedidas pelo Presidente da República, em ato solene, a personalidades, grupos artísticos, iniciativas e instituições que se destacaram por suas contribuições à cultura brasileira.

Art. 66. Fica instituído o Programa Prêmio Teatro Brasileiro, a ser definido em regulamento, para fomentar:

- I - núcleos artísticos teatrais com trabalho continuado;
- II - produção de espetáculos teatrais; e
- III - circulação de espetáculos ou atividades teatrais.

Art. 67. O Ministério da Cultura disciplinará a comunicação e uso de marcas do Procultura.

Parágrafo único. Nas ações de co-patrocínio incentivado haverá relação direta entre a participação com recursos não-incentivados do agente privado e sua visibilidade na ação co-patrocínada.

Art. 68. Os recursos recebidos para execução de projeto cultural aprovado pelo Ministério da Cultura não serão computados na base de cálculo do imposto sobre a renda, da Contribuição Social sobre o Lucro Líquido - CSLL, e das contribuições para o Programa de Integração Social - PIS e a Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social - COFINS, desde que tenham sido efetivamente utilizados na execução dos referidos projetos.

Parágrafo único. A aplicação de recursos de que trata o caput não constituirá despesa ou custo para fins de apuração do imposto sobre a renda e da CSLL e não dará direito a crédito de PIS e de COFINS.

Art. 69. O Fundo Setorial do Audiovisual, categoria específica do FNC, rege-se pela Lei no 11.437, de 2006, e, subsidiariamente, por esta Lei.

Art. 70. O Fundo Setorial de Incentivo à Inovação do Audiovisual, categoria específica do FNC, rege-se nos termos desta Lei.

Art. 71. A soma das deduções de que tratam o inciso II do § 1º do art. 24, os arts. 26 e 48, e das deduções de que tratam os arts. 1º e 1º-A da Lei no 8.685, de 20 de julho de 1993, e os arts. 44 e 45 da Medida Provisória no 2.228-1, de 2001, não poderá exceder a quatro por cento do imposto sobre a renda devido, obedecidos os limites específicos de dedução de que tratam esta Lei e o disposto no § 4º do art. 3º da Lei no 9.249, de 1995.

Art. 72. O valor total máximo, em termos absolutos, das deduções de que trata esta Lei será fixado anualmente na Lei de Diretrizes Orçamentárias, com base nos percentuais de dedução do imposto sobre a renda devido pelas pessoas físicas e jurídicas, de que tratam os arts. 24, 26 e 48, inclusive com as estimativas de renúncia decorrentes da aplicação do benefício previsto no art. 24, § 5º.

Parágrafo único. Enquanto a Lei de Diretrizes Orçamentárias não contiver previsão específica, ao Procultura serão aplicáveis as previsões de gastos tributários do Programa Nacional de Apoio à Cultura - Pronac.

Art. 73. O art. 12 da Lei no 9.250, de 26 de dezembro de 1995, passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 12.

II - as doações e co-patrocínios efetivamente realizados em favor de projetos culturais, aprovados pelo Ministério da Cultura e quantias aplicadas na aquisição de quotas de Fundos de Investimento Cultural e Artístico - Ficarts, no âmbito do Programa Nacional de Fomento e Incentivo à Cultura - Procultura;

” (NR)

Art. 74. O Poder Executivo, no prazo de cento e vinte dias, a contar da data de sua publicação, regulamentará esta Lei.

Art. 75. Esta Lei entra em vigor cento e oitenta dias contados de sua publicação.

Art. 76. Revogam-se:

I - a Lei no 8.313, de 23 de dezembro de 1991;

II - o art. 6o da Lei no 8.849, de 28 de janeiro de 1994;

III - o art. 2o da Lei no 9.064, de 20 de junho de 1995, na parte em que altera o art. 6o da Lei no 8.849, de 28 de janeiro de 1994;

IV - o art. 14 da Lei no 9.065, de 20 de junho de 1995;

V - a Lei no 9.312, de 5 de novembro de 1996;

VI - o inciso II do art. 6o da Lei no 9.532, de 10 de dezembro de 1997;

VII - o art. 1o da Lei no 9.874, de 23 de novembro de 1999;

VIII - a Lei no 9.999, de 30 de agosto de 2000;

IX - a Lei no 11.646, de 10 de março de 2008;

X - o art. 10 da Medida Provisória no 2.189-49, de 23 de agosto de 2001, na parte em que altera o inciso II do art. 6o da Lei no 9.532, de 10 de dezembro de 1997; e

XI - os arts. 52 e 53 da Medida Provisória no 2.228-1, de 6 de setembro de 2001.

LOI n° 2003-709 du 1er août 2003 relative au mécénat, aux associations et aux fondations (1)

NOR: MCCX0300015L

L'Assemblée nationale et le Sénat ont adopté,

Le Président de la République promulgue la loi dont la teneur suit :

Article 1

I. - L'article 200 du code général des impôts est ainsi modifié :

1° Dans le premier alinéa du 1, le taux : « 50 % » est remplacé par le taux : « 60 % » et le taux : « 10 % » est remplacé par le taux : « 20 % » ;

2° Le a du 1 est ainsi rédigé :

« a) De fondations ou associations reconnues d'utilité publique et, pour les seuls salariés des entreprises fondatrices ou des entreprises du groupe, au sens de l'article 223 A, auquel appartient l'entreprise fondatrice, de fondations d'entreprise, lorsque ces organismes répondent aux conditions fixées au b ; »

3° Après le sixième alinéa du 1, il est inséré un f ainsi rédigé :

« f) D'organismes sans but lucratif qui procèdent à la fourniture gratuite de repas à des personnes en difficulté, qui contribuent à favoriser leur logement ou qui procèdent, à titre principal, à la fourniture gratuite des soins mentionnés au 1° du 4 de l'article 261 à des personnes en difficulté. » ;

4° Au septième alinéa du 1, le mot: «sixième» est remplacé par le mot: «septième» ;

5° Après le 1, il est inséré un 1 bis ainsi rédigé :

« 1 bis. Pour l'application des dispositions du 1, lorsque les dons et versements effectués au cours d'une année excèdent la limite de 20 %, l'excédent est reporté

successivement sur les années suivantes jusqu'à la cinquième inclusivement et ouvre droit à la réduction d'impôt dans les mêmes conditions. » ;

6° Le 4 est abrogé ;

7° Au 5, les mots : « des 1 et 4 » sont remplacés par les mots : « du 1 ».

II. - Les dispositions du I s'appliquent aux dons et versements effectués à compter du 1er janvier 2003.

III. - L'article L. 80 C du livre des procédures fiscales est ainsi rétabli :

« Art. L. 80 C. - L'amende fiscale prévue à l'article 1768 quater du code général des impôts n'est pas applicable lorsque l'administration n'a pas répondu dans un délai de six mois à un organisme qui a demandé, dans les mêmes conditions que celles prévues à l'avant-dernier alinéa du 2° de l'article L. 80 B, s'il relève de l'une des catégories mentionnées aux articles 200 et 238 bis du code général des impôts.

« Un décret en Conseil d'Etat précise les conditions d'application du présent article. »

Article 2

L'article 757 du code général des impôts est complété par un alinéa ainsi rédigé :

« Ces dispositions ne s'appliquent pas aux dons manuels consentis aux organismes d'intérêt général mentionnés à l'article 200. »

Article 3

Après l'article 4 de la loi n° 87-571 du 23 juillet 1987 sur le développement du mécénat, il est inséré un article 4-1 ainsi rédigé :

« Art. 4-1. - Les associations et fondations reconnues d'utilité publique, les associations qui ont pour but exclusif l'assistance, la bienfaisance, la recherche scientifique ou médicale ainsi que tout organisme bénéficiaire de dons de personnes physiques ou morales ouvrant droit, au bénéfice des donateurs, à un avantage fiscal au titre de l'impôt sur le revenu ou de l'impôt sur les sociétés doivent assurer, dans des conditions déterminées par décret en Conseil d'Etat, la publicité par tous moyens et la certification de leurs comptes annuels au-dessus d'un montant de dons de 153 000 EUR par an. »

Article 4

Dans l'article 18-1 de la loi n° 87-571 du 23 juillet 1987 précitée, les mots : « cinq ans » sont remplacés par les mots : « dix ans ».

Article 5

I. - Au III de l'article 219 bis du code général des impôts, la somme : « 15 000 EUR » est remplacée par la somme : « 50 000 EUR ».

II. - Les dispositions du I sont applicables à l'impôt sur les sociétés dû au titre des exercices ouverts à compter du 1er janvier 2003.

Article 6

I. - L'article 238 bis du code général des impôts est ainsi modifié :

1° Le 1 est ainsi rédigé :

« 1. Ouvrent droit à une réduction d'impôt égale à 60 % de leur montant les versements, pris dans la limite de 5 du chiffre d'affaires, effectués par les entreprises assujetties à l'impôt sur le revenu ou à l'impôt sur les sociétés au profit :

« a) D'oeuvres ou d'organismes d'intérêt général ayant un caractère philanthropique, éducatif, scientifique, social, humanitaire, sportif, familial, culturel ou concourant à la mise en valeur du patrimoine artistique, à la défense de l'environnement naturel ou à la diffusion de la culture, de la langue et des connaissances scientifiques françaises, notamment quand ces versements sont faits au bénéfice d'une fondation d'entreprise, même si cette dernière porte le nom de l'entreprise fondatrice. Ces dispositions s'appliquent même si le nom de l'entreprise versante est associé aux opérations réalisées par ces organismes ;

« b) De fondations ou associations reconnues d'utilité publique ou des musées de France et répondant aux conditions fixées au a, ainsi que d'associations culturelles ou de bienfaisance qui sont autorisées à recevoir des dons et legs et des établissements publics des cultes reconnus d'Alsace-Moselle. La condition relative à la reconnaissance d'utilité publique est réputée remplie par les associations régies par la loi locale maintenue en vigueur dans les départements de la Moselle, du Bas-Rhin et du Haut-Rhin lorsque la mission de ces associations est reconnue d'utilité publique. Un décret en Conseil d'Etat fixe les conditions de cette reconnaissance et les modalités de procédure permettant de l'accorder ;

« c) Des établissements d'enseignement supérieur ou d'enseignement artistique, publics ou privés, à but non lucratif, agréés par le ministre chargé du budget ainsi que par le ministre chargé de l'enseignement supérieur ou par le ministre chargé de la culture ;

« d) Des sociétés ou organismes publics ou privés agréés à cet effet par le ministre chargé du budget en vertu de l'article 4 de l'ordonnance n° 58-882 du 25 septembre 1958 relative à la fiscalité en matière de recherche scientifique et technique ;

« e) D'organismes publics ou privés dont la gestion est désintéressée et qui ont pour activité principale l'organisation de festivals ayant pour objet la présentation au public d'oeuvres dramatiques, lyriques, musicales, chorégraphiques, cinématographiques et de cirque, à la condition que les versements soient affectés à cette activité. Cette disposition ne s'applique pas aux organismes qui présentent des oeuvres à caractère pornographique ou incitant à la violence.

« Les organismes mentionnés au b peuvent, lorsque leurs statuts ont été approuvés à ce titre par décret en Conseil d'Etat, recevoir des versements pour le compte d'oeuvres ou d'organismes mentionnés au a.

« Lorsque la limite fixée au premier alinéa est dépassée au cours d'un exercice, l'excédent de versement peut donner lieu à réduction d'impôt au titre des cinq exercices suivants, après prise en compte des versements effectués au titre de chacun de ces exercices, sans qu'il puisse en résulter un dépassement du plafond défini au premier alinéa.

« La limite de 5 du chiffre d'affaires s'applique à l'ensemble des versements effectués au titre du présent article.

« Les versements ne sont pas déductibles pour la détermination du bénéfice imposable. » ;

2° Les 2, 3 et 5 sont abrogés.

II. - 1. L'article 200 bis du même code est ainsi rédigé :

« Art. 200 bis. - La réduction d'impôt prévue à l'article 238 bis est imputée sur l'impôt sur le revenu dû au titre de l'année au cours de laquelle les dépenses ont été

réalisées. L'excédent éventuel est utilisé pour le paiement de l'impôt sur le revenu dû au titre des cinq années suivant celle au titre de laquelle elle est constatée.

« Un décret fixe les obligations déclaratives et les modalités d'imputation des dispositions du présent article. »

2. Après l'article 220 D du même code, il est inséré un article 220 E ainsi rédigé :

« Art. 220 E. - La réduction d'impôt définie à l'article 238 bis est imputée sur l'impôt sur les sociétés dû au titre de l'exercice au cours duquel les dépenses ont été réalisées. L'excédent éventuel est utilisé pour le paiement de l'impôt sur les sociétés dû au titre des cinq exercices suivant celui au titre duquel elle est constatée.

« Un décret fixe les obligations déclaratives et les modalités d'imputation des dispositions du présent article. »

III. - Les articles 238 bis A et 238 bis AA du même code sont abrogés.

IV. - L'article 238 bis AB du même code est ainsi modifié :

1° Les deuxième et troisième alinéas sont ainsi rédigés :

« La déduction ainsi effectuée au titre de chaque exercice ne peut excéder la limite mentionnée au premier alinéa du 1 de l'article 283 bis, minorée du total des versements mentionnés au même article.

« Pour bénéficier de la déduction prévue au premier alinéa, l'entreprise doit exposer dans un lieu accessible au public le bien qu'elle a acquis pour la période correspondant à l'exercice d'acquisition et aux quatre années suivantes. » ;

2° Après le troisième alinéa, il est inséré un alinéa ainsi rédigé :

« Sont également admises en déduction dans les conditions prévues au premier alinéa les sommes correspondant au prix d'acquisition d'instruments de musique. Pour bénéficier de la déduction, l'entreprise doit s'engager à prêter ces instruments à titre gratuit aux artistes-interprètes qui en font la demande. » ;

3° Dans la deuxième phrase du quatrième alinéa, après les mots : « de l'oeuvre », sont insérés les mots : « ou de l'instrument ».

V. - Les dispositions des I à IV s'appliquent aux versements effectués au cours des exercices ouverts à compter du 1er janvier 2003.

VI. - Les excédents de versement constatés au cours d'exercices antérieurs à ceux ouverts à compter du 1er janvier 2003 et qui n'ont pas été déduits du résultat imposable peuvent donner lieu à réduction d'impôt, dans les conditions prévues au huitième alinéa du 1 de l'article 238 bis du code général des impôts, au titre des cinq exercices suivant leur constatation.

VII. - Le 1 de l'article 223 O du code général des impôts est complété par un e ainsi rédigé :

« e) Des réductions d'impôt dégagées par chaque société du groupe en application de l'article 238 bis. »

Article 7

L'article 1469 du code général des impôts est complété par un 5° ainsi rédigé :

« 5° Il n'est pas tenu compte de la valeur locative des oeuvres d'art acquises par les entreprises dans le cadre des articles 238 bis AB et 238 bis-0 AB. »

Article 8

L'article 788 du code général des impôts est ainsi modifié :

1° Le II est ainsi rédigé :

« II. - Pour la perception des droits de mutation par décès, il est effectué un abattement sur la part nette de tout héritier, donataire ou légataire correspondant à la valeur des biens reçus du défunt, évalués au jour du décès et remis par celui-ci à une fondation reconnue d'utilité publique répondant aux conditions fixées au b du 1 de l'article 200 ou aux sommes versées par celui-ci à une association reconnue d'utilité publique répondant aux conditions fixées au b du 1 de l'article 200, à l'Etat ou à un organisme mentionné à l'article 794 en emploi des sommes, droits ou valeurs reçus du défunt. Cet abattement s'applique à la double condition :

« 1° Que la libéralité soit effectuée, à titre définitif et en pleine propriété, dans les six mois suivant le décès ;

« 2° Que soient jointes à la déclaration de succession des pièces justificatives répondant à un modèle fixé par un arrêté du ministre chargé du budget attestant du montant et de la date de la libéralité ainsi que de l'identité des bénéficiaires.

« L'application de cet abattement n'est pas cumulable avec le bénéfice de la réduction d'impôt sur le revenu prévue à l'article 200. » ;

2° Il est complété par un III ainsi rédigé :

« III. - A défaut d'autre abattement, à l'exception de celui mentionné au II, un abattement de 1 500 EUR est opéré sur chaque part successorale. »

Article 9

L'article 1727 A du code général des impôts est complété par un 5 ainsi rédigé :

« 5. Lorsque la convention prévue au premier alinéa de l'article 795 A prend fin dans les conditions définies par les dispositions types mentionnées au même alinéa, l'intérêt de retard est calculé à compter du premier jour du mois suivant celui au cours duquel la convention a pris fin. »

Article 10

Le I de l'article 794 du code général des impôts est ainsi rédigé :

« I. - Les régions, les départements, les communes, leurs établissements publics et les établissements publics hospitaliers sont exonérés des droits de mutation à titre gratuit sur les biens qui leur adviennent par donation ou succession affectés à des activités non lucratives. »

Article 11

Le dernier alinéa de l'article 19-8 de la loi n° 87-571 du 23 juillet 1987 précitée est complété par une phrase ainsi rédigée :

« Elle peut toutefois recevoir des dons effectués par les salariés de l'entreprise fondatrice. »

Article 12

Le dernier alinéa de l'article 19-8 de la loi n° 87-571 du 23 juillet 1987 précitée est complété par une phrase ainsi rédigée :

« Elle peut également recevoir des dons effectués par les salariés des entreprises du groupe, au sens de l'article 223 A du code général des impôts, auquel appartient l'entreprise fondatrice. »

Article 13

Après l'article L. 432-9 du code du travail, il est inséré un article L. 432-9-1 ainsi rédigé :

« Art. L. 432-9-1. - Les salariés sont informés de la politique de l'entreprise concernant ses choix de mécénat et de soutien aux associations et aux fondations. »

Article 14

I. - Dans le premier alinéa de l'article 238 bis-0 A du code général des impôts, les mots : « avant le 31 décembre 2006 » sont supprimés.

II. - Après le premier alinéa du même article, il est inséré un alinéa ainsi rédigé :

« Cette réduction d'impôt est également applicable, après avis motivé de la commission prévue à l'article 7 de la loi n° 92-1477 du 31 décembre 1992 précitée, aux versements effectués en faveur de l'achat des biens culturels situés en France ou à l'étranger dont l'acquisition présenterait un intérêt majeur pour le patrimoine national au point de vue de l'histoire, de l'art ou de l'archéologie. »

III. - Le d de l'article 238 bis-0 AB du même code est complété par les mots : « , d'un service public d'archives ou d'une bibliothèque relevant de l'Etat ou placée sous son contrôle technique ».

Article 15

L'article L. 111-8 du code des juridictions financières est complété par un alinéa ainsi rédigé :

« La Cour des comptes peut contrôler, dans des conditions prévues par un décret en Conseil d'Etat, la conformité entre les objectifs des organismes visés à l'article 4-1 de la loi n° 87-571 du 23 juillet 1987 sur le développement du mécénat et les dépenses financées par les dons ouvrant droit, au bénéfice des donateurs, à un avantage fiscal au titre de l'impôt sur le revenu ou de l'impôt sur les sociétés. »

Article 16

Le dernier alinéa de l'article 11 de la loi du 1er juillet 1901 relative au contrat d'association est supprimé.

Article 17

Après l'article 79 du code civil local, sont insérés trois articles 79-I à 79-III ainsi rédigés :

« Art. 79-I. - Les associations ayant fait l'objet d'un retrait de capacité juridique ou d'une dissolution sont radiées du registre des associations par le tribunal d'instance. Il en est de même des associations pour lesquelles le tribunal d'instance constate qu'elles ont cessé toute activité et ne possèdent plus de direction depuis plus de cinq ans.

« Art. 79-II. - Chaque fois qu'une disposition législative ou réglementaire prévoit qu'une activité peut se développer dans le cadre d'une association déclarée constituée sur le fondement de la loi du 1er juillet 1901 relative au contrat d'association, il y a lieu de lire cette référence comme visant également les associations inscrites constituées sur le fondement du code civil local.

« Art. 79-III. - L'ensemble des droits et avantages attribués aux associations reconnues d'utilité publique bénéficie également aux associations régies par le code civil local dont la mission aura été reconnue d'utilité publique conformément au I de l'article 80 de la loi de finances pour 1985 (n° 84-1208 du 29 décembre 1984). »

Article 18

L'article 77 du code civil local est ainsi rédigé :

« Art. 77. - Sont fixées par décret les mesures d'exécution des articles 55 à 79-I, notamment en vue de préciser les modalités d'instruction des demandes d'inscription et de tenue du registre des associations, ainsi que pour définir les conditions dans lesquelles les associations peuvent être radiées du registre des associations en application de l'article 79-I. »

Article 19

I. - Le second alinéa de l'article 61 du code civil local est ainsi rédigé :

« L'autorité administrative peut faire opposition contre l'inscription lorsque les buts de l'association sont contraires aux lois pénales réprimant les crimes et délits ou lorsque l'association aurait pour but de porter atteinte à l'intégrité du territoire et à la forme républicaine du Gouvernement. »

II. - L'article 63 du même code est ainsi rédigé :

« Art. 63. - L'opposition doit être formée dans un délai de six semaines à compter de la communication de la déclaration. Passé ce délai, le tribunal inscrit l'association sur le registre prévu à cet effet. »

Article 20

I. - Au début de l'article 21 du code civil local, il est inséré un alinéa ainsi rédigé :

« Les associations peuvent se former librement. »

II. - A l'article 25 du même code, les mots : « ayant la capacité juridique » sont supprimés.

III. - L'article 42 du même code est ainsi rédigé :

« Art. 42. - Lorsque l'association est dans l'impossibilité de faire face au passif exigible avec son actif disponible, la direction doit requérir l'ouverture de la procédure de redressement ou de liquidation judiciaires. En cas de retard dans le dépôt de la demande d'ouverture, les membres de la direction auxquels une faute est imputable sont responsables envers les créanciers du dommage qui en résulte. Ils sont tenus comme débiteurs solidaires. »

IV. - L'article 54 du même code est ainsi rédigé :

« Art. 54. - Seul le patrimoine affecté à l'association non inscrite garantit les dettes contractées au nom de cette association. Toutefois, l'auteur d'actes juridiques accomplis envers les tiers au nom d'une telle association est tenu personnellement ; si ces actes sont accomplis par plusieurs personnes, celles-ci sont tenues comme débiteurs solidaires. Pour le surplus, il y a lieu d'appliquer les règles régissant la société civile en participation. »

Article 21

La loi locale du 19 avril 1908 sur les associations, l'ordonnance locale du 22 avril 1908 prise pour l'application de la loi du 19 avril 1908 sur les associations, l'article 23, le dernier membre de phrase du second alinéa de l'article 33, le deuxième alinéa de l'article 43, l'article 44, l'article 77 et la seconde phrase du premier alinéa de l'article 78 du code civil local régissant le droit des associations dans les départements du Haut-Rhin, du Bas-Rhin et de la Moselle sont abrogés.

Article 22

L'article 302 bis KD du code général des impôts est ainsi rédigé :

« Art. 302 bis KD. - 1. Il est institué, à compter du 1er juillet 2003, une taxe sur la publicité diffusée par voie de radiodiffusion sonore et de télévision.

« 2. La taxe est assise sur les sommes, hors commission d'agence et hors taxe sur la valeur ajoutée, payées par les annonceurs aux régies pour l'émission et la diffusion de leurs messages publicitaires à partir du territoire français.

« Elle est due par les personnes qui assurent la régie de ces messages publicitaires.

« Elle est déclarée et liquidée :

« - pour les opérations réalisées au cours du premier semestre 2003, sur la déclaration déposée en juillet 2003 en application du 1 de l'article 287 ;

« - pour les opérations suivantes, sur une déclaration mentionnée au 1 de l'article 287.

« Cette déclaration est déposée avant le 25 du mois suivant la fin de chaque trimestre civil ou, pour les redevables placés sous le régime simplifié d'imposition prévu à l'article 302 septies A, avant le 30 avril de chaque année ou, sur option, pour ceux de ces redevables dont l'exercice comptable ne coïncide pas avec l'année civile, dans les trois mois de la clôture de l'exercice.

« La taxe est acquittée lors du dépôt de ces déclarations.

« 3. Le tarif d'imposition par palier de recettes semestrielles perçues par les régies assujetties est fixé comme suit pour le premier semestre 2003 :

« 1° Pour la publicité radiodiffusée : Vous pouvez consulter le tableau dans le JO n° 177 du 02/08/2003 page 13277 à 13281

« 2° Pour la publicité télévisée : Vous pouvez consulter le tableau dans le JO n° 177 du 02/08/2003 page 13277 à 13281

« 4. Le tarif d'imposition par palier de recettes trimestrielles perçues par les régies assujetties est fixé comme suit à compter du troisième trimestre 2003 :

« 1° Pour la publicité radiodiffusée : Vous pouvez consulter le tableau dans le JO n° 177 du 02/08/2003 page 13277 à 13281

« 2° Pour la publicité télévisée : Vous pouvez consulter le tableau dans le JO n° 177 du 02/08/2003 page 13277 à 13281

« 5. La taxe est recouvrée et contrôlée selon les procédures et sous les mêmes sanctions, garanties et privilèges que la taxe sur la valeur ajoutée. Les réclamations sont présentées, instruites et jugées selon les règles applicables à cette même taxe.

»

Article 23

L'article L. 3323-6 du code de la santé publique est ainsi rédigé :

« Art. L. 3323-6. - Le ou les initiateurs d'une opération de mécénat peuvent faire connaître leur participation par la voie exclusive de mentions écrites dans les documents diffusés à l'occasion de cette opération ou libellées sur des supports

disposés à titre commémoratif à l'occasion d'opérations d'enrichissement ou de restauration du patrimoine naturel ou culturel. »

La présente loi sera exécutée comme loi de l'Etat.

Fait à Paris, le 1er août 2003.

Par le Président de la République : Jacques Chirac

Le Premier ministre, Jean-Pierre Raffarin

Le ministre de l'intérieur, de la sécurité intérieure et des libertés locales, Nicolas Sarkozy

Le ministre de l'économie, des finances et de l'industrie, Francis Mer

Le ministre de la culture et de la communication, Jean-Jacques Aillagon

Le ministre délégué au budget et à la réforme budgétaire, Alain Lambert

(1) Travaux préparatoires : loi n° 2003-709.

Assemblée nationale :

Projet de loi n° 678 ;

Rapport de M. Laurent Hénart, au nom de la commission des finances, n° 690 ;

Discussion et adoption le 1er avril 2003.

Sénat :

Projet de loi, adopté par le l'Assemblée nationale, n° 234 (2002-2003) ;

Rapport de M. Yann Gaillard, au nom de la commission des finances, n° 278 (2002-2003) ;

Avis de M. Philippe Nachbar, au nom de la commission des affaires culturelles, n° 279 (2002-2003) ;

Discussion et adoption le 13 mai 2003.

Assemblée nationale :

Projet de loi, modifié par le Sénat, n° 834 ;

Rapport de M. Laurent Hénart, au nom de la commission des finances, n° 993 ;

Discussion et adoption le 16 juillet 2003.

Sénat :

Projet de loi, adopté avec modification par l'Assemblée nationale, n° 413 (2002-2003) ;

Rapport de M. Yann Gaillard, au nom de la commission des finances, n° 415 (2002-2003) ;

Discussion et adoption le 21 juillet 2003.

Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)