

FINANCIAMENTO CULTURAL

Tudo começa quando a cultura passa a ser compreendida como **DIREITO**.

- 1789 - A Revolução francesa culmina com a Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão
- Em 1945, após a segunda guerra mundial, é criada a Organização das Nações Unidas (ONU)
- Em 1948 é promulgada a **Declaração Universal dos Direitos Humanos**

Artigo 22º

Toda a pessoa, como membro da sociedade, tem direito à segurança social e pode legitimamente exigir a satisfação dos direitos econômicos, sociais e culturais indispensáveis, graças ao esforço nacional e à cooperação internacional, em harmonia com a organização e os recursos de cada país.

Artigo 27º

1. Toda a pessoa tem o direito de tomar parte livremente na vida cultural da comunidade, de fruir as artes e de participar no progresso científico e nos benefícios que deste resultam.
2. Todos têm direito à proteção dos interesses morais e materiais ligados a qualquer produção científica, literária ou artística da sua autoria.

Constituição Brasileira

Diversos trechos da Constituição garantem a cultura como direito e estabelece deveres da União, Estado e Municípios para assegurá-la.

Observa-se que no Capítulo II dos Direitos Sociais a cultura não é reconhecida não consta a cultura mas são contemplados diversos aspectos relacionados em vários capítulos como direitos autorais, livre expressão da atividade artística, regulamentação do uso de imagem e som, etc

- ☐ Tem Seção própria - Seção II, art. 215, 216 e 216-A

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.

Art 216 - § 3º A lei estabelecerá incentivos para a produção e o conhecimento de bens e valores culturais.

Art 216-A - Regulamenta o Sistema Nacional de Cultura (2012)

Direitos Culturais

São os direitos de acesso e à produção das artes, memória coletiva, fluxo de saberes, que asseguram as pessoas conhecimento e uso do passado, interferência ativa no presente e possibilidade de previsão e decisão de opções referentes ao futuro, visando sempre à dignidade da pessoa humana.

A partir do reconhecimento da cultura como direito (universal, imprescritível, inalienável e histórico) faz-se necessário o estabelecimento de políticas públicas para o setor cultural.

A política cultural é a ação do poder público que se requer operações, princípios, procedimentos administrativos e orçamentários.

Esta política visa melhorar a qualidade de vida dos cidadãos através de atividades culturais, artísticas, sociais e recreativas.

Para atender aos profissionais desse mercado e conseqüentemente a sociedade, o Estado cria diversos mecanismos para promovê-la: editais, financiamento de grupos de repertório, prêmios, bolsas de estudo.

O debate sobre as políticas culturais está sempre em movimento.l.

A Agenda 21 da Cultura

Durante o Forum de Autoridades Locais – FAL (2003), e no Forum Universal das Cultura (2004) ficou firmado que as cidades ali representadas deveriam redigir, a exemplo da ECO92, uma agenda com o objetivo de estabelecer diretrizes para as políticas dos governos locais em favor do desenvolvimento cultural e da sobrevivência da diversidade cultural planetária.

O documento estabelece diretrizes que incluem conceitos como a diversidade cultural, questões étnicas, de gênero,

A política cultural é a ação do poder público que se requer operações, princípios, procedimentos administrativos e orçamentários.

Esta política visa melhorar a qualidade de vida dos cidadãos através de atividades culturais, artísticas, sociais e recreativas.

Para atender aos profissionais desse mercado e conseqüentemente a sociedade, o Estado cria diversos mecanismos para promovê-la: editais, financiamento de grupos de repertório, prêmios, bolsas de estudo.

Devem assegurar:

- Formação da identidade cultural e a promoção da diversidade cultural;
- Democracia de acesso cultural e inclusão sócio-econômica e cultural;
- Regeneração geográfica
- Qualidade de vida e sustentabilidade

A atuação do Estado pode ser como interventor ou regulador.

Às instituições governamentais cabe formular diretrizes, planejar, implementar, **acompanhar e avaliar as ações** e programas culturais.

Para isso necessita desenvolver **sistemas de informações, indicadores de avaliação e mecanismos de regulação de mercado e de territorialização das políticas culturais**, bem como o aprimoramento das regras de financiamentos.

Ex-Ministério da Cultura para definir suas políticas considerou três dimensões da Cultura:

- Enquanto **produção simbólica** (foco na valorização da diversidade, das expressões e dos valores culturais);
- Enquanto **direito e cidadania** (foco nas ações de inclusão social por meio da Cultura);
- Enquanto **economia** (foco na geração de empregos e renda, fortalecimento de cadeias produtivas e regulação).

Princípios

- Criação e fruição / Diversidade cultural / respeito aos direitos humanos, à arte a cultura, à informação, à comunicação, à crítica cultural, à memória e às tradições / responsabilidade socioambiental / valorização como vetor do desenvolvimento sustentável / democratização das instâncias de formulação das políticas culturais / responsabilidade dos agentes públicos pela implementação das políticas culturais / a colaboração entre agentes públicos e privados para o desenvolvimento da economia da cultura / participação e controle social na formulação e acompanhamento das políticas culturais.

Sistema Cultural

A questão cultural não se esgota no apoio do Estado.

A comunidade cultural deve adquirir uma mentalidade participativa e empreendedora e organizar-se melhor em torno de seus interesses comuns.

Deve conhecer a dinâmica do mercado para buscar também junto à iniciativa privada recursos financeiros. O caminho é a profissionalização. Estudar como nossa sociedade está organizada para abrir novos caminhos em busca de nossos objetivos.]



- Criação/inação/invenção
- Organização/administração/gestão
- Difusão/transmissão/divulgação

- Preservação/Manutenção**
- Crítica/reflexão/estudo/pesquisa**
- Recepção e consumo**

Processos criativos

- Expressões culturais (artesanato, artes visuais, culturas afro, indígena e populares);
- Artes e espetáculo (dança, música, circo e teatro);
- Audiovisual, livro e literatura (cinema e vídeo, e publicações);
- Criações funcionais (moda, arquitetura, design e arte digital)

ORGANIZAÇÃO, ADMINISTRAÇÃO E GESTÃO

Estuda as variáveis técnicas do mercado, estuda questões de oferta/demanda e do perfil e comportamento do consumidor, realiza diagnósticos, estuda e cria legislação, elabora projetos, capta e gerencia recursos financeiros e humanos.

CRÍTICA/REFLEXÃO/ESTUDO/PESQUISA

Academia (cursos superiores, mestrado, doutorado/ Meios de comunicação de massa

Pesquisas quantitativas e qualitativas

FINANCIAMENTO CULTURAL

Três fontes:

1. **Estado (poder público em todas as suas esferas)**
2. **Setor privado (diversas empresas)**
3. **Público (venda de ingressos, livros, serviços)**
- 3.1. **Financiamentos coletivos (Crowdfunding)**

- ESTADO**

Ambito Nacional:

Lei de Incentivo à Cultura – antiga Lei Rouanet (incentivo fiscal)

Leis do Audiovisual (incentivo fiscal e fomento direto)

Editais FUNARTE, IPHAN, Secretaria Especial da Cultura etc. (fomento direto)

Ambito Estadual

- Lei 4.997/97 (incentivo fiscal)
- Editais (fomento direto)

Ambito Municipal

- Lei 9.904/12 (incentivo fiscal não implementado)

- Edital de Fomento às Artes (fomento direto)

Lei Federal de Incentivo a Cultura

Três mecanismos fazem parte do Programa:

- Incentivo à Cultura (Rouanet)
- Fundo Nacional de Cultura (FNC)
- Fundos de Investimento Cultural e Artístico (Ficarts).

Lei 8313/91 - lei Rouanet

- Institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (PRONAC)
- Foi promulgada no governo Collor com o nome Lei Federal de Incentivo à Cultura e ficou popularmente conhecida como Lei Rouanet, nome do secretário da Cultura que a promulgou.
- Diversas Instruções Normativas são promulgadas modificando alguns aspectos como limite de projetos por proponentes etc.

Finalidades da Lei Rouanet

- Salvar a sobrevivência e o florescimento dos modos de criar, fazer e viver da sociedade brasileira
- Preservar os bens materiais e imateriais do patrimônio cultural e histórico brasileiro Desenvolver a consciência internacional e o respeito aos valores culturais de outros povos ou nações
- Estimular a produção e difusão de bens culturais de valor universal, formadores e informadores de conhecimento, cultura e memória Priorizar o produto cultural originário do País.
- Contribuir para facilitar, a todos, os meios para o livre acesso às fontes da cultura e o pleno exercício dos direitos culturais
- Promover e estimular a regionalização da produção cultural e artística brasileira, com valorização de recursos humanos e conteúdos locais
- Apoiar, valorizar e difundir o conjunto das manifestações culturais e seus respectivos criadores
- Proteger as expressões culturais dos grupos formadores da sociedade brasileira e responsáveis pelo pluralismo da cultura nacional

Como funciona

1. Inscrição no Sistema de Apoio às Leis de Incentivo à Cultura (Salic).

1.1 – Proponente pode ser pessoa física ou pessoa jurídica, com ou sem fins lucrativos;

1.2. Limite por projeto:

1.2.1. até 1 milhão (1ª vez, 200 mil)

1.3. Limite por proponente

1.3.1 MEI e pessoa física até 4 projetos (1 milhão)

1.3.2. Empreendedores individuais: até 8 projetos, totalizando até 6 milhões

1.3.3. EIRELI, LTDA e demais PJs: até 16 projetos, totalizando até 10 milhões;

1.3.4. Sem limite: Planos anuais e plurianuais: patrimônio cultural, conservação e construção de equipamentos culturais e salas de cinema (em lugar com menos de 100 mil habitantes).

2. **Análise** de admissibilidade: Exame preliminar e enquadramento:

2.1. Artigo 18 – Doação – 100% de isenção

2.2. Artigo 26 – Patrocínio (retorno de imagem):

2.2.1. Doação – PF até 60% e PJ até 40%

2.2.2. Patrocínio – até 30%

Segmentos Art. 18

- Artes cênicas
- livros de valor artístico, literário ou humanístico
- música erudita ou instrumental
- exposições de artes visuais
- doações de acervos para bibliotecas públicas, museus, arquivos públicos e cinematecas;
- treinamento de pessoal e aquisição de equipamentos
- produção de obras cinematográficas e videofonográficas de curta e média metragem e preservação e difusão do acervo
- preservação do patrimônio cultural material e imaterial
- construção e manutenção de salas de cinema e teatro em municípios com menos de 100 mil habitantes
- **3. Busca de parceria** - Captção de 10%
- 3.1. Pode ser Incentivador:
 - 3.1.1. Pessoa física, que declare imposto de renda completo: pode usar até 6% do imposto devido em favor do projeto
 - 3.1.2. Pessoa jurídica com fins lucrativos (tributada no lucro real) que pode usar até 4% do imposto devido em favor do projetode - Encaminhamento ao Parecerista para análise técnica (15 dias)

- 4. Encaminhamento à **Comissão Nacional de Incentivo à Cultura-CNIC**, formada por representantes dos grupos artísticos, empresariado, sociedade civil e Estado. (Antes se tinha um calendário mensal, aprovação de mil projetos – menos de 200)
- 3. Publicação no DOU e emissão de recibo -
- 4. Execução – Captação mínima de 20% e prazo de 12 meses para realizar.
- 5. Prestação de contas.

4. Orçamento – Feito por produtos e por etapas

4.1. Descrição do item/Unidade/Quantidade/Ocorrência/ Valor unitário / Valor total

OBS . Custos vinculados:

- Remuneração para captador: limite de 10%
- Custos administrativos: até 15%
- Custos de divulgação: até 30% para projetos de até 300 mil e até 20% para os demais.
- Ainda devem estar previstos no orçamento a contratação de assessoria jurídica e de contador.

A proposta deve ser realizada direto no SALIC cujo formulário contempla:

- 1. Resumo da Proposta Cultural (máximo de 5 linhas)
- 2. Objetivos
 - Objetivo Geral • Descrever, resumidamente, qual o principal resultado que o projeto pretende alcançar, qual a sua finalidade.
 - Objetivo específico • Citar todas as ações que serão realizadas no projeto, que devem mensuráveis e devidamente comprovados na prestação de contas.
- 3. Justificativa – A relevância do projeto (ver os objetivos da Lei)

Obs: Cachês limitados a R\$ 30 mil para artista solo e R\$ 60 mil para grupos artísticos e orquestras R\$ 1.500,00 por músico e até R\$ 30 mil para o maestro.

- O Ministério abre uma conta captação e outra conta movimento. Para emigrar de uma para outra é preciso ter 20% do projeto captado e aprovação pela CNIC
- As rubricas cujos valores não são limitados podem migrar de um item bem como variar em até 20% do valor.
- 10% dos ingressos não podem custar mais do que 50%
- De 20 a 40% dos ingressos devem ser distribuídos gratuitamente a caráter social, educativo ou de formação artística

Outros itens a considerar:

- Acessibilidade

- Democratização do acesso
- Contrapartida social
- Ação formativa cultural
- O público tem que ser formado por, no mínimo, 50% de estudantes ou professores de escola pública
- Aberta à sociedade

Desde a criação da Lei Rouanet (1991) até 2018, mais de 27 a 53 mil (projetos foram realizados com apoio deste mecanismo, resultado de um investimento total de cerca de R\$ 17 bilhões.

De acordo com estudo feito pela Fundação Getúlio Vargas em 2018, cada R\$ 1 de renúncia de imposto concedida pela Lei gera R\$ 1,59 de retorno para a economia brasileira.

Mecenato Estadual

LEI N.º 13.811, DE 16.08.06 (D.O. DE 22.08.06)

Institui, no âmbito da Administração Pública Estadual, o Sistema Estadual da Cultura - SIEC, indica suas fontes de financiamento, regula o Fundo Estadual da Cultura e dá outras providências.

Art. 9º No âmbito do Estado do Ceará, as atividades do Sistema Estadual da Cultura -SIEC, poderão ser custeadas com recursos das seguintes fontes:

I - Tesouro Estadual;

II - Fundo Estadual da Cultura - FEC;

III - Mecenato Estadual;

IV – outras fontes.

☐ MECENAS

Seleção de projetos artísticos e culturais passíveis de incentivo via renúncia fiscal

Todos os projetos apresentados deverão desenvolver em seu processo de execução a produção de bens e/ou serviços relacionados a pelo menos uma das seguintes áreas culturais:

a) Arte digital e jogos; b) Artes integradas (projetos que contemplem mais de uma linguagem artística, incluindo moda e design); c) Artes visuais e fotografia; d) Audiovisual; e) Circo; f) Dança; g) Economia criativa; h) Literatura, livro e leitura; i) Música; j) Patrimônio material e imaterial; k) Teatro e performance.

Recursos na última edição: cerca de R\$26 milhões** .

Categorias

I - Doação - a transferência definitiva e irreversível de numerário, bens ou serviços em favor de proponente cujo projeto cultural tenha sido objeto de aprovação pela Comissão Estadual de Incentivo à Cultura -CEIC, de que trata o art.25 desta Lei, vedada a obtenção pelo doador de

qualquer proveito direto ou indireto, inclusive de imagem ... sendo permitida a citação, em agradecimento, do nome do doador;

II - Patrocínio - a transferência definitiva e irreversível de numerário, bens ou serviços em favor de proponent ... ressalvada a veiculação do seu nome ou marca nas peças de publicidade e nos produtos gerados;

III - investimento - a transferência definitiva e irreversível de numerário, bens ou serviços em favor de proponente... com proveito pecuniário ou patrimonial para o investidor.

Quem pode incentivar?

Empresa contribuinte de ICMS no CE que não gozem de nenhuma dedução legal acima de 70% (setenta por cento) do imposto ou que tenha muita substituição tributária e que se encontra em situação de regularidade fiscal

Como funciona o incentivo fiscal?

O Contribuinte pode deduzir o ICMS até o limite de 2% (dois por cento) devido mensalmente e de acordo com o valor constante do Certificado Fiscal de Incentivo à Cultura (CEFIC)

Quem pode apresentar projetos?

Pessoas físicas e jurídicas sem fins lucrativos, residentes no Estado do Ceará.

Como funciona

O proponente apresenta o projeto por meio do **Mapa Cultural** contendo os documentos exigidos no Edital tais como a Proposta de Plano de Trabalho o Termo de Compromisso.

Após aprovação, o proponente busca patrocínio.

O patrocinador deve assinar a Declaração de Incentivo a Cultura. O Termo de Incentivo à Cultura é assinado pelo proponente, investidor e a Secult.

A SECULT emite o Certificado Fiscal de Incentivo à Cultura –CEFIC que indica o valor que a empresa irá depositar mensalmente diretamente na conta do proponente, aberta exclusivamente para o projeto.

EDITAIS SECULT CE

<input type="checkbox"/> Ceará do Carnaval	<input type="checkbox"/> Natal Regional	<input type="checkbox"/> Ceará Junino
<input type="checkbox"/> Prêmio Pontos de Cultura do Ceará	<input type="checkbox"/> Edital Cultura LGBT	<input type="checkbox"/> Cultura Infância
<input type="checkbox"/> Incentivo às Artes	<input type="checkbox"/> I Prêmio Culturas Indígenas do Ceará	<input type="checkbox"/> Prêmio Chico Albuquerque de Fotografia
<input type="checkbox"/> I Prêmio Expressões Culturais Afro-Brasileiras do Ceará	<input type="checkbox"/> Ceará da Paixão	<input type="checkbox"/> Ceará de Cinema e Vídeo

EDITAIS SECULTFOR

- Edital das Artes de Fortaleza
- Edital de Apoio aos Festejos Juninos
- Apoio ao Carnaval da Avenida Domingos Olímpio

Mercado Cultural

- No Brasil, 320 mil empresas estão voltadas para a produção cultural (quase 6% do total de empresas no País).
- Empregam formalmente cerca de 3,7 milhões de pessoas e são responsáveis por 8,5% dos postos de trabalho, segundo levantamento recente feito pelo IBGE. A média salarial paga pelo setor é quase 47% superior a da nacional.
- Apenas 21% das cidades brasileiras tem salas de teatro e apenas 9% tem salas de cinema.
- O crescimento médio anual dos setores criativos (6,13%) foi superior ao aumento médio do PIB nacional (cerca de 4,3%) nos últimos anos.

INICIATIVA PRIVADA

As empresas decidem financiar a cultura em função das seguintes motivações:

- 1. Financeiras – empresas patrocinam projetos em busca exclusivamente de benefícios fiscais. A escolha dos projetos é realizada sem maior rigor quanto aos critérios estratégicos definidos em planos de comunicação ou de responsabilidade social.**
- 2. Promocionais – interesse em patrocinar eventos com grande concentração de pessoas para maior exposição da marca a públicos determinados, especialmente a clients. Contato com a área de comunicação e marketing das empresas.**
- 3. Políticas – geralmente efetuado por empresas públicas, o patrocínio é concedido a artistas e produtores que interessam politicamente ao patrocinador, seja buscando a aproximação dos governos das classes formadoras de opinião ou como contrapartida a apoios políticos anteriores.**
- 4. Sociais – empresas que planejam sua política cultural a longo prazo, visando associar sua marca a produtos culturais e a benefícios sociais. Geralmente abrem editais para seleção de projetos por consultores externos.**

O projeto deve enquadrar-se como ferramenta de marketing Cultural promovendo a marca e imagem institucional das empresas, melhorando o relacionamento destas com a sociedade por meio de produtos ou serviços contemplados pela proposta.

As empresas sempre buscam o máximo de retorno de imagem com a menor margem de investimento e leva em conta o alcance, a visibilidade, viabilidade e seriedade do projeto patrocinado.

A maior parte dos editais lançados por empresas (Natura, Oi Futuro, Itaú, EDP, Caixa Econômica, Banco do Brasil, Banco do Nordeste, Vale, BNDES, Correios), utilizam leis de incentivo fiscal.

Plano de Contrapartidas

- De imagem
- Sociais
- Ambientais
- Negociais
- Financeira

Sites de empresas que cadastram patrocinadores e projetos:

Prosas.com.br

bussolasocial.com.br

Crowdfunding

O financiamento coletivo apresenta-se hoje como uma alternativa especialmente para projetos culturais que cheguem ao consumidor como produto: livros, cds, peças teatrais, filmes, shows.

Existem vários formato de financiamento coletivo sendo o mais comum a pré-venda quando o apoiador faz uma compra antecipada. São definidos os valores do apoio e um prazo para entrega do produto. São estipuladas recompensas variadas.

Para isso é preciso saber o interesse do consumidor e ter uma rede de relacionamento que favoreça o financiamento coletivo.

Sites mais acessados

KICKANTE - CATARSE - VAKINHA