

# LEGISLAÇÃO DE INCENTIVO: MUDAR OU APERFEIÇOAR?

---

ANA FLÁVIA FERREIRA GODOI

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CAPTADORES DE RECURSOS – ABCR

ABA MARKETING CULTURAL – 16 DE JUNHO DE 2016

## Quem é a ABCR?

[www.captadores.org.br](http://www.captadores.org.br)

---

- Reúne e **representa os profissionais de captação**, mobilização de recursos e desenvolvimento institucional, que atuam para as organizações da sociedade civil no Brasil.
- Pretende **ser referência em capacitação, conhecimento e informação para captação ética** de recursos no Brasil, legitimando e dando visibilidade à atividade.
- Realiza eventos, cursos, campanhas e uma série de outras iniciativas de **fortalecimento do setor e de apoio a quem atua por uma sociedade mais justa e democrática.**

# Quem sou eu?

[anaffgodoi@gmail.com](mailto:anaffgodoi@gmail.com)

---

- Produtora Cultural especialista em Marketing na Cultura.
- Iniciou sua carreira de Captadora de Recursos através dos projetos culturais incentivados pela Lei Rouanet a partir de 2004.
- Iniciou sua atividade voluntária na ABCR em 2009, coordenando o Núcleo Rio.
- Atua em organizações da sociedade civil desde 2008, , sejam elas sociais ou culturais, implantando estratégias inovadoras em Plano de Captação de Recursos.
- Trabalha para que a captação de recurso seja parte da gestão das OSC e responsável pelo desenvolvimento institucional.

## De que lugar eu falo para avaliar a legislação de incentivo à cultura?

---

- Sob o prisma de **desenvolvimento das organizações sociais e institutos culturais**.
- Legislação de Incentivo é **apenas um dos diversos mecanismos** de financiamento.
- De que é preciso investir em um novo sistema diversificado de fomento ao setor cultural e que **apoie a cultura de doação no Brasil**.
- Legislação de incentivo deve servir para ampliar as possibilidades da captação de recursos e **atrair novos investidores**.

# Impacto da cultura na economia – Matéria do MinC

---



Fonte: site do MinC

## Algumas reflexões sobre a Lei Rouanet

---

- Maior mecanismo de visibilidade da captação de recursos ⇨ Surgimento de mercado.
- Criada em 1991 com o objetivo de dinamizar a área cultural e trazer novos investimentos para a cultura. Porém 95% do que foi captado em 2015 veio do incentivo fiscal. É preciso criar mecanismo de apoio à ampliação do investimento privado.
- Concretizou a possibilidade de planos plurianuais das organizações sem fins lucrativos. Fortaleceu a gestão e a estruturação do desenvolvimento institucional.
- Afirmou a importância do marketing cultural como fortalecimento de marca. O projeto patrocinado como uma ação alinhada a sua comunicação.

## Algumas reflexões sobre a Lei Rouanet

---

- A dedução fiscal acontece após o aporte financeiro, que representa uma previsão em torno de 80% do que efetivamente é renunciado. Existe contrapartida por parte das empresas.
- Nem todos os projetos conseguem 100% de sucesso de captação de recursos através do incentivo fiscal. Existe contrapartidas por parte dos proponentes, seja no que é solicitado pela lei seja através de outras fontes.
- Falta incentivo e mecanismo para a dedução fiscal de pessoas físicas.

## Sobre a Renúncia Fiscal – Matéria do MinC

FUNÇÃO ORÇAMENTÁRIA	VALOR	%
Comércio e Serviço	77.373.113.194	28,55%
Trabalho	37.370.312.039	13,79%
Indústria	32.216.130.639	11,89%
Saúde	31.437.903.007	11,60%
Agricultura	27.959.912.713	10,32%
Educação	13.142.854.318	4,85%
Habituação	12.069.289.144	4,45%
Assistência Social	11.364.691.413	4,19%
Ciência e Tecnologia	9.640.274.575	3,56%
Energia	6.209.581.740	2,29%
Transporte	4.427.031.677	1,63%
Desporto e Lazer	3.378.432.549	1,25%
Cultura	1.782.410.083	0,66%
Comunicações	1.267.227.114	0,47%
Direitos da Cidadania	982.912.539	0,36%
Administração	277.627.878	0,10%
Defesa Nacional	67.013.178	0,02%
Organização Agrária	39.401.651	0,01%
Gestão Ambiental	0	0,00%
Saneamento	0	0,00%
<b>TOTAL</b>	<b>271.006.119.453</b>	<b>100%</b>

**Cultura corresponderá a apenas 0,66% da renúncia fiscal da União em 2016.**

Fonte: site do MinC

# Conclusão

---

**POUCOS CONTRIBUINTES ACESSAM O  
DIREITO DE APOIAREM PROJETOS  
CULTURAIS E ESPORTIVOS COM INCENTIVO  
FISCAL**

**MUITOS PROJETOS APTOS A RECEBEREM  
INCENTIVO FISCAL NÃO SÃO REALIZADOS  
POR FALTA DE CAPTAÇÃO DE RECURSOS**

# Mudar ou Aperfeiçoar? Fortalecer o tripé da Lei Rouanet!

---

## 1. FICART – Fundo de Investimento

Projetos que são economicamente viáveis poderiam ir no fundo buscar o dinheiro para o empreendimento cultural e depois devolve o dinheiro ao fundo.

## 2. Fundo Nacional de Cultura

Ações importantes para o desenvolvimento da cultura brasileira e condição de chegar naquelas áreas e naquelas ações em que o empresário não chega ou não quer chegar.

## 3. Incentivo Fiscal

Lógica desenhada de que o empresário tem a prerrogativa de alocar o recurso do imposto de renda

## Mudar ou Aperfeiçoar? Ampliar o debate!

---

Fortalecer a **CULTURA DE DOAÇÃO** – criar campanhas de comunicação para a sociedade.



Mais da metade dos brasileitos fizeram doação em dinheiro em 2015.



Este valor representa 0,23% do PIB Nacional. Em 2015, captou-se via Lei Rouanet R\$ 1,18 bi.

Fonte: site do IDIS

## Mudar ou Aperfeiçoar? Fortalecer o incentivo de pessoas físicas.

---

Percentual do incentivo fiscal em 2015 – Pessoa Física

**Apenas 3% do recurso incentivado em 2015 veio de pessoas físicas.**

**27.895.994**

contribuintes declararam imposto de renda

**9.642**

utilizaram o incentivo fiscal

**> 1%**

## Possibilidades da captação de recursos via Pessoa Física

---

- Somos cerca de 27 milhões de contribuintes no Brasil, sendo mais de 10 milhões declarantes no Modelo Completo.
- Historicamente, apenas 20 mil doadores utilizam as leis de incentivo a cada ano.
- O ticket médio das doações é de R\$ 1.000,00. Se apenas 20% dos 10 milhões de potenciais doadores aderirem às campanhas de doação, chegamos ao montante de R\$ 2 bilhão/ano.

## Mudar ou Aperfeiçoar? Parte de um sistema maior.

---

- Para captar recursos é necessário desenvolver um planejamento de médio e longo prazo.
- Usar o incentivo fiscal faz parte do processo estruturado de captação de recursos com empresas previsto no planejamento.
- Captar com empresas significa:
  1. Constuir parcerias efetivas, numa lógica de ganha-ganha.
  2. Comunicar com públicos de interesse da marca, fortalecendo seus atributos simbólicos e posicionando-se com concretude diante do mercado/sociedade, quanto aos valores e crenças que a empresa defende.
  3. Dar concretude prática à discursos de responsabilidade social e valores corporativos assumidos publicamente por uma marca.

Oportunidade para diversificação e inovação das fontes de financiamento a partir da ampliação do marketing cultural, do apoio à cultura de doação, promoção da captação de recursos via pessoa física e da modernização dos mecanismos da polícia cultural.