


# Cultura é marketing

*Empresas recorrem a projetos culturais beneficiados com incentivos fiscais para promover suas marcas e ganhar pontos no quesito responsabilidade social*



por Antônio Carlos Santomauro

**C**resce a cada ano os projetos culturais beneficiados com incentivo fiscal, sobretudo pela Lei Rouanet. Em 2007, 73% das grandes empresas patrocinadoras de projetos culturais utilizaram algum mecanismo de incentivo fiscal, revela pesquisa da agência de comunicação Significa. A agência atua no segmento de "comunicação por atitude", que é uma vertente do marketing fundamentada no vínculo de marcas e empresas a causas sociais, esporte ou cultura. Segundo o estudo, chegou a 77% o índice de grandes companhias instaladas no Brasil que no ano passado associaram-se a ações culturais.

E não é por acaso. Yacoff Sarkovas, diretor-geral da Significa, qualifica o marketing cultural como ferramenta capaz de associar marcas e empresas a valores altamente favoráveis - como qualidade e sensibilidade - e de estabelecer um relacionamento muito eficaz com determinados segmentos de público (no caso, quem aprecia certa modalidade cultural ou artística). Mas para ele, embora financeiramente interessante, o incentivo fiscal não deve ser a principal razão do investimento em marketing cultural. "A cultura é tão importante que muitas empresas seguiriam investindo nessa alternativa de marketing mesmo sem incentivo fiscal", diz.

Para ilustrar essa tese, ele lembra a primeira turnê no Brasil, em 2006, do grupo Cirque du Soleil, beneficiada pela Lei Rouanet. Devido à polêmica, na época, decorrente do uso de dinheiro público no patrocínio de uma atração cujos ingressos podiam custar

até R\$ 400, não foi autorizada a dedução fiscal para a atual temporada brasileira desse grupo. Porém, satisfeito com os resultados obtidos em 2006, o Bradesco manteve o patrocínio do espetáculo deste ano.

**Duplo benefício.** De acordo com Sarkovas, antes de buscar a isenção fiscal, o marketing cultural deve estabelecer objetivos. "Ele serve, por exemplo, para humanizar ou rejuvenescer uma marca ou para estabelecer relacionamento com determinado público", explica.

Essa ferramenta de marketing não se concretiza apenas por meio de patrocínio de shows, exposições ou livros. Há também iniciativas como o Programa de Democratização Cultural Votorantim, que trabalha para ampliar o acesso à cultura na área cinematográfica. Em vez de patrocinar a produção de filmes, ele privilegia sua exibição. No ano passado, o programa teve verba superior a R\$ 15 milhões, sendo que aproximadamente 80% desse montante foi beneficiado pela Lei Rouanet.

De acordo com Lácio Benedetti, gerente de desenvolvimento do Instituto Votorantim - instituição responsável pela administração dos investimentos sociais e culturais do grupo -, a formatação desse programa conseguiu unir interesse público com objetivos empresariais. Por um lado, a empresa colaborou com a ampliação do acesso à cultura e, por outro, obteve retorno do investimento ao diferenciar-se de outras marcas. "Além disso, nosso programa permite o relacionamento com as comunidades locais, importante para uma empresa como a Votorantim, que

## Conheça as principais leis de incentivo fiscal que beneficiam a cultura

### Lei Rouanet

Lei nº 8.313, de 1991 - Permite abater do Imposto de Renda parte ou mesmo toda a verba destinada a projetos culturais. Empresas tributadas com base no lucro real podem abater até 4% do Imposto devido. Para pessoas físicas, esse índice sobe para 6%.

Mais informações: [www.cultura.gov.br](http://www.cultura.gov.br)

### Lei do Audiovisual

Lei nº 8.685, de 1993 - Permite deduzir do Imposto de Renda investimentos em produção, distribuição e exibição de obras audiovisuais cinematográficas, mediante a aquisição de cotas dos direitos de comercialização no mercado de capitais. Permite também o abatimento de verbas destinadas a co-produção (até o limite de 70% do imposto devido).

Mais informações: [www.ancine.gov.br](http://www.ancine.gov.br)

### Lei Estadual de Incentivo à Cultura

Lei paulista nº 12.268, de 2006 - Instituiu o Programa de Ação Cultural, que possibilita abater do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços (ICMS) os recursos destinados a projetos culturais. Os limites de dedução variam de acordo com as características dos contribuintes.

Mais informações: [www.cultura.sp.gov.br](http://www.cultura.sp.gov.br)

### Lei Mendonça

Lei municipal paulistana nº 10.923, de 1990 - Permite abater 70% do investimento em projetos culturais - até o limite de 20% do Imposto sobre Serviços (ISS) de qualquer natureza e Imposto sobre a Propriedade Predial e Territorial Urbana (IPTU).

Mais informações: [www.portal.prefeitura.sp.gov.br/secretarias/cultura](http://www.portal.prefeitura.sp.gov.br/secretarias/cultura)

## Evolução das quantias captadas via Lei Rouanet (R\$ milhões)

2005	2006	2007
721,9	844,6	891,0*

\* Estimativa. Fonte: Ministério da Cultura

gratuito. Endereço: [www.votorantim.com.br/democratizacaocultural](http://www.votorantim.com.br/democratizacaocultural).

**Para todos os bolsos.** A cultura também pode estar ligada a outros temas de interesse. A multinacional de origem sueca Tetra Pak, por exemplo, no ano passado realizou dois programas que combinaram cultura com ação educacional e preocupação socioambiental. O primeiro - A Arte da Reciclagem - incluiu uma exposição e um livro com fotografias das diversas etapas do processo de reciclagem de materiais. Já o Reciclo de Cinema, ainda em andamento, levará a praças públicas de 70 cidades do País uma mostra de filmes educacionais e de entretenimento.

Ações como essas, afirma Fernando von Zuben, diretor de meio ambiente da Tetra Pak, ampliam a credibilidade da marca. "E projetos sérios não encontram problemas para beneficiar-se dos mecanismos da Lei Rouanet", diz Zuben. O investimento da empresa nos dois projetos foi beneficiado por essa lei, somando aproximadamente R\$ 2 milhões.

Os investimentos em marketing cultural não necessariamente precisam atingir a marca dos milhões. No ano passado, a empresa têxtil Lupo destinou R\$ 300 mil a dois projetos culturais beneficiados pela Lei Rouanet: a produção de um filme de curta metragem e a exibição da *Paixão de Cristo* na cidade de Araraquara (SP). "O mecanismo de incentivo fiscal viabilizou os projetos que dificilmente seriam realizados de outra maneira", afirma Valquírio Cabral Jr., diretor comercial da Lupo. De acordo com ele, este ano o investimento da empresa em projetos beneficiados pela Lei Rouanet ficará próximo de R\$ 350 mil.

tem operações em mais de 300 municípios do País", acrescenta Benedetti.

O programa da Votorantim atualmente apoia mais de 50 projetos culturais. Além de ações específicas - como uma releitura instrumental da música

de Tom Jobim, que este ano será apresentada em todas as capitais do País -, há um núcleo de difusão, que recentemente lançou o Manual de Apoio à Elaboração de Projetos de Democratização Cultural, disponível para *download*