

MANUAL ATUALIZADO SETEMBRO/23- V.2

MANUAL DO PATROCINADOR

LEI DE INCENTIVO FISCAL À CULTURA

1



OLIVIERI ASSOCIADOS



HUB CULTURAL

A OLIVIERI

Olivieri – Consultoria Jurídica em Cultura e Entretenimento – atua na inteligência, planejamento e solução jurídica e estratégica para viabilizar ações, projetos e negócios em arte, cultura, entretenimento, esporte e terceiro setor.

Na sua atuação, a Olivieri tem o objetivo de fazer acontecer com excelência e leveza, contando com a experiência de mais de 30 anos em consultoria jurídica e negocial para as áreas de cultura e entretenimento, participando dos mais importantes eventos e projetos culturais nacionais e internacionais.

Além de consultoria, a Olivieri contribui com projetos de formação do conhecimento da área por meio de publicações especializadas, conferências e cursos ministrados em todo o país, inclusive desenvolvidos especialmente para os clientes.

A atuação Pro Bono da Olivieri permite realizar ideias e ações que impactam e transformam a sociedade.

HUB CULTURAL

Hub Cultural concentra e oferece conteúdo qualificado para os profissionais da arte, cultura, esporte, social e mercado do entretenimento e do live marketing. Artigos, legislação, editais, pesquisas, notícias sobre cultura e entretenimento e investimento cultural e social.

APRESENTAÇÃO

A Equipe da Olivieri – Consultoria Jurídica em Cultura e Entretenimento – elaborou este Manual do Patrocinador - Lei de incentivo Fiscal à Cultura, com o objetivo de auxiliar as empresas na implantação de boas práticas para escolha dos projetos e uso dos incentivos.

O Manual traz informações sistematizadas que poderão atender aos Departamentos de Marketing, Jurídico, Contábil e também de Riscos e Governança, para melhor compreensão das regras e uso dos recursos para cultura.

A Lei de Incentivo Fiscal a Cultura é uma ferramenta que viabiliza financeiramente ideias e ações artísticas que transformam a sociedade. Esperamos que o Manual contribua para que sua empresa financie mais projetos transformadores e inspiradores.

Boa leitura e Grandes projetos!

[Equipe Olivieri](#)

Powered by



HUB
CULTURAL

www.hubcultural.com.br

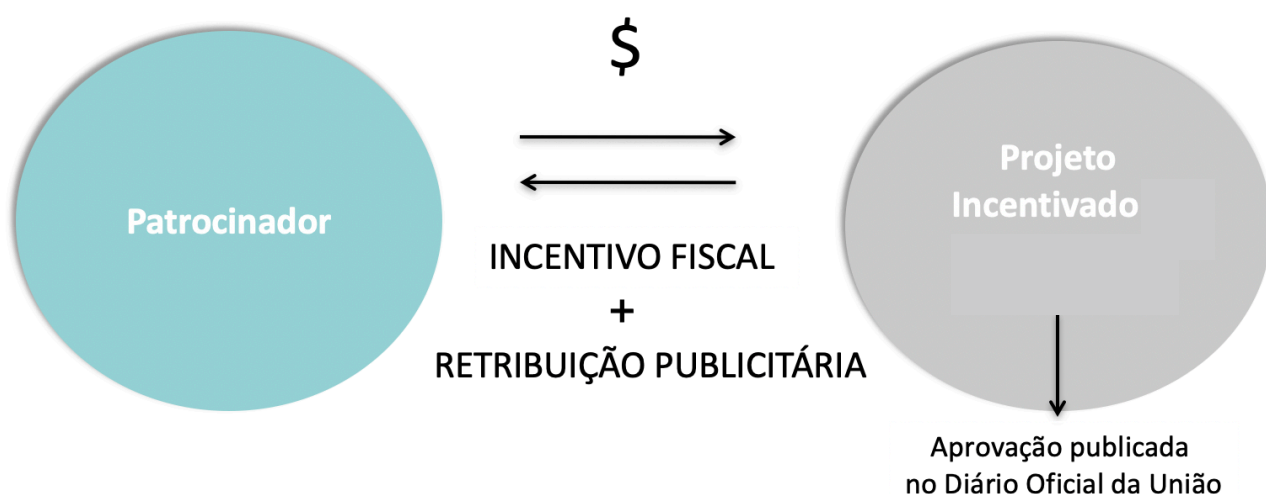


ÍNDICE

02	A OLIVIERI
03	APRESENTAÇÃO
06	INCENTIVOS FISCAIS À CULTURA
07	LEI FEDERAL DE INCENTIVO À CULTURA
08	TIPOS DE INCENTIVO
09	ATIVIDADES ESPECIAIS ARTIGO 18
10	DEMAIS ATIVIDADES ARTIGO 26
11	COMO PATROCINAR - DOAR
14	REGRAS DE GOVERNANÇA PARA USO DOS INCENTIVOS FISCAIS
15	PAGAMENTO E RECIBO
15	CONTRATO
16	RETRIBUIÇÃO PUBLICITÁRIA
18	VANTAGEM INDEVIDA
19	RESPONSABILIDADE DO PATROCINADOR

INCENTIVOS FISCAIS À CULTURA

As leis de incentivo fiscal à cultura, esporte e social adotam o mesmo modelo: o realizador ou gestor (conhecido como proponente) deve pré-aprovar o seu projeto (com objeto e orçamento) para que possa receber patrocínio ou doação com incentivo fiscal.



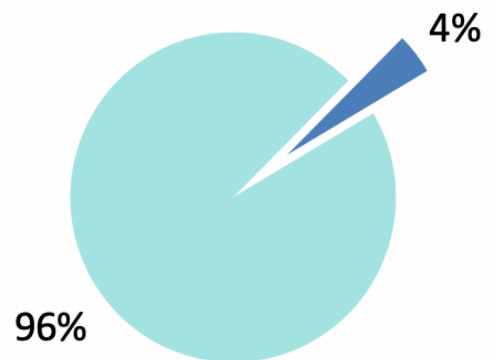
Os incentivos fiscais federais são concedidos apenas para empresas que recolhem imposto de renda calculado sobre o lucro real, e os aportes devem respeitar o mesmo exercício fiscal.

Os projetos com objeto, metas e orçamento devem ser previamente aprovados pelo proponente junto às respectivas comissões de cultura, esporte e/ou social. Somente após publicação da aprovação no Diário Oficial da União, poderá ser realizado aporte com direito aos incentivos fiscais.

LEI FEDERAL DE INCENTIVO À CULTURA

O incentivo fiscal concedido pela Lei de Incentivo à cultura, conhecida como Lei Rouanet, garante a possibilidade de redução do pagamento em até 4% do Imposto de Renda devido por empresas que apurem imposto sobre lucro real. O incentivo não alcança o adicional do Imposto de Renda, o qual deverá ser pago integralmente.

Teto de dedução do Imposto de Renda: 4%



O financiamento incentivado de projetos pode ser realizado sob diversas formas, dentre as quais destacam-se: transferência de recurso direto em favor de projetos aprovados (a mais utilizada); as contribuições ao Fundo Nacional de Cultura; a doação de bens móveis e imóveis; a permuta de serviços; a permuta de materiais; o fornecimento de ingressos para eventos, etc.

TIPOS DE INCENTIVO

DOAÇÃO

Na doação, a princípio, o doador não tem foco na exposição da sua marca na mídia paga, mas sim na construção e/ou fortalecimento da comunicação institucional da empresa. A doação se dá sempre com a transferência de recursos para proponentes sem fins lucrativos e em projetos sem finalidade promocional direta. Na hipótese de doação, o incentivo fiscal pode ser percentualmente maior, contudo, não podem ser incluídos gastos com mídia para divulgação do projeto e /ou do doador

PATROCÍNIO

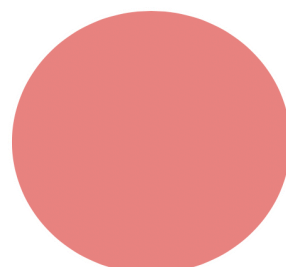
No patrocínio, como regra geral, há interesse direto na divulgação do projeto, e o investimento está intimamente ligado ao planejamento de comunicação da empresa patrocinadora, e com o chamado patrocínio cultural.

ATIVIDADES ESPECIAIS

Artigo 18

Conforme o artigo 18 da Lei no 8.313/91, o benefício de 100% de incentivo fiscal é concedido na hipótese do patrocínio ou doação para projetos das seguintes atividades artísticas:

- 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, as quais estão listadas expressamente na legislação;
- 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.



100% de
incentivo

NÃO PODE LANÇAR COMO DESPESA OPERACIONAL

DEMAIS ATIVIDADES

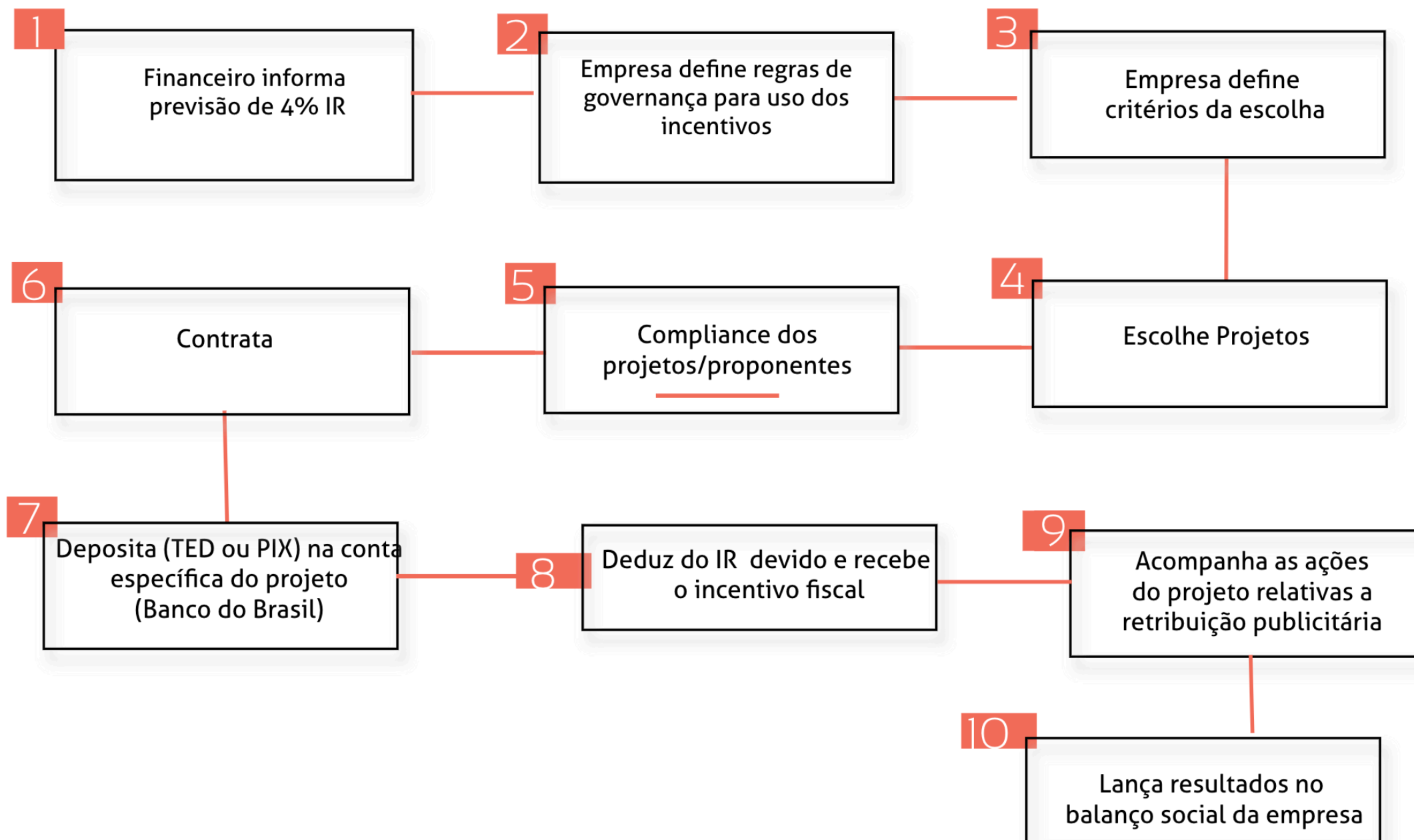
Artigo 26

Para outras atividades não expressamente ressalvadas na legislação (artigo 18), o incentivo fiscal federal concedido para pessoa jurídica corresponde a 30% do valor total dado em patrocínio ou 40% do valor total dado em doação, que poderá ser utilizado para pagamento de até 4% do Imposto de Renda. Nesta hipótese, haverá: (i) dedução de parcela do valor do patrocínio ou doação do próprio Imposto de Renda devido e também (ii) **dedução do valor integral** do patrocínio ou doação **como despesa operacional**, reduzindo a base de cálculo do imposto de renda e da contribuição social sobre o lucro.

Teremos, portanto:

- dedução dos 30% ou 40% do Imposto de Renda devido
- lançamento de 100% como despesa operacional

COMO PATROCINAR DOAR



Regras de governança para uso dos incentivos fiscais

É muito importante que a empresa defina regras para o bom uso da verba incentivada. Embora a decisão possa estar associada à comunicação da marca, ao branding, ou à atuação social da empresa, a verba é pública e resultado da renúncia fiscal. Toda renúncia pelo Estado tem finalidade de viabilizar um setor, neste caso, as produções artísticas. Assim, a patrocinadora poderá comunicar sua marca no projeto, bem como realizar outras ações, mas sempre considerando que o objeto final é apoiar a produção e o acesso à cultura.

Neste sentido, a lista de contrapartidas não pode exceder a detalhada na retribuição publicitária e deverá estar clara para o profissional gestor da patrocinadora, sob pena de ser considerada vantagem indevida.

É fundamental que a aplicação dos recursos incentivados seja tema das regras de governança e faça parte da qualificação dos profissionais que irão escolher projetos e produtores, de forma que o resultado seja relevante não só para a marca da empresa, mas também para sociedade.

As regras de governança do patrocinador devem, portanto, estabelecer os parâmetros para escolha de projetos, considerando entre outros: tipo de incentivo; documentos de aprovação; idoneidade da empresa proponente; do projeto em si; limites da retribuição publicitária contratada; entregas; pertinência entre o apresentado e o projeto aprovado; limites de ações de comunicação e relacionamento; e, especialmente, regras para custeio adicional com verba não incentivada e para recusa de ações adicionais indevidas.

PAGAMENTO

O depósito do patrocínio ou doação deve ser feito obrigatoriamente através de Transferência Eletrônica Identificada (TED ou PIX), a partir da conta bancária da empresa que usufruirá do benefício fiscal diretamente para a conta bancária específica do projeto incentivado. O sistema bancário já está vinculado à Receita Federal, portanto, com o depósito na conta captação do Banco do Brasil, o próprio sistema emite a declaração de benefícios fiscais (DBF).

CONTRATO

Importante esclarecer que a relação entre patrocinador e produtor, não obstante o incentivo fiscal, é uma relação privada de natureza civil, que deve ser regida por um Contrato de Patrocínio, o qual respeitando os limites da legislação, definirá as obrigações de entrega e de retribuição publicitária do projeto para o patrocinador. Para além do incentivo fiscal, a relação entre as partes quanto ao cumprimento de obrigações, prazos, conteúdos, etc, precisa ser estabelecida em contratação específica e detalhada.

Retribuição Publicitária

Como retribuição publicitária, a patrocinadora poderá:

- a) receber uma cota do bem cultural patrocinado,
- b) divulgar sua marca nos materiais de divulgação, e,
- c) adicionalmente, realizar ações de relacionamento, desde que custeadas com verba própria e respeitadas as limitações legais da vantagem indevida.

Assim, pode receber até 10% do bem cultural para ser distribuído livremente, desde que não proceda à venda dos mesmos. Em geral, esses bens culturais – ingressos, livros, catálogos – são utilizados em ações de marketing institucional ou de relacionamento, ou ainda em ações sociais, podendo, portanto, a empresa distribuir convites do projeto que está patrocinando.

A produção cultural a ser beneficiada pelo incentivo fiscal deverá objetivar e garantir a exibição, utilização e circulação pública dos bens culturais resultantes. Não poderá, desta forma, estar restrita à fruição de circuitos privados ou à coleções particulares, uma vez que deve ser garantido o acesso da população à aquisição e/ou fruição do bem. Pretende-se evitar o uso privativo do bem unicamente por determinado grupo social, ou exclusivamente pela empresa patrocinadora.

Respeitado o acesso público ao produto cultural, a cota de cortesias do patrocinador pode ser concentrada em uma mesma apresentação, desde que respeite a proporção de cortesias.

A empresa patrocinadora poderá também expor sua marca em todos os materiais de divulgação, incluindo anúncios em todas as mídias, material gráfico, cenografia, etc. sempre em conjunto com as logomarcas da Lei Federal de Incentivo à Cultura, do Ministério da Cultura e do Governo Federal. Na hipótese de projeto com 100% de incentivo fiscal, e no caso de cota apresenta, o Ministério da Cultura aparecerá apresentando o projeto em conjunto com o patrocinador.

A concessão de vantagem material ou financeira indevida sujeita o patrocinador a responder, podendo ser condenado ao recolhimento do imposto de renda com juros, correção monetária e multa, além das eventuais sanções penais aplicáveis. No caso de conduta dolosa, será aplicada multa equivalente a duas vezes o valor da vantagem recebida indevidamente.

VANTAGEM INDEVIDA

A empresa já está usufruindo do benefício fiscal e, portanto, não deve ter ganhos financeiros nem materiais adicionais. Assim, benefícios extras podem ser considerados indevidos se não estiverem expressamente autorizados.

Não constituem vantagem indevida:

- a) a realização de ações de programa de relacionamento, de ampliação de divulgação da marca e de produtos, de acesso a ensaios, visitas ou atividades vinculadas ou não diretamente ao projeto, sempre que custeadas com verba adicional que cubra todos os custos da ação em valores de mercado;
- b) o fornecimento de serviços ou produtos pelo patrocinador ao projeto, desde que seja fornecedor único, ou que seja demonstrada a melhor economicidade, hipótese que deverá ser comprovada com orçamentos e tabelas de preço da concorrência;
- c) concessão de acesso a ensaios, apresentações, visitas ou quaisquer atividades associadas ou não ao projeto cultural;
- d) produtos e subprodutos do projeto também poderão ter comercialização promocional para público alvo do patrocinador.
- e) realização de apresentação comercializada, adicional ao plano de distribuição.

RESPONSABILIDADE DO PATROCINADOR

O produtor (Proponente do Projeto) é responsável pela entrega do projeto aprovado, pela gestão financeira dos recursos, bem como pela prestação de contas, que inclui não apenas a demonstração dos objetivos e metas do projeto, mas também da conciliação bancária e documentos fiscais.

O patrocinador não terá qualquer responsabilidade na hipótese do proponente não entregar o projeto total ou parcialmente, ou apresentar problemas de natureza financeira, salvo se participar de ações ilegais ou de ações que acarretaram a não realização do projeto, como por exemplo, ser beneficiário de pagamentos (direta ou indiretamente) feitos pelo projeto.

Portanto, a responsabilização da empresa acontecerá apenas nos casos de vantagem indevida, ou em casos de conluio na prática de atos ilegais com o produtor. Desta forma, a patrocinadora deve se concentrar em acompanhar a entrega e o cronograma do projeto, os quais deverão estar contratados, de forma que suas ações de comunicação e/ou sociais sejam realizadas, mas não tem qualquer obrigação, devendo inclusive evitar o envolvimento com produção, gestão financeira, ou revisão de prestação de contas, visto que não tem qualquer responsabilidade junto aos órgãos públicos, e corre o risco de ser considerada solidária por eventual interferência na atividade do proponente.

MANUAIS OLIVIERI

Manual do Proponente - PROMAC 2021

<https://www.olivierassociados.com.br/blog/manual-do-proponente-promac-2021/>

Manual do Incentivador - PROMAC 2021

<https://www.olivierassociados.com.br/blog/manual-do-incentivador-promac-2021/>

Manual do Patrocinador 2

<https://www.olivierassociados.com.br/blog/manual-do-patrocinador-vol-2-incentivos-fiscais-federais-a-o-audiovisual-esporte-crianca-e-adolescente/>

Manual de Doação - Pessoa Física

<https://www.olivierassociados.com.br/blog/manual-de-doacao-pessoa-fisica/>

Novas Regras da Lei de Incentivo à Cultura IN nº3/2022

<https://www.olivierassociados.com.br/blog/lancamento-manual-novas-regras-lei-de-incentivo-a-cultura/>

Nos siga nas redes sociais



www.olivierassociados.com.br



www.hubcultural.com.br



[/olivierassociados](https://www.facebook.com/olivierassociados)



[/olivierassociados](https://www.instagram.com/olivierassociados)



[/olivierassociados](https://www.linkedin.com/company/olivierassociados)

Publicação de:
Olivieri
Inteligência Jurídica em Cultura e Entretenimento



SETEMBRO/ 2023
2ª edição



HUB
CULTURAL

