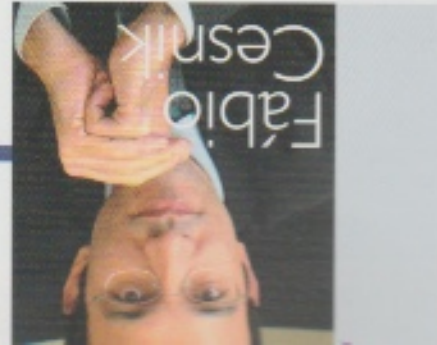


# ...atunção por pessoas físicas

Legislação que permite

descontos no IR  
será aperfeiçoada



Existe cultura de patrocínio de

pessoa física no Brasil? As em-

presas são os grandes financiados-

res das atividades culturais e so-

ciais. Isso ocorre da mesma forma

em todos os cantos do mundo? O

brasilero seria, portanto, um povo

não generoso? Nos indagamos so-

bre esses temas sempre que o as-

sunto do patrocínio e da doação

vem à tona. Segundo dados do site

*Philantropia* ([www.philantropia.org](http://www.philantropia.org))

cada brasileiro que paga Imposto

de Renda desembolsa, em média,

R\$ 23 por ano em doações. Nos

Estados Unidos, a média é de R\$

780 (400 dólares).

Esses números são discrepan-

tes – quase 30 vezes superiores ao

brasileiro – encontram explicação

na diferença de renda média da

população. Porém, é mais do que

isso: fazem parte de uma cultura

de doação construída naquele país.

A criação do hábito no brasileiro

de investimentos nesse segmen-

to ocorrerá gradativamente. E há

um ambiente muito favorável. O

Centro de Pesquisa Motivacional

(CPM) concluiu em pesquisa re-

cente, por exemplo, que 54% dos

joovens querem ser voluntários, mas

não sabem como começar.

Os governos – na esfera federal,

estadual e municipal – iniciaram a

partir de 1990 a criação de uma

série de mecanismos de incentivo

fiscal à cultura e ao terceiro setor,

benefício concedido a pessoas fís-

cas e/ou jurídicas que queiram in-

vestir. Nessa linha, os interessados

podem escolher em aplicar parcela

do Imposto de Renda em determi-

nadas atividades. Em alguns casos,

pode-se aplicar parcela do ICMS e

até mesmo do ISS ou IPTU devi-

do pela pessoa física em atividades

sócio-culturais. Destaque-se que

a maior parte desses mecanismos

permite que seja aportado recur-

so financeiro numa atividade e, em

alguns casos, que a pessoa física

colete benefícios fiscais a partir de

apoio em bens e serviços. Ou seja,

voluntariado com incentivo fiscal.

Algumas instituições culturais,

atenas ao início da participação da

pessoa física, iniciaram um forte

sistema de captação voltado para

esse público. O sistema de "clube

de sócios" ou "campanhas de fide-

lização" foi a solução adotada por

várias organizações não-govern-

amentais para o financiamento de

suas atividades. Em Minas Gerais,

por exemplo, a Unimed criou um

sistema de envolvimento no qual

participam como financiadores

mais de 600 médicos cooperados.

A operação é importantíssima para

o apoio a vários grupos culturais

da cidade de Belo Horizonte e fun-

ciona a partir da aplicação de par-

cela do Imposto de Renda devido

por esses médicos.

No plano federal, o benefício

fiscal funciona da seguinte forma:

o contribuinte que declara no for-

mulário completo pode lançar até

6% do Imposto de Renda devido

em atividades culturais aprovadas

pela Lei Rouanet ou Lei do Audio-

visual. A melhor época para con-

tribuir é o final do exercício fis-

cal (dezembro), já que o benefício

não pode ser aproveitado imedia-

tamente pela retenção na fonte.

As idéias nesse campo não pa-

ram e apontam na direção de uma

mudança de paradigma. O decreto

em estudo na Casa Civil para nova

regulamentação da Lei Rouanet

traz uma ferramenta que deve im-

pulsionar a participação da pessoa

física, o *endowment*, para financia-

mento a longo prazo de fundações

culturais. O *endowment* é um fundo

criado por uma instituição cultu-

ral em que a entidade aplica e não

gasta o "principal" e utiliza parcela

dos juros provenientes da aplicação

dos recursos no mercado financt-

ro. O sistema foi fundamental para

a sustentação de museus e funda-

ções americanas e canadenses.

Alguns outros modelos estão

por ser introduzidos no plano de

captação de recursos das entidades

culturais. O programa de estímulo

a testamentos direcionados a insti-

tuições culturais, por pessoas que

não possuem herdeiros, é bastante

corrente em alguns países. Cabe às

instituições culturais, que estão na

mobilização diária por recursos,

estabelecerem um cardápio de op-

ções. Além disso, deverão demons-

trar, periodicamente, a correção no

uso dos recursos oriundos dessas

doações e patrocínios. Certamente

com isso, estaremos ampliando o

rol de recursos destinados a ações

sociais e culturais no País.

## Tire suas dúvidas

Para obter mais informações sobre

padrônios e projetos culturais

escreva para [biensart@ipt.com.br](mailto:biensart@ipt.com.br)

**Fábio de Sá Cesnik** é sócio do escritório Cesnik, Quintero e Salinas Advogados, especializado em cultura e Terceiro Setor, autor dos livros *Globalização de Cultura*, com Francelia Beltrame, *Projetos Culturais e Guia do Incentivo à Cultura*, e advogado da Fundação Bienal de São Paulo.