

Cultura é novo mercado para advogados

Escritórios especializam-se em desenvolver projetos beneficiados pela lei Rouanet

Daniela Christovão
de São Paulo

Prestar assistência a empresas patrocinadoras de eventos culturais na obtenção de isenção fiscal relacionada à Lei de Incentivo à Cultura (Linc), também conhecida como Lei Rouanet, está criando um novo mercado para os advogados.

É um mercado restrito, ainda pouco explorado em que o advogado precisa ter conhecimentos específicos da lei e dos procedimentos de apresentação dos projetos ao Ministério da Cultura (Minc), além de noções de planejamento tributário, para avaliar as vantagens do investimento para o cliente.

Com menos de dois anos de atividade, o escritório Azevedo, Cesnik e Salinas é exemplo de uma banca de advocacia que atua fortemente no ramo de marketing cultural, tendo já aprovado mais de 100 projetos no Ministério da Cultura. "Começamos os três sócios e três funcionários. Hoje somos seis advogados, dois administradores de empresa que dão consultoria na captação de recursos e mais seis funcionários de apoio", afirma um dos sócios do escritório, Fábio de Sá Cesnik.

São clientes do escritório empresas como a Porto Seguro, que promete repetir o investimento em marketing cultural de R\$ 800 mil do ano passado e cujo maior projeto deste ano é a construção de um centro cultural no bairro de Campos Elíseos, na região central de São Paulo. O projeto do artista Elifas Andreato de publicação de um almanaque também se valeu dos serviços de Cesnik. Orçado em R\$ 800 mil por doze

edições anuais, o almanaque é distribuído nos vãos da TAM e tem patrocínio dos Correios.

De acordo com Cesnik, seu escritório atua nas três principais fases do incentivo cultural: preparação do projeto para envio ao Minc; captação de recursos; e assessoria contábil e tributária, depois da aprovação. "Atuando em todas as pontas do serviço, os honorários do escritório chegam a 10% do valor do projeto", afirma Cesnik.

O impacto do investimento cultural sobre a carga tributária pode não ser grande, mas é atraente. A empresa SCI/Equifax deduziu R\$ 670 do R\$ 1 milhão que a empresa investiu em cultura em 1998, alcançando o teto de 4% do IR devido, conforme a lei. "O investimento em cultura faz parte do nosso planejamento de marketing, mas, se não houvesse a

renúncia fiscal, acredito que o montante aplicado nos eventos seria a metade", diz José Maria de Campos, diretor de marketing da empresa.

Os trâmites para apresentar um projeto ao Minc são específicos e estão previstos na lei Rouanet. "Como essas peculiaridades não são ensinadas nas Faculdades de Direito, apenas alguns profissionais detêm os conhecimentos para tocar um projeto do princípio ao fim", analisa a economista Lais Veloso, diretora da consultoria tributária AFV.

Lais diz que até 1995 não havia muita procura da Lei de Incentivo à Cultura (Linc) como forma de investimento cultural. Em 1996, no entanto, houve um grande crescimento do interesse pelo mecenato subsidiado. "Como minha consultoria presta serviços no ramo tributário em geral, tivemos que restringir

a 40, 45 projetos por ano, pois a procura por nossos serviços junto ao Minc e na captação de recursos consumiria toda nossa mão-de-obra disponível", afirma. Fazem parte da sua carteira de clientes a Gessy Lever e a Oracle.

O mercado parece ser promissor: os investimentos em 1998 foram da ordem de R\$ 210 milhões e devem permanecer estáveis. Lais Veloso diz que a renúncia fiscal tornou dinâmico um setor da economia antes relegado. "Hoje a área cultural depende menos de investimentos diretos do governo", afirma Cesnik, sugerindo que o ponta-pé para a profissionalização do setor já foi dado.

Com essa esperança a consultoria de mercado de capitais Pluricorp, atuante no mercado há mais de 17 anos, resolveu apostar no marketing cultural e criou o quinto grupo de negócios da empresa: o núcleo cultural. Para tanto contratou cinco pessoas para tocar o projeto, além de contar com toda a estrutura jurídica e consultiva da empresa. "Nossos projetos são audaciosos e pretendemos imprimir neles a marca de credibilidade de nossa empresa, independentemente da utilização de leis de incentivo à cultura", diz a advogada da empresa, Sandra Butcher.

Há quatro anos as advogadas Eliane Signorelli e Cristiane Olivieri abriram um escritório de advocacia que atua em diversos ramos do direito como empresarial e de família. No entanto, no último ano a área de incentivo cultural foi a que aumentou a receita do escritório em 30%. "Apesar da crise, o marketing cultural não se retraiu", diz Eliane.

Valor dedutível varia

Pela Lei Rouanet, só são 100% dedutíveis os incentivos a projetos ligados a artes cênicas, música erudita ou instrumental, circulação de exposição de artes plásticas, produção de livros de valor artístico, literários ou humanístico e doações de acervos a bibliotecas públicas e museus.

Para as outras áreas culturais o patrocinador pode abater 30% do valor investido. Em ambos os casos o valor objeto da renúncia fiscal não pode exceder a 4% do total

do Imposto de Renda devido.

No município de São Paulo, a Lei Mendonça dá ao patrocinador de projetos culturais direito de abater até 70% do valor investido do Imposto Predial e Territorial Urbano (IPTU) ou do Imposto sobre Serviços (ISS). Os estados de Minas Gerais e do Rio também têm leis de incentivo à cultura com abatimento do investimento sobre o Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS).

(D.C.)