

INCENTIVANDO A CULTURA NO ESTADO DO RIO DE JANEIRO: UMA NOVA REGULAMENTAÇÃO PARA UMA NOVA VISÃO DA CULTURA

Mariana Várzea¹

RESUMO: O presente trabalho visa refletir acerca da reestruturação da Lei Estadual de Incentivo à Cultura do Estado do Rio de Janeiro. Um processo que contou com a sociedade civil para discutir novos parâmetros acerca do financiamento do campo da cultura no Estado do Rio de Janeiro.

PALAVRAS-CHAVE: financiamento da cultura; Lei de Incentivo do Estado do Rio de Janeiro; análise de resultados.

INTRODUÇÃO

Realizar, hoje, a inscrição de um projeto na Lei de Incentivo, utilizando o sistema on-line da Secretaria de Cultura, de uma forma prática e rápida, supõe uma história de modificações diversas, que continuam a ser realizadas com base nas sugestões e dificuldades que nos são encaminhadas.

Em 2008, a Secretaria de Estado de Cultura passou por uma série de reestruturações, dentre as quais a formação da nova equipe de gestão da Lei Estadual de Incentivo à Cultura do Rio de Janeiro. Já se conhecia a importância deste mecanismo enquanto um grande promotor da Cultura em nosso Estado, ainda que o mesmo necessitasse de maior agilidade, controle dos recursos disponíveis e transparência em todas as suas etapas.

Para a realização dessas transformações, convocamos os agentes de cultura do Rio de Janeiro, patrocinadores e a sociedade em geral, para que, juntos, criássemos uma legislação que atendesse às necessidades do nosso tempo. Recebemos muitas e valiosas contribuições, tanto nos encontros realizados quanto por meio digital, através do canal que abrimos em nosso sítio eletrônico.

O trabalho foi intenso. Muitos avanços e retrocessos marcaram esse tempo em que buscávamos uma solução para os problemas que já conhecíamos, e os que vieram se apresentando, na convivência com a legislação que vigorava até então. Buscando não

¹ Mestre em História Social da Cultura

desaquecer o mercado, lançamos resoluções a partir das diversas contribuições recebidas – Resoluções N° 201 e 223 –, as quais foram responsáveis por um número recorde de inscrições e de utilização da renúncia fiscal.

Durante este processo, foram instaurados mecanismos que imprimiram maior dinamismo e qualidade aos mecanismos de inscrição e avaliação de projetos, bem como de concessão de benefício fiscal. As inscrições passaram a ser on-line; estabeleceram-se tetos diferenciados, mais adequados às singularidades dos projetos; as avaliações passaram a ser mais criteriosas; o encaminhamento de documentação, mais objetivo; as publicações no Diário Oficial, tanto de aprovação dos projetos, quanto de concessão de benefício fiscal, tornaram-se mais explícitas, e as prestações de contas passaram a sofrer maior controle, o que permitiu o uso mais consciente dos recursos da renúncia fiscal.

Como resultado deste processo, em 11 de fevereiro de 2010 o Decreto 42.292 foi publicado. Ele representa a consolidação das propostas lançadas pela Resolução n° 201/2009 e pela Resolução 223/2009 além de trazer à Lei de Incentivo um olhar mais objetivo e atual em relação à cadeia produtiva da área da cultura.

Em 2010, a Lei de Incentivo à Cultura publicou dois editais de inscrição de projetos, totalizando 2541 inscrições, o que significou a ampliação de 56,56% do número de projetos cadastrados e avaliados pela SUPLEI, comparados aos dados relativos a 2009. Neste mesmo ano, a comunicação com o proponente foi apurada através de encontros de apresentação da nova regulamentação e da utilização do sítio eletrônico da SEC como o principal meio de difusão de informações referentes à Lei de Incentivo à Cultura.

A relação com os patrocinadores que utilizam a Lei de Incentivo também foi estreitada em 2010. Para a formação do Cadastro de Patrocinadores instituído pelo Decreto 42.292/2010, a SUPLEI realizou encontros com as principais companhias que investem na área da cultura através da Lei de Incentivo, para as quais apresentou os novos procedimentos de Concessão do Benefício Fiscal, bem como o processo de cadastramento ao qual os patrocinadores se submeteram. O resultado foi a sistematização das informações sobre esses patrocinadores, divulgando os contatos dessas empresas para a sociedade civil.

SÃO ALGUMAS DAS CARACTERÍSTICAS DA NOVA REGULAMENTAÇÃO DA LEI ESTADUAL DE INCENTIVO À CULTURA:

POLITICA CULTURAL

Através dos recursos da renúncia fiscal, busca-se implementar uma política cultural para o Estado do Rio de Janeiro direcionada para a valorização das diversas expressões culturais e seus criadores, ampliação de acesso aos bens de cultura produzidos no estado, preservação e uso sustentável do patrimônio fluminense, e formação e aperfeiçoamento de profissionais das diversas áreas culturais.

DEMOCRATIZAÇÃO E DESCENTRALIZAÇÃO

Um dos aspectos inovadores do novo decreto refere-se ao estímulo à regionalização da cultura produzida no interior do estado, promovendo, também, o intercâmbio cultural de profissionais da cultura, em âmbito estadual e nacional.

PATROCINADOR E CONTRAPARTIDAS

O Decreto nº 42.292/2010 estabelece contrapartidas de 20%, 40% e 60% conforme o maior interesse econômico do patrocinador com o projeto patrocinado. A diferenciação visa a um critério mais justo do teto de contrapartida.

ÁREAS CULTURAIS, LINHAS E TETOS ORÇAMENTÁRIOS

Pelo decreto anterior, havia previsão de apenas dois tetos, não considerando as diferentes áreas culturais e suas peculiaridades. A nova legislação disponibiliza vários níveis de tetos de custo, o que facilita a organização de orçamento mais próximo da necessidade do projeto.

INSCRIÇÃO ON-LINE

O sistema de inscrição on-line é uma das grandes contribuições da nova legislação, agilizando os processos de inscrição, avaliação e aprovação de projetos culturais.

AVALIAÇÃO

Os projetos inscritos passam por três etapas de avaliação: Enquadramento Prévio, voltado para a verificação objetiva dos requisitos básicos para o enquadramento do projeto; Parecer Técnico, de responsabilidade das áreas técnicas da SEC, tem como objetivo pontuar os projetos segundo critérios que refletem a singularidade das áreas culturais, e avaliação pela Comissão de Aprovação de Projetos (CAP), que tem a competência de selecionar e aprovar os projetos culturais. Após a avaliação final, os resultados são publicados em DOERJ e no sítio eletrônico da SEC.

CONCESSÃO

A nova legislação permitiu que o processo de concessão de benefício fiscal se tornasse mais transparente, possibilitando, ainda, o acompanhamento do uso dos recursos da Renúncia Fiscal, que pode ser verificado pelas publicações no sítio da Imprensa Oficial ou no sítio da Secretaria de Estado de Cultura.

PRESTAÇÃO DE CONTAS

No sentido de promover maior credibilidade quanto ao uso dos recursos fiscais, foi criada uma coordenação específica para avaliação das contas de cada projeto. Após a avaliação, os resultados são lançados no sítio da SEC.

COMUNICAÇÃO E ACOMPANHAMENTO

A partir da inscrição do projeto até sua finalização, a Superintendência da Lei de Incentivo mantém contato com os proponentes dos projetos no sentido de orientá-los a cumprir as determinações da legislação em vigor.

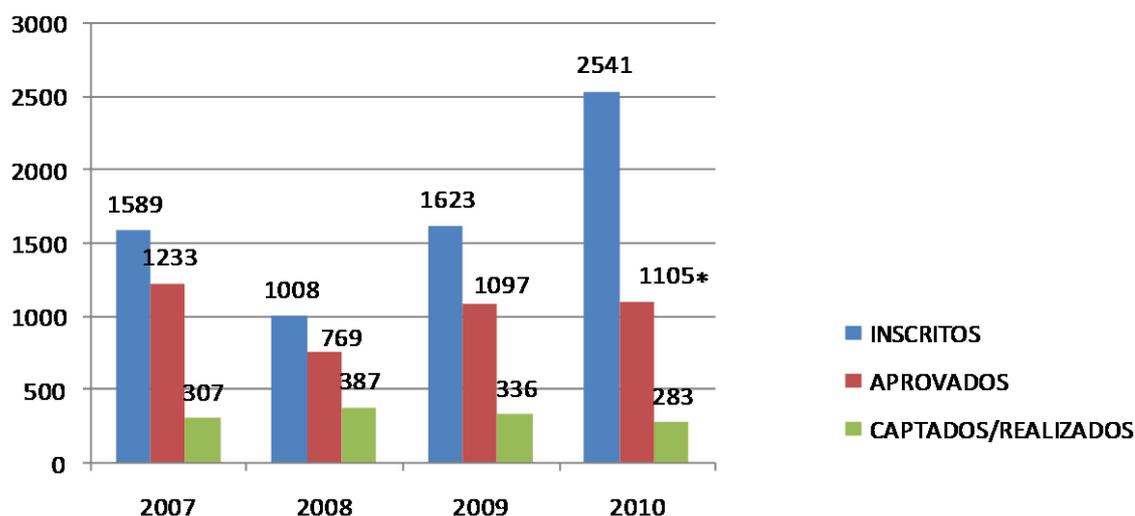
SERVIÇO SEC/SUPLEI

A Secretaria de Estado de Cultura disponibiliza em seu sítio eletrônico um espaço permanente de contato com o público, além de realizar atendimento presencial, diariamente, de segunda a sexta-feira, de 9 às 18 horas.

LEI DE INCENTIVO 2010 – UM PANORAMA DA NOVA ATUAÇÃO

Histórico

Conforme demonstrado pelo gráfico abaixo, em 2010 a Lei de Incentivo dispôs do mais significativo montante de renúncia desde os anos anteriores:



* EDITAL 01/2010: 793 PROJETOS APROVADOS

EDITAL 02/2010: 312 PROJETOS APROVADOS (EM PROCESSO DE AVALIAÇÃO)

TOTAL DE RENÚNCIA

2007	2008	2009	2010
R\$ 54.418.175,28	R\$ 60.026.131,21	R\$ 70.759.052,27	R\$ 74.424.326,26

É interessante observar que, embora o montante total de renúncia fiscal da Lei Estadual de Incentivo tenha aumentado, a quantidade de projetos que conseguiram captar recursos foi inferior aos últimos anos de exercício do mecanismo.

INSCRIÇÕES E AVALIAÇÃO DE PROJETOS

Em 2010, a Lei de Incentivo à Cultura contou com dois editais de abertura de inscrições:

Edital 01/ 2010

Período de Inscrições: de 31 de março de 2010 a 21 de maio de 2010;

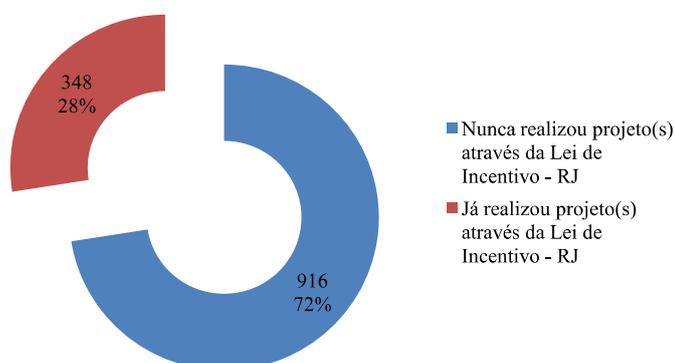
Edital 02/ 2010

Período de Inscrições: de 09 de setembro de 2010 a 30 de novembro de 2010.

ANÁLISE DE DADOS

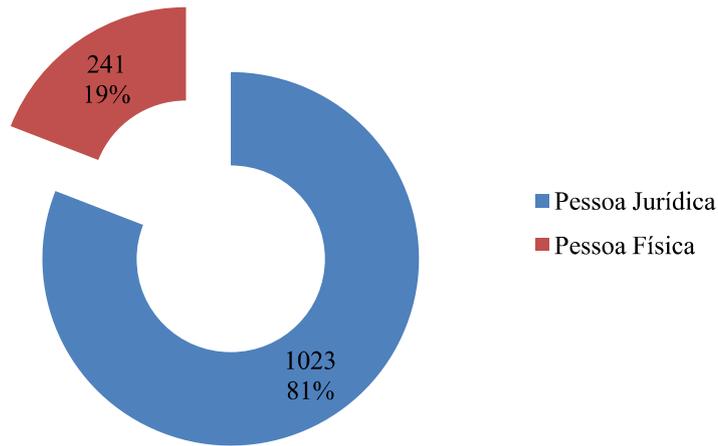
Cadastro de proponentes

Em 2010, 1264 proponentes apresentaram projetos à Lei de Incentivo, dos quais 72% declararam nunca ter realizado projetos culturais através do mecanismo estadual de incentivo à cultura, conforme demonstrado pelo gráfico abaixo. Percebe-se, então, que a implantação do protocolo de inscrição online de projetos permitiu a inclusão de novos produtores culturais.



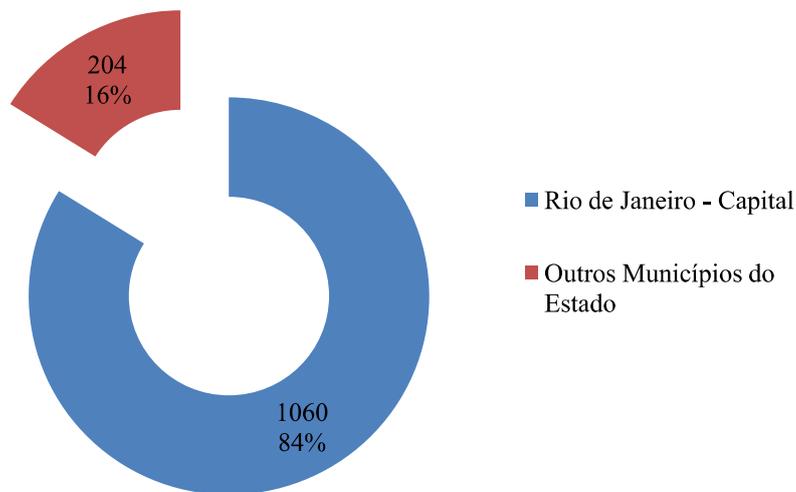
Histórico do Proponente com a Lei de Incentivo

Através do cadastro de proponentes, pode-se observar que a produção cultural fluminense está estabelecida juridicamente, o que aponta para a profissionalização da cadeia produtiva da área da cultura no Estado, conforme demonstrado pelo gráfico abaixo:



Perfil de Proponente 2010

Quanto à territorialidade e à distribuição de recursos pelo interior do Estado, identifica-se um grande desafio pela frente: com uma maioria massiva de proponentes domiciliados na capital, a inserção da Lei de Incentivo em outras áreas do Estado ainda é incipiente, já que são poucas as propostas apresentadas por outros municípios que não a capital, conforme se observa através do gráfico abaixo:



Proveniência de Proponente 2010

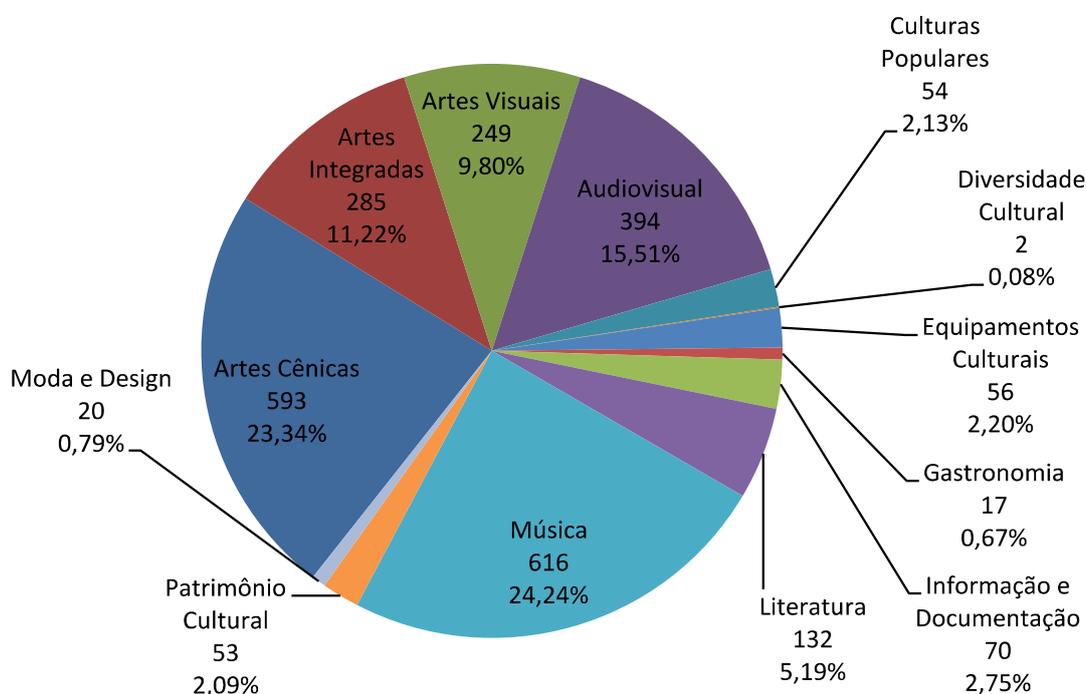
ANÁLISE DA DEMANDA POR RECURSOS

Em 2010, a Lei de Incentivo à Cultura recebeu o maior número de projetos inscritos desde seu primeiro ano de criação. Ao todo, foram 2541 projetos inscritos em diversas áreas da cultura, das quais predominam historicamente a área de Música, com 24,24% dos projetos inscritos, seguida de Artes Cênicas, com 23,34% dos projetos

inscritos, e Audiovisual, com 15,51% de projetos inscritos. Percebe-se, também, o aumento da demanda da área de Moda e Design, que possui um papel importante na consolidação da economia criativa em nosso Estado.

Esta concentração de inscrições nas áreas de Música e Artes Cênicas demonstra que a demanda de recursos da Lei de Incentivo está voltada para o apoio às políticas e ações eventuais, tornando-se necessário incentivar produtores e patrocinadores a investir conhecimento e recursos em projetos culturais de caráter permanente, efetivo potencial de transformação do cenário cultural do Estado.

ANÁLISE DE DEMANDA - PROJETOS INSCRITOS 2010



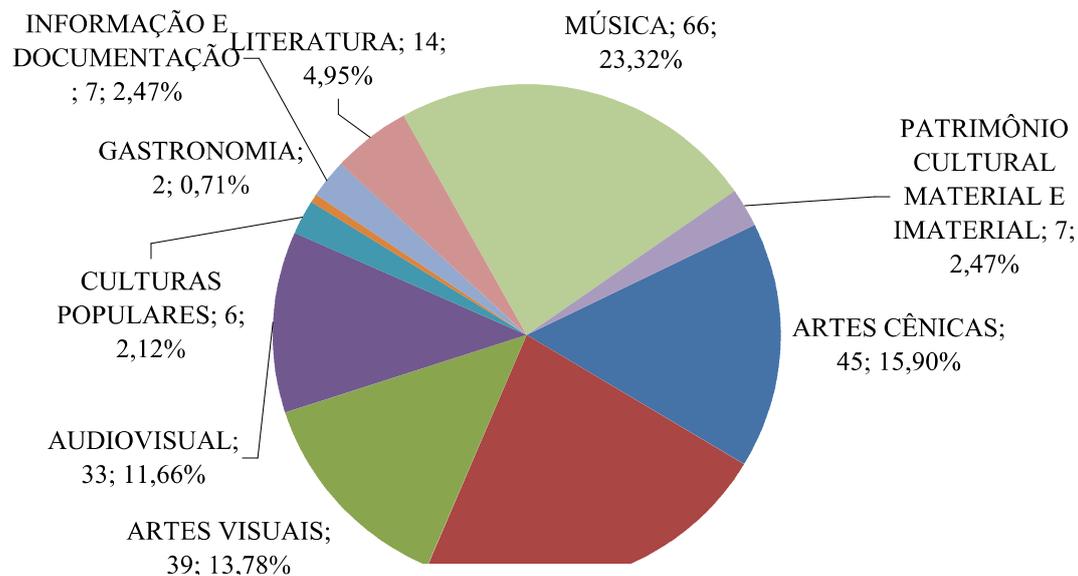
Projetos Inscritos – Proporções por Área Cultural

CONCESSÃO DO BENEFÍCIO FISCAL

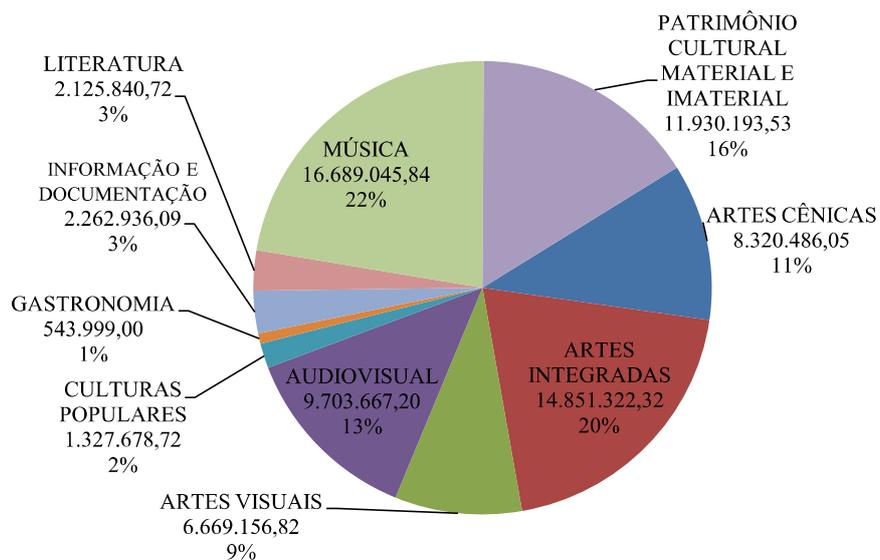
Concessão por Área Cultural

Em 2010, as áreas de Música, Artes Integradas e Patrimônio Cultural tiveram destaque entre as áreas mais contempladas pelos recursos da Lei de Incentivo.

CONCESSÃO POR ÁREA CULTURAL



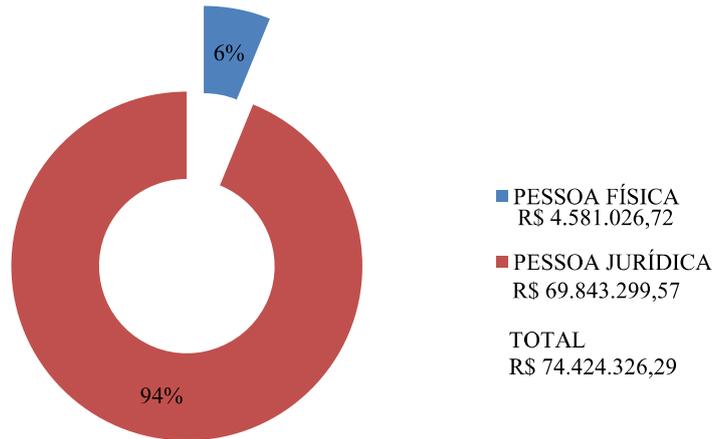
Concessão por Área Cultural – Número de Projetos Realizados



Concessão por Área Cultural – Total de Recursos Concedidos

Concessão por Perfil de Proponente

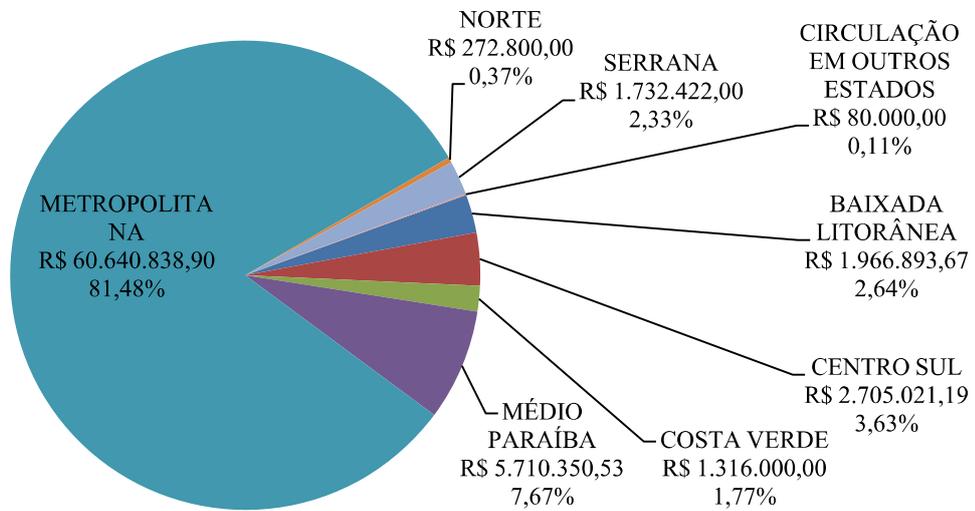
Como consequência de um processo de inscrições no qual predomina a proponente por pessoa jurídica, a concessão de benefício fiscal em 2010 também acompanhou esta tendência, conforme gráfico abaixo:



Concessão por Perfil de Proponente

Concessão por Região do Estado

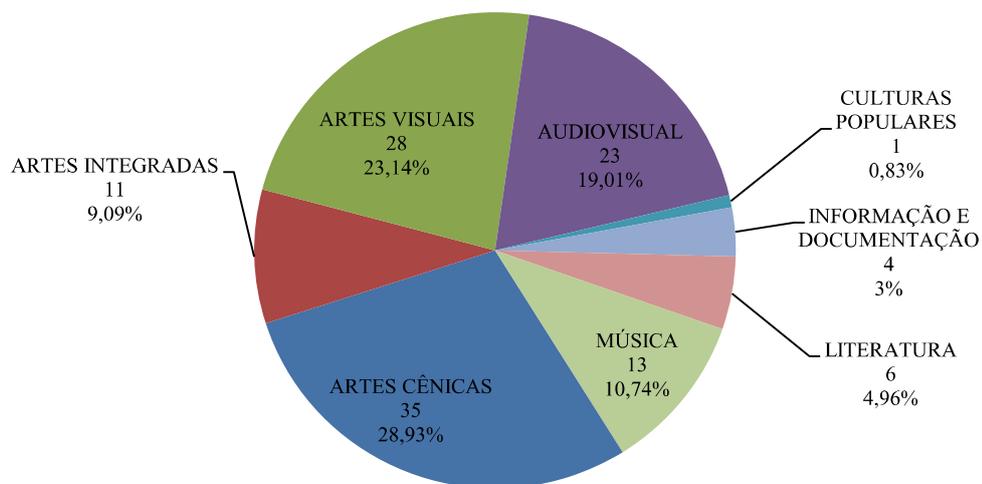
A Região Metropolitana do Rio de Janeiro concentrou 81,48% do total dos recursos de incentivo fiscal do Estado, recebendo o valor equivalente a R\$ R\$ 60.640.838,90. Já a soma das demais regiões atingiu somente 18,52% do total, ou seja, R\$ 13.783.487,39. Este é um dado relevante que aponta para a urgente necessidade de formação de gestores e produtores culturais em nosso Estado.



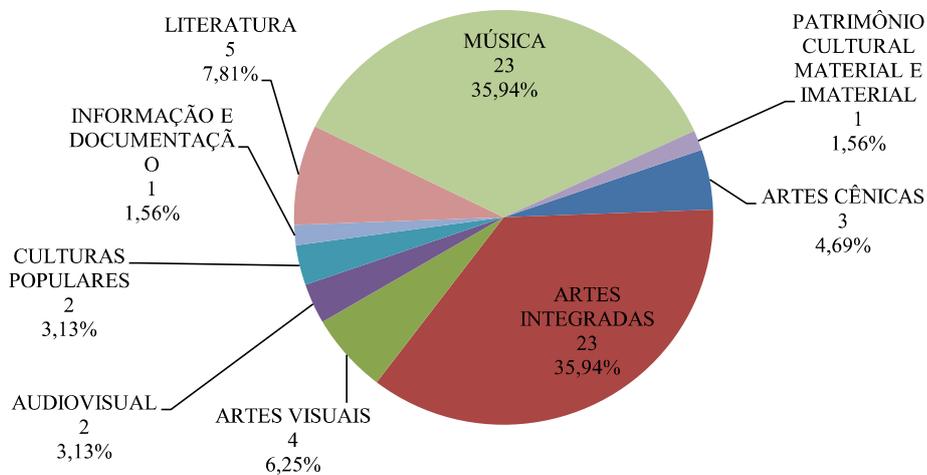
Concessão por Região do Estado

MAIORES PATROCINADORES EM 2010

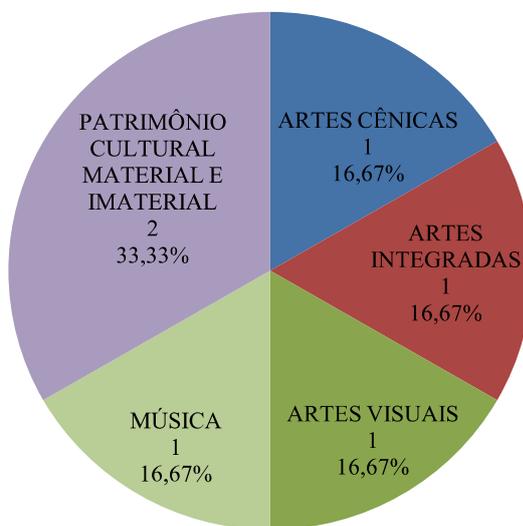
**TELEMAR
PROJETOS PATROCINADOS POR ÁREA CULTURAL**



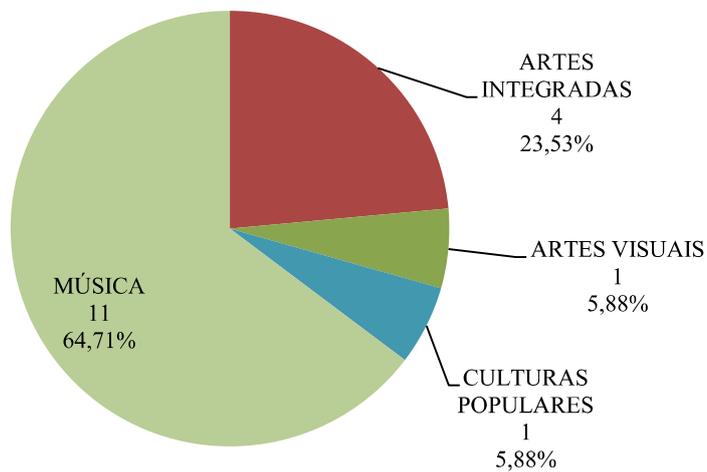
**LIGHT
PROJETOS PATROCINADOS POR ÁREA CULTURAL**



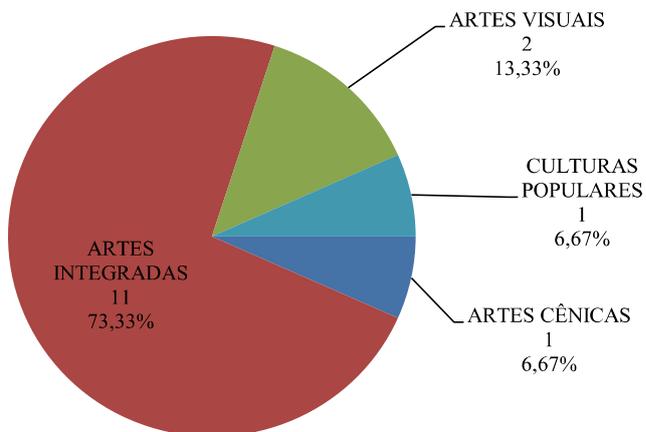
**PETRÓLEO BRASILEIRO S.A - PETROBRAS
PROJETOS PATROCINADOS POR ÁREA CULTURAL**



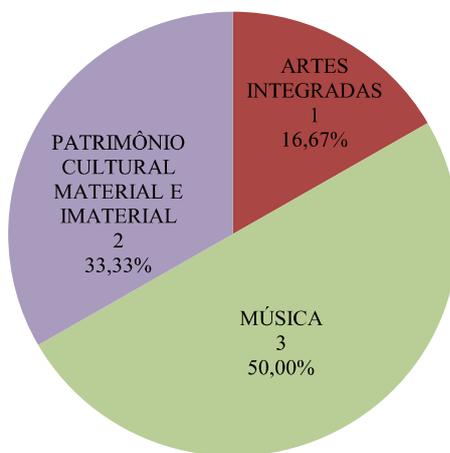
**AMBEV
PROJETOS PATROCINADOS POR ÁREA CULTURAL**



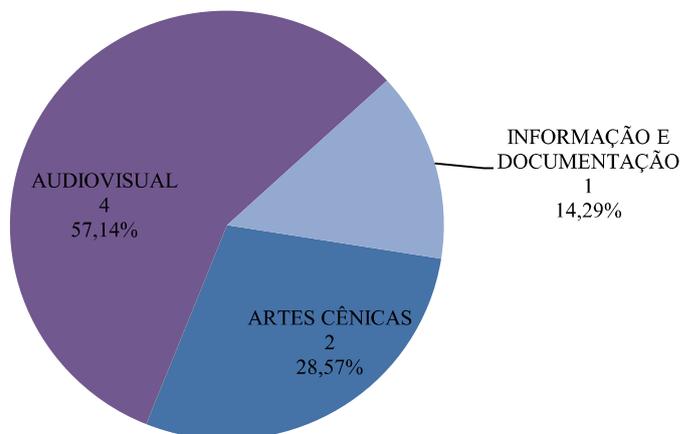
**CEG
PROJETOS PATROCINADOS POR ÁREA CULTURAL**



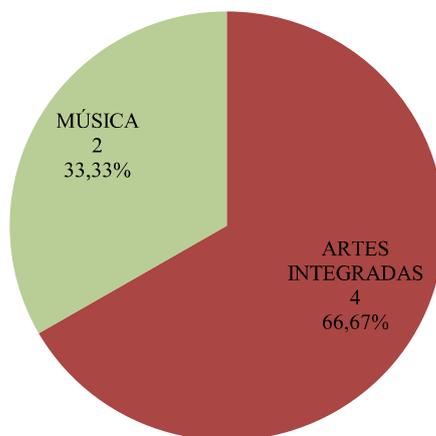
**EMBRATEL
PROJETOS PATROCINADOS POR ÁREA CULTURAL**



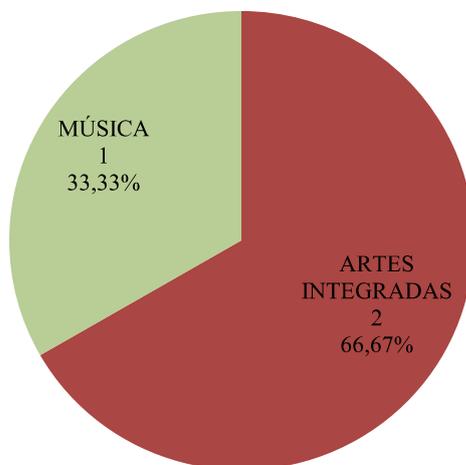
CLARO
PROJETOS PATROCINADOS POR ÁREA CULTURAL



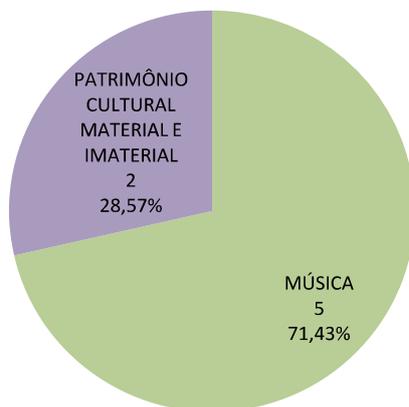
AMPLA
PROJETOS PATROCINADOS POR ÁREA CULTU



TIM
PROJETOS PATROCINADOS POR ÁREA CULTURAL



LONDRINA BEBIDAS
PROJETOS PATROCINADOS POR ÁREA CULTURAL



RESULTADOS

Reconhecendo a importância da Parceria:

A plena utilização da logomarca da Lei Estadual de Incentivo à Cultura, bem como dos patrocinadores e empresas produtoras, confirmam o reconhecimento da importância da comunicação da parceria na produção e realização de projetos culturais no estado.

Público:

Considerando a média de público dos projetos patrocinados nas áreas de Artes Cênicas, Artes Visuais, Artes Integradas e Música, atingimos o público estimado em no mínimo 1.8 milhão de pessoas, sem contar com projetos de grande alcance público, que superaram a faixa de 500 mil pessoas cada um, tais como o Réveillon de Copacabana, Feira da Providência, Comida de Boteco, os filmes Tropa de Elite, de Pernas pro Ar e Muita Calma Nessa Hora.

Acesso aos produtos patrocinados:

Retorno de 100% da cota de produtos/convites dos projetos patrocinados, alcançando uma média de 5.000 convites disponibilizados para o Governo e parceiros, 24 títulos entre livros, CDs e DVDs, que totalizaram encaminhamento de 3.519 exemplares enviados a Biblioteca Pública Estadual e distribuição na rede de bibliotecas do estado.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O ano de 2010 testemunhou significativas transformações em relação aos procedimentos da Lei de Incentivo à Cultura. Depois do processo participativo de elaboração da nova regulamentação da Lei, temos como prova de satisfação dos novos processos o expressivo número de proponentes e projetos inscritos no primeiro ano de vigência do Decreto 42.292/10.

O acompanhamento dos projetos aprovados também foi responsável por resultados muito relevantes: a relação entre a SEC e os proponentes da Lei de Incentivo se deu de forma mais estreita e transparente, a realização da maioria dos projetos atendeu às exigências da SEC e o uso correto da logomarca da Lei de Incentivo foi compreendido e assimilado pelos proponentes, que se sentiram mais seguros em poder contar com a supervisão da SEC durante todo o processo de realização de seu projeto.

Consideramos que foi pavimentado um caminho de parceria, que tem como meta a continuidade dos aprimoramentos dos processos relativos à Lei de Incentivo, de modo a alcançar um modelo de gestão isonômico, ágil, transparente e de acordo com a atual produção cultural fluminense.