



MINISTÉRIO DA CULTURA

ANEXO I – Apêndice III-A

BRIEFING

1. Situação geral

Cultura é um conceito amplo que representa o conjunto de tradições, crenças e costumes de determinado grupo social. Ela é repassada através da comunicação ou imitação às gerações seguintes.

A cultura também pode ser definida como o comportamento por meio da aprendizagem social. Essa dinâmica faz dela uma poderosa ferramenta para a sobrevivência humana e tornou-se o foco central da antropologia desde os estudos do britânico Edward Tylor (1832-1917). Ele “afirmou que: “A cultura é todo aquele complexo que inclui o conhecimento, as crenças, a arte, a moral, a lei, os costumes e todos os outros hábitos e capacidades adquiridos pelo homem como membro da sociedade”.

Dessa forma, a cultura representa o patrimônio social de um grupo sendo a soma de padrões dos comportamentos humanos e que envolve: conhecimentos, experiências, atitudes, valores, crenças, religião, língua, hierarquia, relações espaciais, noção de tempo, conceitos de universo.

As principais características da cultura são: Determinada pelo conjunto de saberes, comportamentos e modos de fazer; possui um caráter simbólico; é adquirida por meio das relações sociais de um grupo; é transmitida para gerações posteriores; não é estática, sendo influenciada por novos hábitos.

Cultura Brasileira

A Cultura Brasileira resulta da mistura de raças e etnias que constituem o país desde o descobrimento. Ela é o resultado da miscigenação de diversos grupos étnicos que participaram da formação da população brasileira.

A diversidade cultural predominante no Brasil é consequência também da grande extensão territorial e das características geradas em cada região do país. O indivíduo branco, que participou da formação da cultura brasileira, fazia parte de vários grupos que chegaram ao país durante a época colonial. Além dos portugueses, vieram os espanhóis, de 1580 a 1640, durante a União Ibérica (período o qual Portugal ficou sob o domínio da Espanha).

Durante a ocupação holandesa no Nordeste, de 1630 a 1654, vieram flamengos ou holandeses, que ficaram no país, mesmo depois da retomada da área pelos portugueses. Na colônia, aportaram ainda os franceses, ingleses e italianos.

Entretanto, foi dos portugueses que recebemos a herança cultural fundamental, onde a história da imigração portuguesa no Brasil confunde-se com nossa própria história. Foram eles, os colonizadores, os responsáveis pela formação inicial da população brasileira. Isso decorreu do processo de miscigenação com índios e negros africanos, de 1500 a 1808. Durante três séculos, os portugueses eram os únicos europeus que podiam entrar livremente no Brasil.

Há comportamentos que resultam da mistura de múltiplos grupos. Podemos ver essa realidade em festas, regras de etiqueta e crenças. A língua portuguesa, que é um importante elemento da unidade nacional, também está entre os pontos de destaque da cultura brasileira. Em consequência das dimensões geográficas, os diferentes grupos que se estabeleceram no país influenciaram a língua de maneira particular. Assim, há entonações e expressões que apontam as mais variadas regiões.

Ou seja, manter o conhecimento sobre o que se produz em todos os cantos do Brasil se faz necessário para perpetuar o conhecimento em todas as informações sobre o nosso povo, sobre a nossa história, nossos costumes e impedir a sua disseminação é como ir contra a sociedade brasileira.

Histórico do Ministério da Cultura

A trajetória do atual Ministério da Cultura remete à Era Vargas. Em 1930 foi criado o Ministério dos Negócios da Educação e Saúde Pública, que abrigou instituições culturais em sua estrutura. A Escola Nacional de Belas Artes, o Museu Nacional, a Biblioteca Nacional, o Museu Histórico Nacional e a Casa de Rui Barbosa ficaram vinculados à Pasta.

Em 1953, o então Ministério da Saúde passou a se chamar Ministério da Educação e Cultura (MEC). O vínculo com a educação permaneceu até a redemocratização, quando os debates sobre a criação de uma pasta exclusiva para a cultura se inseriram no contexto mais amplo do reestabelecimento da democracia.

O Decreto nº 91.144, de 15 de março de 1985, criou o Ministério da Cultura pela primeira vez. Além da necessidade de políticas específicas para a cultura, o “enriquecimento da cultura nacional, decorrente da integração crescente entre as diversas regiões brasileiras e da multiplicação das iniciativas de valor cultural” também foi apontado como justificativa para a criação da Pasta.

Na década seguinte, o Ministério passou por reorganizações. Em 1990, o MinC foi dissolvido. As políticas públicas de cultura ficaram sob a responsabilidade da Secretaria da Cultura, subordinada diretamente à Presidência da República. Em 1999, retomou o status de ministério por meio da Medida Provisória nº 813, de 1º de janeiro.

A Pasta passou por reestruturações e ampliações orçamentárias, consolidando a cultura como política do Estado brasileiro. E foi responsável por ações importantes como as Conferências Nacionais de Cultura (CNC), o Plano Nacional de Cultura (PNC), o Sistema Nacional de Cultura (SNC), o Conselho Nacional de Política Cultural (CNPC) e o Programa Cultura Viva.

Em 2019, o governo anunciou o fim do MinC e a sua incorporação pelo Ministério da Cidadania, sob a forma da Secretaria Especial da Cultura. Em junho do mesmo ano, a secretaria e as demais instituições responsáveis foram remanejadas para o Ministério do Turismo. Tal estrutura foi mantida até 1º de janeiro de 2023, quando a cultura retomou, mais uma vez, o status ministerial. E em 2023, o Ministérios reassumiu o seu protagonismo na política e retomou o status de Ministério com consolidação da pasta na administração direta, por meio do Decreto nº 11.336, de 1º de janeiro de 2023.

A estrutura da Pasta inclui órgãos de assistência direta e imediata à ministra, sete secretarias (Secretaria Executiva; Secretaria de Cidadania e Diversidade Cultural; Secretaria de Direitos Autorais e Intelectuais; Secretaria de Economia Criativa e Fomento Cultural; Secretaria de Formação, Livro e Leitura; Secretaria do Audiovisual; Secretaria dos Comitês de Cultura), quatro órgãos colegiados (Conselho Nacional de Política Cultural; Comissão Nacional de Incentivo à Cultura; Comissão do Fundo Nacional da Cultura; Conselho Superior do Cinema) e Escritórios Estaduais em todas as unidades da Federação. O MinC tem, ainda, sete entidades vinculadas (Agência Nacional do Cinema; Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional; Instituto Brasileiro de Museus, Fundação Biblioteca Nacional; Fundação Casa de Rui Barbosa; Fundação Cultural Palmares e Fundação Nacional de Artes).

2. Desafio

A Lei 8.313/1991 foi criada com o objetivo de captar e canalizar recursos para o setor cultural de modo a facilitar o acesso de todas as pessoas do país às fontes da cultura e promover o pleno exercício dos direitos culturais, além de estimular e fomentar a produção, preservação e difusão cultural, principalmente por meio de incentivo fiscal concedido a quem patrocina projetos com esse fim.

Via de regra, leis não têm nome, mas desde o início essa lei passou a ser conhecida como Lei Federal de Incentivo à Cultura e, mais popularmente, Lei Rouanet, por conta de Sérgio Paulo Rouanet, Secretário de Cultura da Presidência da República entre 1991 e 1992, que foi responsável pela apresentação da proposta. A lei foi sancionada no dia 23 de dezembro de 1991, pelo então presidente, Fernando Collor de Mello.

A Lei Rouanet é mais conhecida pelo incentivo fiscal a projetos, mas ela na verdade criou o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac), que é composto por três mecanismos:

- Incentivo a Projetos Culturais;
- Fundo Nacional da Cultura (FNC);
- Fundos de Investimento Cultural e Artístico (Ficart).

Incentivo a Projetos Culturais

Também conhecido como mecenato, o mecanismo Incentivo a Projetos Culturais concede a pessoas físicas ou jurídicas (tributadas com base no lucro real), por meio de incentivo fiscal federal, a opção de investir parte do imposto de renda em projetos culturais previamente aprovados pelo Ministério da Cultura (MinC).

Nesse mecanismo, ao obter a aprovação técnica do projeto, o proponente, como é chamado quem apresenta a proposta de atividade ou produto cultural, deverá captar os recursos necessários à sua execução junto a pessoas ou empresas dispostas a incentivar a ideia.

A Lei Rouanet define que doações ou patrocínios na produção cultural devem atender, exclusivamente, aos seguintes segmentos:

- Artes cênicas;
- Livros de valor artístico, literário ou humanístico;
- Música erudita, instrumental ou regional;
- Exposições de artes visuais;
- 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;
- Produção de obras cinematográficas e videofonográficas de curta e média metragem e preservação e difusão do acervo audiovisual;
- Preservação do patrimônio cultural material e imaterial.
- Construção e manutenção de salas de cinema e teatro, que poderão funcionar também como centros culturais comunitários, em Municípios com menos de 100 mil habitantes.
- Produção ou coprodução de jogos eletrônicos brasileiros independentes, bem como formação de profissionais do setor.

Incentivo fiscal

Os governos federal, estaduais, distrital e municipais podem promover incentivo fiscal:

- Abrindo mão de parte dos impostos com vários objetivos, como simplificar ou diminuir os custos da administração;
- Compensar gastos realizados pelos contribuintes com serviços não atendidos pelo governo;
- Compensar ações complementares às funções típicas de Estado desenvolvidas por entidades civis; e
- Promover a equalização das rendas entre regiões;
- Incentivar determinado setor da economia.

A cultura é um desses setores e corresponde a 1,03% do total cedido como incentivo fiscal do Orçamento Federal de 2024 - o percentual direcionado especificamente à Rouanet pelo Pronac é de 0,57%. A lista contempla ainda, por exemplo, a área de comércio e serviços (com 25,25% do total), a indústria (13,39%) e a agricultura (13,92%).

Na Lei Rouanet, as empresas podem deduzir do Imposto de Renda os valores da doação ou do patrocínio a projetos culturais de acordo com a seguinte regra (destacada no Decreto 11.453/2023):

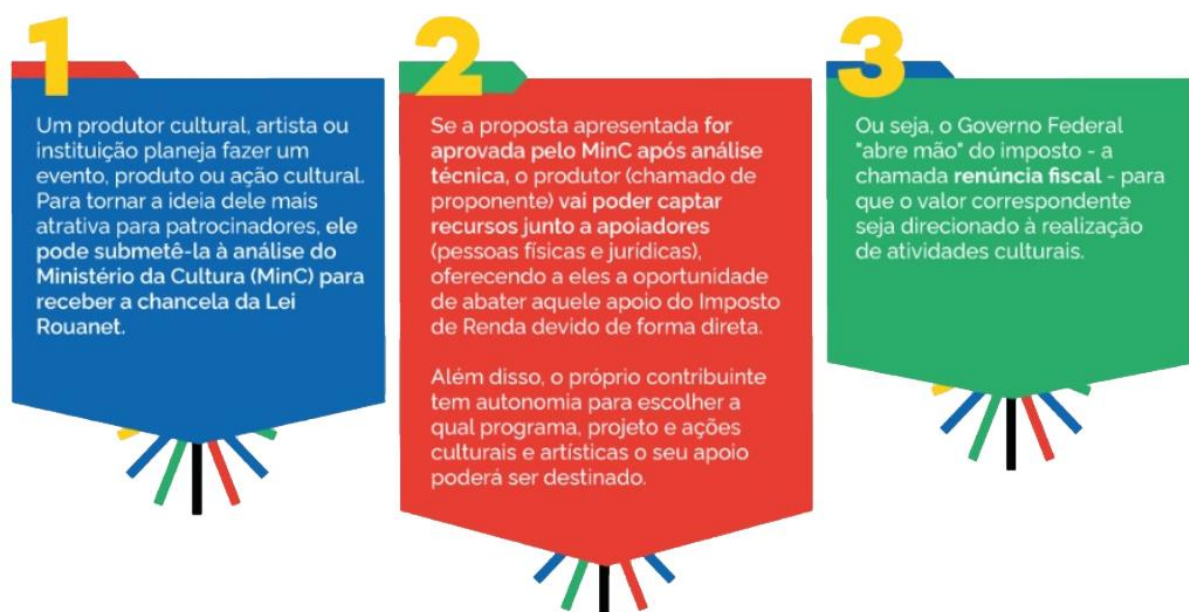
- Pessoa física: limite de 6% do imposto devido.
- Pessoa jurídica: limite de 4% do imposto devido.

Comissão Nacional de Incentivo à Cultura – CNIC

Instituída pela Lei Rouanet e com a regulamentação atualizada pelo Decreto Nº 11.453/2023, a CNIC atua como uma consultoria qualificada e voluntária na gestão da Lei. Tem como objetivo subsidiar, mediante parecer técnico fundamentado, as decisões do MinC quanto à aprovação dos projetos submetidos aos incentivos fiscais e ao enquadramento das propostas.

Assim, a Lei Rouanet segue como um dos principais mecanismos de fomento à cultura no Brasil, garantindo que projetos culturais tenham o suporte necessário para impactar positivamente a sociedade.

Como funciona a Lei Rouanet



Cenário atual

Em 2024, a Secretaria de Economia Criativa e Fomento Cultural (Sefic), do Ministério da Cultura (MinC), lançou e fortaleceu programas especiais no escopo do mecanismo Incentivo à Projetos Culturais, do Pronac, em parcerias com grandes investidores da Lei Rouanet, possibilitando a ampliação da participação de agentes culturais historicamente excluídos ou menos contemplados. A partir das alterações incluídas no Decreto 11.453/2023, que promoveu uma regulamentação da Lei Rouanet mais moderna e republicana, foi viabilizada a participação ativa do Ministério da Cultura na definição das ações realizadas por grandes empresas financiadoras, permitindo o diálogo com as políticas de nacionalização dos recursos disponíveis pelo fomento indireto.

Com o novo arcabouço legal, a Sefic atuou na construção dos grandes editais públicos, possibilitando que agentes culturais em todo o Brasil pudessem ter acesso aos recursos oriundos dos incentivos fiscais para cultura previstos em Lei. Entre os programas de patrocínio cultural das empresas brasileiras, via editais públicos, destacam-se aqueles lançados pelo Banco do Brasil, Petrobras, Vale e Transpetro, ações que ampliaram o financiamento para todas as regiões, especialmente para o Nordeste, Norte e Centro-Oeste.

Também foram lançados programas especiais, de iniciativa do Ministério da Cultura, com parcerias de investidores, empresas estatais e privadas:

Rouanet Norte: Com investimento de R\$ 24 milhões e em parceria com instituições estatais, o programa selecionou 125 projetos de agentes culturais da Região Norte para apoio via Lei Rouanet. A iniciativa busca nacionalizar recursos culturais, incentivando a produção artística em estados historicamente menos contemplados, promovendo a diversidade cultural e fortalecendo as identidades regionais dos sete estados daquela região. O programa contemplou a realização de oficinas de elaboração de projetos em todos os estados do Norte, viabilizadas por uma parceria estratégica com o Serviço Social da Indústria (Sesi) Nacional.

Rouanet nas Favelas: Em parceria com o Instituto Cultural Vale, R\$ 5 milhões foram destinados a 26 projetos de agentes culturais de comunidades periféricas de Salvador (BA), Fortaleza (CE), Goiânia (GO), São Luís (MA) e Belém (PA). Em dezembro, o programa foi ampliado, com mais R\$ 5 milhões destinados novamente para Belém (considerando a realização da COP) e estendido para Belo Horizonte (MG), Brasília (DF), Recife (PE) e Vitória (ES).

Rouanet Nordeste: Com aporte de até R\$ 50 milhões, o programa foi lançado em novembro, em Teresina (PI) e será realizado em 2025. A iniciativa abrangerá os nove estados do Nordeste, além do norte de Minas Gerais e Espírito Santo, com foco em áreas como artes cênicas, música, literatura e audiovisual. O programa visa democratizar o acesso aos recursos da Lei Rouanet, priorizando projetos com impacto social significativo e promovendo a inclusão de grupos historicamente marginalizados;

Rouanet da Juventude: Destinado à capacitação de jovens e adolescentes, a iniciativa conta com um investimento de R\$ 6 milhões, em parceria com a Shell Brasil. As ações incluem oficinas de elaboração de projetos culturais nas regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste, promovendo a inclusão de jovens de comunidades tradicionais, indígenas, negras e LGBTQIAPN+, entre outros.

Além disso, o Pronac foi operado com novas ferramentas automatizadas que promoveram a simplificação dos processos e do acesso por todos os agentes culturais.

Durante o ano foram recepcionadas 19,1 mil propostas culturais, uma ampliação de 40,4% em relação a 2023. A captação de recursos também foi ampliada em 32% em relação ao ano anterior (R\$ 2,31 bi) e atingiu o recorde de R\$ 3,05 bilhões. Cabe ressaltar que os números são preliminares e podem sofrer alterações.

Em 2024, o programa também reestruturou o banco de pareceristas, com a adoção de novas regras alinhadas às exigências dos órgãos de controle. Ao todo, 819 especialistas foram credenciados e capacitados em parceria com o Sesi, e 224 peritos foram habilitados na última contratação do ano para atender tanto o mecanismo de incentivo fiscal quanto a PNAB.

Atualização da Lei Rouanet

Em abril de 2024, o Ministério da Cultura publicou a Instrução Normativa MinC nº 11/2024, que modernizou a gestão do mecanismo de Incentivo a Projetos Culturais do Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac). A atualização teve o objetivo de simplificar os procedimentos para proponentes e patrocinadores, tornando o processo mais transparente e acessível.

As principais mudanças incluem a digitalização completa dos processos, incluindo acompanhamento tempestivo da execução dos projetos, redução de prazos para análise e aprovação de projetos, e a implementação de critérios mais claros para a seleção de iniciativas culturais. Além da modernização processual, foi viabilizada a inclusão do financiamento do desenvolvimento de territórios criativos com recursos da Lei Rouanet, dialogando com a Política Nacional de Economia Criativa.

33 anos de transformação da cultura brasileira

Após mais três décadas de existência, a lei de incentivo à cultura segue sendo o principal motor de democratização da cultura no Brasil. Do Hip-Hop no Rio Grande do Sul ao teatro no Ceará, passando pelo choro em Brasília e a música sinfônica em Heliópolis, são inúmeras as histórias que revelam como a Lei Rouanet foi capaz de democratizar o acesso à cultura, preservar tradições e transformar vidas.

A divulgação de conteúdos sobre a lei de incentivo à cultura em canais digitais de comunicação e a observação do comportamento das interações nesses canais, além de ampliar o acesso à informação, permite compreender os anseios e a percepção dos públicos de interesse de um modo geral. Tais informações, contribuem sobremaneira para que os esforços do Ministério da Cultura possam ser equacionados, não só no incentivo à arte e no acesso democrático à cultura, como na elaboração das políticas públicas e na estratégia em comunicá-las para que sejam cada vez mais eficazes.

Tão importante quanto isso é combater a disseminação de Fake News e desinformação, promovendo a transparência e a credibilidade das informações divulgadas pelo órgão. Combater as Fake News é fundamental para a preservação da democracia, que precisa de informações precisas e confiáveis.

A desinformação não é algo novo, faz parte do nosso cotidiano desde sempre. Ela se manifesta de diversas formas, nos mais variados contextos, e pode ser resultado tanto de ações deliberadas de determinados grupos, com interesses particulares, como de um fenômeno espontâneo, resultante da precariedade educacional de uma sociedade com altos índices de desigualdade social e pouco acesso à informação.

A Lei Rouanet sofreu um severo desmonte, cortes de recursos, campanhas de desinformação e ataques à classe artística. Mesmo assim, resistiu como símbolo de resiliência cultural, mantendo seu papel fundamental no incentivo à arte e no acesso democrático à cultura. E, em seu aniversário de três décadas, reafirma sua importância no cenário de reconstrução da cultura nacional.

Com base nas informações supracitadas, a licitante deve elaborar um plano de comunicação digital que apresente estratégias e ações de combate à disseminação de Fake News e à desinformação relativa à Lei Rouanet e, ao mesmo tempo, divulgar os benefícios para a sociedade, a diversidade e acessibilidade dos projetos aprovados, o impacto na economia e no emprego e os rigorosos instrumentos de transparência e eficiência no uso dos recursos públicos destinados à promoção cultural.

A proposta de comunicação digital deve abranger planejamento tático e estratégico, incluindo a concepção e execução de peças de comunicação digital, e sugestão de monitoramento e moderação destas ações durante o período de 12 (doze) meses, com diálogo constante com os públicos de interesse.

3. Objetivos de comunicação

3.1 Objetivo geral

Elaborar uma estratégia de comunicação digital eficaz para combater a desinformação relacionada à Lei Rouanet, destacando a importância, transparência e benefícios do mecanismo para a cultura brasileira.

3.2 Objetivos específicos

- Esclarecer o propósito da Lei Rouanet, que é um instrumento legal criado para fomentar e democratizar o acesso à cultura no Brasil, incentivando a produção e o desenvolvimento de projetos culturais de diferentes naturezas, como artes visuais, música, dança, teatro, literatura, cinema, etc.
- Dar publicidade aos benefícios para a sociedade: o mecanismo permite que as empresas e pessoas físicas que fazem doações ou patrocínios a projetos culturais recebam isenção fiscal, o que ajuda a viabilizar iniciativas culturais que, de outra forma, poderiam não ser realizadas.
- Demonstrar a transparência por trás da seleção dos projetos: todos os projetos financiados pela Lei Rouanet passam por um rigoroso processo de avaliação e devem ser aprovados por um comitê técnico. Além disso, as informações sobre os projetos e suas prestações de contas são públicas e acessíveis para garantir o uso correto dos recursos.
- Informar sobre a diversidade e acessibilidade dos projetos: A Lei Rouanet beneficia uma grande diversidade de projetos culturais em todo o Brasil, abrangendo desde iniciativas de grandes artistas até pequenos projetos independentes. O foco é a democratização do acesso à cultura, levando arte e educação para comunidades de diversas regiões.
- Divulgar o impacto na economia e no emprego: além de impulsionar a cultura, a Lei Rouanet gera empregos diretos e indiretos no setor, estimulando a economia criativa e beneficiando artistas, técnicos, produtores culturais e outros profissionais envolvidos.

4. Principais Fake News a serem combatidas

1. A Lei Rouanet só beneficia artistas ricos": Esse é um dos mitos mais recorrentes. A realidade é que a maior parte dos projetos aprovados são de porte pequeno e médio, com forte atuação em comunidades periféricas e regiões menos favorecidas.
2. "A Lei Rouanet é uma forma de 'jabá' ou 'apadrinhamento' de artistas": A Lei tem um processo técnico e transparente de avaliação. Não há favorecimento pessoal ou político. O que determina a aprovação de um projeto é o mérito cultural e sua contribuição para a sociedade.
3. "O governo 'paga' artistas famosos": Na verdade, os recursos da Lei Rouanet são financiados por empresas privadas e pessoas físicas que escolhem os projetos que desejam apoiar, e não pelo governo diretamente.
4. "O sistema é uma grande fraude": A Lei Rouanet possui mecanismos rigorosos de auditoria, fiscalização e prestação de contas. Qualquer indício de irregularidade é investigado pelas autoridades competentes.

5. Públicos-alvo

- Público geral: cidadãos que não têm conhecimento aprofundado sobre a Lei Rouanet e suas funcionalidades;
- Formadores de opinião: jornalistas, influenciadores, líderes comunitários e pessoas com alto poder de disseminação de informação;

- Políticos e gestores públicos: para garantir que compreendam e defendam a Lei Rouanet de maneira informada;
- Profissionais e artistas da cultura: para fortalecer a defesa do mecanismo entre os beneficiários diretos.

6. Métricas de avaliação

- Alcance das campanhas: Monitoramento do impacto das campanhas nas redes sociais e na mídia tradicional (número de visualizações, interações, compartilhamentos);
- Mudança no discurso público: Acompanhamento das mudanças no discurso público relacionado à Lei Rouanet, através de pesquisas de opinião e análise de menções na mídia;
- Engajamento com conteúdo educativo: Avaliação do engajamento com conteúdos explicativos sobre a Lei, como vídeos, infográficos e posts em blogs;
- Cobertura da mídia: Quantificação de matérias e reportagens publicadas sobre a Lei Rouanet de forma positiva ou esclarecedora.

7. Praça

Território Nacional

8. Período

As ações de comunicação propostas deverão ser executadas em um período de 12 (doze) meses.

9. Verba referencial

A verba máxima a ser utilizada, a título de exercício, será de R\$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil de reais), devendo as propostas serem elaboradas levando em consideração os produtos e serviços elencados no Edital.

10. Mais informações

Mais informações relacionadas à Lei Rouanet podem ser obtidas no site do Ministério da Cultura e nos seus canais oficiais.

O manual de marca e insumos visuais da Lei Rouanet estão no link abaixo:

<https://www.gov.br/cultura/pt-br/centrais-de-conteudo/marcas-e-logotipos/marcas-do-pronac>

11. Recursos próprios de comunicação

Portal MinC > <https://www.gov.br/cultura/pt-br>

Youtube > <https://www.youtube.com/@ministeriodacultura>

Instagram > <https://www.instagram.com/minc>

Facebook > <https://www.facebook.com/mincgovbr>

LinkedIn > <https://www.linkedin.com/company/ministeriodacultura>

X > <https://x.com/CulturaGovBr>

Flickr > <https://www.flickr.com/ministeriodaculturaoficial>

Entidades vinculadas

- [Agência Nacional do Cinema - Ancine](#)
- [Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - Iphan](#)
- [Instituto Brasileiro de Museus - Ibram](#)
- [Fundação Biblioteca Nacional - FBN](#)
- [Fundação Casa de Rui Barbosa - FCRB](#)
- [Fundação Cultural Palmares - FCP](#)
- [Fundação Nacional de Artes - Funarte](#)

Cabe ressaltar, que a atuação poderá não se restringir aos meios supracitados, restando ao MinC a prerrogativa de criar novos canais ou descontinuar a utilização de quaisquer deles.

12. Esforços anteriores em comunicação

Podem ser encontrados no site do Ministério da Cultura: <https://www.gov.br/cultura/pt-br>