



Cultura & Indústria: investimento que gera valor



SESI
CULTURA



1. Apresentação	3
2. Introdução	4
3. Cultura como estratégia empresarial	6
• <i>Os números da cultura</i>	
• <i>Como a cultura pode ser uma estratégia de negócio?</i>	
• <i>Qual a relação entre a cultura e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)?</i>	
4. Cultura, marketing & competitividade	13
• <i>Por que investir em cultura?</i>	
• <i>Por que investir na Bahia?</i>	
• <i>Quais as vantagens do marketing cultural para a minha empresa?</i>	
5. Cultura & capital humano	19
• <i>De que forma a cultura contribui para o bem-estar e engajamento dos colaboradores?</i>	
• <i>Quais os benefícios do investimento em cultura?</i>	
• <i>Que ações práticas podem ser realizadas?</i>	
6. Modalidades de investimento cultural	22
• <i>Como investir em cultura?</i>	
• <i>Patrocínio direto</i>	
• <i>Patrocínio via leis de incentivo</i>	
• <i>Parcerias estratégicas</i>	
7. Sesi Criativo	29
8. Glossário	33

1. Apresentação

A cultura é a força motriz que move pessoas, inspira equipes e transforma territórios. Para a indústria, ela não é apenas expressão simbólica, mas um ativo estratégico, capaz de gerar inovação, engajamento e sustentabilidade.

Com esta cartilha sobre Investimento em Cultura, o SESI Cultura Bahia convida as empresas a enxergarem a cultura como parceira do futuro. Aqui, apresentamos caminhos, dados e experiências que mostram como o investimento em cultura fortalece marcas, amplia o bem-estar dos trabalhadores e conecta o setor produtivo aos desafios globais dos ODS e da agenda ESG.

Este material inicia um diálogo entre empresas, especialistas, gestores e artistas, reafirmando a convicção de que indústria e cultura juntas geram mais valor econômico, social e humano.

Que esta leitura sirva de inspiração para novos projetos e parcerias, e que possamos, lado a lado, construir um futuro em que a cultura esteja no centro da inovação e do desenvolvimento sustentável da Bahia e do Brasil.

Boa leitura!

SESI Cultura Bahia

2. Introdução

Você provavelmente já ouviu a máxima de que “cultura é bom para os negócios” ou que “a cultura é um bom negócio”.

Mas afinal, que negócio é esse de cultura?

A cultura, em seu sentido mais amplo, diz respeito à maneira de viver de um grupo de pessoas - seja um país, uma comunidade, ou mesmo uma empresa (como quando dizemos: “nossa cultura empresarial valoriza a autonomia”).

Nesta cartilha, no entanto, vamos tratar da cultura ligada às manifestações simbólicas e estéticas produzidas intencionalmente por seres humanos em comunidade. A produção cultural envolve um conjunto de etapas - criação, produção, comercialização, distribuição, difusão, circulação - e abrange múltiplos segmentos, como as artes, as manifestações populares, o audiovisual, o artesanato, os festejos, o patrimônio material e imaterial. Quando falarmos em cultura, estaremos nos referindo a estas e outras expressões culturais.

A cultura é essencial para o desenvolvimento humano - individual e coletivo - e para o progresso socioeconômico do país. No Brasil, todos os cidadãos e cidadãs brasileiras têm direito à cultura. Isso está garantido pela Constituição Federal de 1988 (art. 215, 216 e 216-A).

A cultura, por sua natureza, é transversal: ela educa, forma cidadãos, fortalece identidades, promove saúde e bem-estar, além de estimular a criatividade e a economia. Ela expressa

a identidade de um povo e, no caso baiano, traduz sua diversidade, ancestralidade e potência. Podemos falar, portanto, de três dimensões interligadas da cultura: simbólica, cidadã e econômica.

A cultura é um dos setores econômicos mais relevantes do Brasil. A chamada indústria criativa - que abrange áreas como música, moda, carnaval e cinema - emprega cerca de 7% da força de trabalho nacional e representa mais de 3% do Produto Interno Bruto (PIB), segundo dados da Fundação Itaú Cultural.

Mas a relação entre indústria e cultura vai além do setor criativo. Indústrias de todos os segmentos podem - e devem - investir em cultura. Nesta cartilha, você vai entender como e por quê. **Vamos juntos?**

Cultura e indústria: conexão que gera valor

Aqui você vai descobrir:

- Vale a pena investir em cultura?
- Por que investir em cultura na Bahia?
- Quais as oportunidades de retorno financeiro ao se investir no setor cultural?
- De que forma a cultura contribui para o bem-estar e engajamento dos colaboradores?
- Quais os caminhos possíveis para se investir em cultura no Brasil?



3. Cultura como estratégia empresarial

Os números da cultura

Já parou para pensar que investir em cultura gera retorno direto para a economia?

Estudos da Fundação Getúlio Vargas (FGV, 2018) mostram que a cada R\$ 1,00 investido pela Lei Rouanet em projetos culturais, o país recebe de volta R\$ 1,59. O impacto pode ser ainda maior: uma outra pesquisa dessa mesma instituição sobre a Lei Paulo Gustavo (LPG) no Rio de Janeiro revelou que, para cada R\$ 1,00 investido, houve um retorno impressionante de R\$ 6,51 na economia local (FGV, 2024).

O Painel de Dados do Observatório Itaú Cultural mostra que a economia criativa brasileira empregou 7,74 milhões de trabalhadores em 2024. Essa economia movimentou setores diversos como moda, artesanato, indústria editorial, produção audiovisual, música, desenvolvimento de software, jogos digitais e serviços de tecnologia.

Na mesma direção, o Mapeamento da Indústria Criativa 2025, elaborado pela Firjan, aponta que o país reúne cerca de 1,26 milhão de trabalhadores criativos, sendo responsável por 3,59% do PIB nacional - o equivalente a R\$ 393,3 bilhões em 2023. Os profissionais criativos representaram aproximadamente 2,3% dos vínculos empregatícios entre 2022 e 2023, evidenciando que a cultura é, cada vez mais, um motor de desenvolvimento econômico.

Cultura em números

Empregos gerados pela economia criativa (2024)

7,74 milhões
(Itaú Cultural)

Participação no PIB nacional

R\$ 393,3 bilhões
3,59% (Firjan, 2025)

Trabalhadores criativos no Brasil

1,26 milhão
(Firjan, 2025)

Trabalhadores criativos na Bahia

37.922
(Firjan, 2025)

Veja mais em:

Painel de Dados do Observatório Itaú Cultural



Mapeamento da Indústria Criativa 2025 (Firjan)



Os números deixam claro que o investimento em cultura vai muito além de um gesto de responsabilidade social. Ele é, uma estratégia inteligente de desenvolvimento econômico sustentável, capaz de movimentar cadeias produtivas, gerar empregos e fortalecer a economia brasileira.

Como a cultura pode ser uma estratégia de negócio?

Cada vez mais, o setor público e privado reconhecem o potencial estratégico do investimento em cultura, seja por meio de patrocínio a projetos, espaços culturais, iniciativas de formação de público ou oferta de atividades culturais para colaboradores.

A cultura tem sido considerada uma estratégia empresarial inteligente, tendo forte relação com as práticas ambientais, sociais e de governança de uma empresa (ESG):

Cultura e Sustentabilidade Ambiental (E)

A arte e a cultura têm papel essencial na educação ambiental e na sensibilização coletiva.

- Arte como ferramenta de conscientização, utilizada para abordar temas como mudanças climáticas, consumo consciente e preservação ambiental.
- Comunidades tradicionais e povos originários possuem práticas sustentáveis que podem inspirar políticas ambientais.

Cultura como vetor do pilar Social (S)

As expressões culturais são fundamentais para promover inclusão, diversidade e identidade comunitária, que são elementos centrais do pilar Social do ESG. Projetos culturais podem ser catalisadores de mudanças sociais profundas.

- Apoiar e valorizar as manifestações culturais locais fortale-

ce comunidades e promove justiça social.

- Apoiar projetos culturais inclusivos é uma forma de promover equidade.

Políticas culturais e Governança (G)

A governança responsável inclui o apoio à cultura como parte da cidadania e da transparência institucional.

- O fomento à cultura por meio de incentivo fiscal (como a Lei Rouanet) demonstra compromisso com a governança social.
- A boa governança também se aplica à forma como recursos são distribuídos e geridos em iniciativas culturais, demonstrando transparência e ética por parte da empresa patrocinadora.

ESG

A sigla em inglês ESG (Environmental, Social and Governance) se refere às práticas ambientais, sociais e de governança adotadas por uma organização. Os critérios ESG estão alinhados aos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), definidos pelo Pacto Global, uma iniciativa que envolve a ONU e diversas entidades internacionais.

Ou seja, empresas que investem em cultura se destacam em:

- **Sustentabilidade** - alinhamento aos ODS e à agenda ESG.
- **Inovação** - estímulo à criatividade e pensamento disruptivo.
- **Reputação** - fortalecimento da marca e posicionamento institucional.
- **Engajamento** - conexão autêntica com colaboradores e sociedade.

Empresas como agentes de fomento

A participação ativa das empresas no fomento à cultura contribui para a promoção dos direitos culturais, materializados por meio de políticas públicas que não se limitam à atuação

estatal. Empresas privadas também são protagonistas, apoiando ações que visam atender às necessidades culturais e fomentar o desenvolvimento de suas expressões simbólicas.

Motivadas por seu tripé estratégico - missão, visão e valores - ou por ações de responsabilidade social, muitas empresas atuam por meio da injeção de recursos financeiros não reembolsáveis, apoiando projetos culturais desenvolvidos por atores sociais em seus territórios.

Qual a relação entre a cultura e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)

Investir em cultura não é apenas fortalecer identidades e promover expressões artísticas: é também alinhar-se diretamente aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas, que formam um apelo global para transformar realidades sociais, econômicas e ambientais.

1 ERRADICAR
A POBREZA



ODS 1 - Erradicação da pobreza

A cultura gera empregos, movimentando cadeias produtivas e criando oportunidades, especialmente em territórios onde outras formas de desenvolvimento econômico são limitadas.

3 SAÚDE E
BEM-ESTAR



ODS 3 - Saúde e bem-estar

Por meio de ações que melhoram a qualidade de vida das pessoas, as iniciativas culturais contribuem para a saúde mental e emocional das pessoas.

4 EDUCAÇÃO DE QUALIDADE



ODS 4 – Educação de Qualidade

A cultura é uma ferramenta poderosa de educação formal e não formal. Projetos culturais promovem o aprendizado, estimulam o pensamento crítico e valorizam saberes tradicionais e comunitários.

5 IGUALDADE DE GÊNERO



ODS 5 – Igualdade de Gênero

A cultura pode dar visibilidade às mulheres, combater estereótipos e promover narrativas que fortalecem a equidade de gênero, especialmente em linguagens como teatro, literatura e audiovisual.

8 TRABALHO DECENTE E CRESCIMENTO ECONÔMICO



ODS 8 – Trabalho Decente e Crescimento Econômico

A economia criativa gera empregos, fomenta o empreendedorismo e movimenta cadeias produtivas locais. Investir em cultura é investir em trabalho digno e em inovação econômica.

10 REDUÇÃO DAS DESIGUALDADES



ODS 10 – Redução das Desigualdades

A cultura promove inclusão social ao valorizar identidades diversas, dar voz a grupos historicamente marginalizados e ampliar o acesso a bens simbólicos.

11 CIDADES E
COMUNIDADES
SUSTENTÁVEIS



ODS 11 – Cidades e Comunidades Sustentáveis

A cultura fortalece o sentimento de pertencimento, valoriza o patrimônio histórico e contribui para a construção de espaços urbanos mais vivos, seguros e integrados.

12 PRODUÇÃO
E CONSUMO
SUSTENTÁVEIS



ODS 12 – Consumo e Produção Responsáveis

A cultura estimula práticas sustentáveis, especialmente em áreas como artesanato, moda e gastronomia, valorizando saberes locais e o uso consciente de recursos.

16 PAZ, JUSTIÇA E
INSTITUIÇÕES
EFICAZES



ODS 16 – Paz, Justiça e Instituições Eficazes

A cultura é essencial para promover o diálogo, a tolerância e a resolução pacífica de conflitos. Ela fortalece a cidadania e a participação democrática.

Como vimos, apoiar a cultura significa investir em um modelo de desenvolvimento sustentável, inclusivo e justo, onde criatividade e diversidade são motores para transformar a vida das pessoas e construir um futuro mais equilibrado para todos.

4. Cultura, marketing & competitividade

Por que investir em cultura?

Vamos direto ao ponto: o principal motivo para uma indústria investir em cultura é que esse investimento gera valor. Valor financeiro, com ganhos em exposição da marca e dedução tributária dos montantes investidos. Valor simbólico, com a associação da sua marca a propósitos e práticas positivas. Valor humano, ao trabalhar a cultura como um diferencial junto aos funcionários, atraindo e retendo talentos. Valor de inovação, pois a cultura e a arte estimulam a criatividade, o que reverbera positivamente nos processos produtivos.

Ou seja, quando você apoia a circulação de um espetáculo, a realização de um festival literário, a preservação de um patrimônio cultural, uma festa da cultura popular ou a produção de um filme, por exemplo, você está gerando valor para sua empresa, para seu território e para o país!

10 razões estratégicas para as indústrias investirem em cultura:

1. Diferenciação competitiva

Ao apoiar expressões culturais, a marca se associa a valores como criatividade, sensibilidade e compromisso social, criando uma identidade única que a diferencia da concorrência, destacando-a no mercado.

2. Atração de talentos

O investimento em cultura reforça a imagem da empresa como um lugar inspirador para trabalhar, especialmente entre jovens talentos e perfis criativos.

3. Relacionamento com stakeholders

Projetos culturais fortalecem os vínculos com comunidades, governos, investidores e demais públicos estratégicos, o que é essencial para gerar confiança e legitimidade.

4. Inovação empresarial

A arte estimula a criatividade e um ambiente propício à inovação, impulsionando soluções diferenciadas para produtos, processos, estratégias e modelos de negócio.

5. Fortalecimento da imagem institucional

Ao promover iniciativas que geram impacto social e cultural, a empresa reforça sua reputação como agente de transformação social, o que contribui para a construção de uma marca admirada e respeitada por diferentes públicos.

6. Conexão emocional com o público

Projetos culturais criam vínculos afetivos com consumidores, aumentando engajamento e fidelização. Quando a marca se associa a experiências estéticas e lúdicas, ela se torna mais próxima e relevante na vida das pessoas.

7. Responsabilidade social corporativa

Investir em cultura demonstra compromisso com inclusão, diversidade, bem-estar coletivo e desenvolvimento sustentável. Pode também ser uma maneira de demonstrar a responsabilidade ambiental e social da empresa.

8. Valorização do território e identidade local

Apoiar manifestações culturais regionais fortalece o vínculo da empresa com a comunidade onde atua, contribuindo para o desenvolvimento socioeconômico da região.

9. Acesso a novos mercados e públicos

Projetos culturais ampliam a visibilidade da marca em ambientes não comerciais, atingindo públicos diversos e nichos estratégicos. Essa expansão pode abrir portas para parcerias, novos consumidores e oportunidades de negócio.

10. Sustentabilidade financeira

Além dos benefícios intangíveis e do retorno institucional, o investimento em cultura pode gerar retorno financeiro por meio de incentivos fiscais, permitindo que a empresa contribua para o desenvolvimento cultural do país enquanto otimiza seus recursos e reduz custos operacionais.

Por que investir na Bahia?

A cultura, desde a formação brasileira até os dias de hoje, tem sido a principal mola de transformação e dinamismo, tanto na construção da sociedade baiana quanto no fortalecimento socioeconômico.

A Bahia é reconhecida, nacional e internacionalmente, por sua riqueza simbólica, diversidade e herança cultural e histórica.

A vocação cultural da Bahia está consolidada na diversidade simbólica e na capacidade de transformar tradição em inovação. Essa potência se expressa especialmente na música - setor cultural de maior alcance - mas também em outras linguagens como teatro, dança, literatura e cinema, além das festas populares, como o carnaval, que têm se consolidado como ativos estratégicos para a projeção global do estado.

E a economia criativa tem papel fundamental na dinamização econômica da Bahia. Ela gera emprego, movimentando cadeias produtivas, fortalece identidades e amplia a presença da cultura como recurso estratégico para o desenvolvimento social e econômico. Segundo a Firjan (2025), o estado conta com 37.922 trabalhadores criativos, revelando tanto desafios quanto oportunidades de crescimento.

Por isso, investir na cultura da Bahia significa apostar em um território que carrega, ao mesmo tempo, história, diversidade cultural e potencial de desenvolvimento. Essa aposta impulsiona a criatividade, o empreendedorismo cultural e o turismo, gerando emprego, renda e inclusão social ao transformar a riqueza cultural em oportunidades concretas. Além disso, apoiar a cultura baiana fortalece o setor regional, promove a desconcentração de recursos, a democratização do acesso e a inclusão de novos protagonistas nos processos de criação, produção e circulação cultural

Você pode fazer parte disso, sabia?

Investir em cultura não é apenas garantir retornos financeiros diretos - é gerar valor por meio da criatividade, da inovação e da conexão com a sociedade. Diante de resultados tão expressivos, fica a pergunta: sua empresa vai ficar de fora dessa oportunidade?

Imagine só: quando sua empresa decide apoiar a cultura, ela fortalece a cadeia produtiva e, ao mesmo tempo, planta sementes que florescem em imagem positiva, reconhecimento público e novas conexões. Na Bahia, muitos artistas ganham projeção nacional justamente graças a esses apoios.

E adivinha? Se a sua instituição aposta nesse movimento, ela brilha junto. O público começa a associar sua marca a valores como criatividade, diversidade e inovação. É como se cada show, exposição, espetáculo ou filme patrocinado fosse também um palco para a marca se apresentar.

Esse é um jogo de trocas potentes: o artista ganha projeção, novos públicos e oportunidades; a instituição conquista visibilidade, prestígio e reconhecimento de marca.

Afinal, quem não se conecta com uma empresa que investe naquilo que emociona, inspira e reflete nossa identidade cultural?

Apoiar a cultura é mais do que uma ação institucional - é uma escolha que transforma relações, fortalece territórios e projeta marcas para além do mercado.

E quando a cultura cresce, todos crescem juntos.

Quais as vantagens do marketing cultural para a minha empresa?

O marketing cultural representa uma oportunidade de fortalecer a imagem institucional, gerar valor simbólico à marca e ampliar o relacionamento com diferentes públicos. Ao investir em cultura, a empresa demonstra compromisso com o desenvolvimento social e com a valorização da diversidade, além de poder deduzir parte do imposto devido para apoiar projetos culturais por meio de incentivos fiscais, previstos em leis de fomento cultural. Trata-se de uma ação que une propósito, reputação e impacto positivo.

Na prática, o marketing cultural se concretiza por meio de cotas de patrocínio e contrapartidas bem definidas entre a empresa patrocinadora e o projeto cultural. As cotas de patrocínio são faixas de investimento que a empresa pode escolher, cada uma com valores e benefícios proporcionais. Quanto maior a cota, maior a visibilidade e o destaque da marca no projeto.

Além de definir o nível de investimento, a cota também determina o tipo de “assinatura” que a empresa terá na divulgação da ação cultural, por exemplo: realização, correalização, apresentação, patrocínio, apoio (incluindo apoio técnico ou de mídia) e promoção (quando há colaboração na divulgação). Cada assinatura representa o grau de envolvimento e visibilidade da marca no projeto

Já as contrapartidas são os retornos oferecidos pelo projeto cultural à empresa patrocinadora, podendo incluir:

- inserção da marca em materiais de divulgação (cartazes, vídeos, redes sociais)
- menção em entrevistas e eventos
- citação na divulgação (rádio, internet, TV, release)
- distribuição de cortesias para clientes e colaboradores
- ativações de marca durante o evento
- vídeo institucional antes do espetáculo
- sessões exclusivas para clientes, colaboradores ou parceiros da empresa

Essas ações garantem visibilidade, engajamento com o público e reforço da imagem institucional da empresa como agente de transformação social e valorização da cultura.

Imagine: o Carnaval da Bahia, uma das maiores festas populares do mundo, movimenta milhões de pessoas e atrai olhares internacionais. Nessa festa, empresas de diferentes setores (de alimentos a moda, de bebidas a hotelaria) buscam associar suas marcas a experiências diretas ou indiretas do evento. O que garante tanto retorno financeiro e visibilidade para a empresa quanto amplia sua conexão com o público, associando a sua marca ao carnaval.



5. Cultura e capital humano

De que forma a cultura contribui para o bem-estar e engajamento dos colaboradores?

No cenário empresarial cada vez mais desafiador, cuidar das pessoas deixou de ser apenas uma questão ética, tornou-se uma estratégia de sucesso. E a cultura é um ativo poderoso para promover saúde, bem-estar e engajamento dentro das empresas.

A cultura tem um papel essencial na promoção da saúde mental e do bem-estar no ambiente de trabalho. Ela atua como ferramenta de humanização, criando espaços de expressão, escuta e criatividade que ajudam a reduzir o estresse — um dos principais causadores de doenças mentais.

Esse cuidado está diretamente alinhado ao terceiro Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU: assegurar uma vida saudável e promover o bem-estar para todos. Ao investir em cultura, a empresa não apenas cumpre um compromisso social, mas também fortalece sua própria estrutura organizacional.

Cultura é cuidado

Cuidar das pessoas é fortalecer a empresa. Empresas que investem em cultura constroem ambientes mais saudáveis, criativos e humanos — e isso é, acima de tudo, uma estratégia inteligente.

Quais os benefícios do investimento em cultura?

Redução do estresse e da ansiedade

Atividades culturais ajudam os colaboradores a lidar com pressões diárias e criam momentos de respiro emocional.

Estímulo à criatividade

A criatividade impulsionada pela cultura gera soluções inovadoras e melhora o desempenho das equipes.

Humanização das relações de trabalho

Ambientes mais empáticos e respeitosos promovem vínculos duradouros entre colaboradores e empresa.

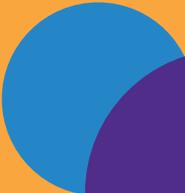
Orgulho e pertencimento

Funcionários que se sentem cuidados e inspirados têm mais orgulho do local onde trabalham — e isso se reflete em produtividade e retenção.

Que ações práticas podem ser realizadas?

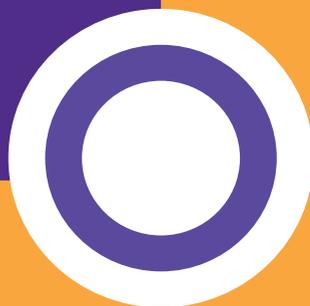
- Oferta de oficinas criativas e trilhas formativas para colaboradores, ativando a criatividade e promovendo o bem-estar e saúde emocional.
- Festivais e exposições, com o resultado das oficinas, promovendo a integração das equipes, dos familiares e da comunidade.
- Mostras de talentos, promovendo a auto-estima dos colaboradores e interações entre as equipes.
- Jornadas criativas, com mesas de discussão, palestras, espetáculos teatrais.

- Atividades lúdicas, que promovem a saúde física, emocional e social dos envolvidos; a integração entre empresa, família e comunidade; e a ativação de competências criativas, colaborativas e relacionais.



SESI Cultura Bahia

O SESI Cultura oferece parcerias para ativar o bem-estar e o engajamento dos trabalhadores do setor industrial, por meio de serviços de difusão cultural, qualificação em áreas criativas, treinamentos e projetos corporativos.



6. Modalidades de investimento cultural

Como investir em cultura?

O campo da cultura conta com múltiplas possibilidades de financiamento que incluem desde “fundos de cultura” de responsabilidade do poder público, passando por financiamentos coletivos, até iniciativas privadas e institucionais, como patrocínio direto, criação de fundações culturais e editais corporativos de empresas públicas e privadas. Cada um destes mecanismos cumpre um papel fundamental na manutenção e desenvolvimento da vida cultural do país, permitindo que a arte e a cultura continuem a gerar conhecimento, pertencimento, memória e transformação social.

Principais modalidades de investimento em cultura

PATROCÍNIO DIRETO

- Investimento realizado com recursos próprios da empresa
- Marca da empresa é associada ao projeto
- Possibilidade de contrapartidas definidas em contrato
- Flexibilidade nas negociações

PATROCÍNIO VIA LEIS DE INCENTIVO

- Investimento realizado via renúncia fiscal
- Federal: Lei nº 8.313/1991 - Lei Rouanet (Imposto de Renda)
- Estadual: Lei nº 7.015/1996 - FazCultura (ICMS)
- Municipal: Cada cidade pode ter a sua lei de incentivo

Patrocínio Direto

O patrocínio direto a projetos culturais é uma forma de apoio financeiro ou institucional oferecido por empresas a iniciativas artísticas e culturais, como espetáculos, exposições, festivais, produções audiovisuais, entre outros. Esse tipo de investimento, realizado com recursos próprios da empresa, reforça seu compromisso com o desenvolvimento sociocultural e permite maior autonomia na escolha dos projetos apoiados.

Além disso, a empresa recebe contrapartidas, que podem ser economicamente mensuráveis. Por exemplo: a marca da empresa passa a ser associada ao projeto patrocinado, o que contribui para a construção de uma imagem positiva e alinhada a valores como diversidade, criatividade e responsabilidade social. A possibilidade de contrapartidas definidas em contrato — como inserção de logotipo, presença em eventos ou ações de relacionamento — garante retorno institucional e financeiro. Por fim, a flexibilidade nas negociações com os proponentes culturais permite que os acordos sejam personalizados, adaptando-se aos objetivos estratégicos da empresa e às características específicas de cada projeto.

Patrocínio via Leis de Incentivo

O investimento via renúncia fiscal é uma forma de apoiar projetos culturais utilizando parte dos tributos que a empresa já teria que pagar ao governo. Por meio de leis de incentivo à cultura o empresário pode direcionar uma parcela do imposto devido para financiar iniciativas culturais previamente aprovadas pelo órgão público de cultura.

Isso significa que, em vez de o valor ir diretamente para o Tesouro, ele é aplicado em projetos que geram impacto social, visibilidade institucional e retorno de imagem. Para o setor

industrial, essa modalidade representa uma oportunidade de fortalecer a marca, contribuir com o desenvolvimento cultural do país e ainda manter o equilíbrio financeiro, já que o recurso não sai do caixa como despesa adicional, mas sim como redirecionamento de tributos.

Lei Rouanet

A Lei Rouanet, oficialmente chamada de Lei Federal de Incentivo à Cultura (Lei nº 8.313/1991), é um mecanismo que permite a empresas e pessoas físicas destinarem parte do Imposto de Renda devido para financiar projetos culturais previamente aprovados pelo Ministério da Cultura - MinC. O processo começa com a inscrição do projeto, pelo proponente, no Sistema de Apoio às Leis de Incentivo à Cultura (Salic). Após a aprovação, o proponente pode captar recursos junto a patrocinadores, que terão direito a deduzir, do Imposto de Renda, os valores investidos no projeto cultural.

Empresas que desejam patrocinar projetos via Lei Rouanet precisam estar enquadradas no regime de tributação pelo lucro real. Essas empresas podem destinar até 4% do Imposto de Renda devido para apoiar iniciativas culturais aprovadas pelo Ministério da Cultura.

No primeiro semestre de 2025, a Lei Rouanet registrou um marco histórico: R\$ 765,9 milhões captados para projetos culturais em todo o país, segundo dados do MinC. São mais de 4,5 mil projetos em execução, distribuídos por todos os Estados brasileiros, evidenciando o alcance nacional e a diversidade das iniciativas apoiadas. Esse avanço reflete a confiança crescente do setor empresarial no potencial transformador da cultura como investimento estratégico.

Programa Fazcultura (Bahia)

A Lei Estadual nº 7.015, de 09 de dezembro de 1996, institui o Programa Estadual de Incentivo ao Patrocínio Cultural – Fazcultura, como mecanismo de fomento à cultura. O programa permite que empresas estabelecidas na Bahia direcionem parte do valor devido de ICMS para o financiamento de projetos culturais previamente aprovados pela Secretaria de Cultura do Estado da Bahia (Secult/Ba).

O Programa autoriza o abatimento de até 3% do ICMS devido pela empresa patrocinadora. Esse abatimento pode representar até 80% do valor total do projeto cultural, sendo exigido que os 20% restantes sejam aportados com recursos próprios da empresa. Trata-se de um mecanismo que permite às empresas apoiar diretamente iniciativas culturais, ao mesmo tempo em que associam sua imagem institucional a ações de impacto social e visibilidade pública.

Em 2025, o Faz Cultura destinou **R\$15 milhões** para fomentar a produção cultural e preservar o patrimônio histórico da Bahia.

Quer saber mais? Acesse:



Leis Municipais de Incentivo à Cultura

Renúncia fiscal também é uma realidade no âmbito dos municípios baianos, sobretudo aqueles com perfil de médio e grande porte. No caso dos municípios, o ISS (ou ISSQN) é o principal tributo sobre o qual incide a renúncia fiscal.

Exemplos de municípios que possuem leis de incentivo fiscal:



Salvador

Programa de Incentivo à Cultura - Viva Cultura
Lei Municipal nº 9.700/2023



Feira de Santana

Pró-Cultura/Esporte - Programa de Incentivo Cultural e Esportivo
Lei Municipal nº 1.972/1997



Jequié

Pró-Cultura - Concessão de Benefício Fiscal ao Setor Cultural
Lei Municipal nº 2.300/2023

Investir em cultura! Como começar?

Passo-a-passo:

- Defina objetivos claros do investimento cultural
- Mapeie parceiros locais confiáveis
- Estabeleça orçamento anual para a cultura
- Crie comitê multidisciplinar interno
- Monitore os resultados constantemente

Estratégias práticas:

- Autenticidade: Escolha projetos alinhados aos valores da empresa
- Continuidade: Relacionamentos duradouros geram mais impacto
- Integração: Envolver marketing, RH e comunicação corporativa
- Mensuração: Defina KPIs (indicadores) além da visibilidade midiática

Segmentos culturais estratégicos para a indústria:

- Música: Festivais, shows, gravações
- Audiovisual: Documentários corporativos, filmes, séries
- Artes visuais: Exposições, residências artísticas
- Literatura: Editais, prêmios, feiras literárias
- Patrimônio: Restauração, museus empresariais
- Moda: criação, desfiles, feiras

Parcerias Estratégicas

Existem ainda outras formas de parceria entre empresas do setor industrial e agentes do setor cultural. Veja a seguir três exemplos.

Co-realização de projetos

A co-realização de projetos culturais envolve a colaboração direta entre empresas e agentes culturais na concepção, produção e execução de iniciativas artísticas. Essa parceria permite a união de recursos financeiros, logísticos e criativos, fortalecendo a imagem institucional das empresas e estimulando a inovação e a diversidade cultural. Os produtos artísticos podem ser direcionados à população em geral, ou a públicos específicos, como funcionários da empresa, fornecedores, clientes.

Cessão de espaços para práticas culturais

A cessão de espaços físicos pode ocorrer por parte das indústrias, para atividades culturais, ou por parte de parceiros, para atender a indústria e seu público-alvo. Essa parceria é uma forma eficaz de democratizar o acesso à arte e contribuir para a dinamização da vida cultural local, oferecendo infraestrutura para ensaios, apresentações,

exposições e oficinas. Essa iniciativa fortalece o vínculo com a comunidade e valoriza o território onde a empresa está inserida.

Disponibilização de expertise técnica

Empresas que compartilham seu conhecimento técnico com agentes culturais promovem uma troca enriquecedora entre setores. Seja por meio de consultorias, treinamentos ou apoio, essa parceria potencializa a profissionalização do setor cultural. Além disso, estimula a inovação e a sustentabilidade dos projetos artísticos.

Já percebeu que **o SESI é um grande parceiro das indústrias baianas** também nas ações culturais?

Conheça o **Portfólio SESI Criativo!**

7. SESI Criativo

O SESI é um parceiro estratégico para as indústrias, e isso também vale para parcerias culturais.

O SESI Cultura Bahia tem como missão **promover ações de difusão, formação, fomento e produção cultural beneficiando a sociedade e a economia criativa.**

Para isso, são oferecidos produtos e serviços culturais, atividades artísticas formativas, equipes multidisciplinares e espaços culturais de excelência, como o Centro Cultural SESI Rio Vermelho e o Centro Cultural SESI Casa Branca.

Centro Cultural SESI Rio Vermelho

R. Borges dos Reis, 9 - Rio Vermelho, Salvador

- Recebe espetáculos e shows de qualidade a preços populares, em dois espaços: teatro e varanda.
- Ideal para projetos autorais e/ou que visem promoção de coletivo de artistas.
- Diálogo com múltiplas linguagens artísticas e diversidade cultural.
- Perspectiva de contribuição ao enriquecimento cultural de Salvador.

Centro Cultural SESI Casa Branca

Av. Caminho de Areia, 1454 - Mangueira, Salvador

- Localizado na Cidade Baixa, tem tido constante crescimento de público frequentador.
- Conta com três espaços: Estação Ciência, Sala Letieres Leite e Varanda Musical
- Atua na dinamização, valorização e reconhecimento da cultura local e sua diversidade.

O Sesi Cultura Bahia oferece o PORTFÓLIO Sesi CRIATIVO, que tem como objetivo consolidar a oferta de produtos e serviços culturais voltados à indústria, promovendo bem-estar, valorização do trabalhador, inovação criativa e responsabilidade social por meio da cultura.

O Portfólio está alinhado aos objetivos da indústria voltados para o bem-estar coletivo, a inovação social, as práticas do ESG e os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável - ODS da ONU, considerando:

- Cultura como ferramenta de desenvolvimento humano e produtividade.
- Importância da arte e da educação cultural no ambiente industrial.

Quais atividades culturais o Sesi oferece para o setor industrial da Bahia?

O Sesi Cultura oferece soluções sob medida para atender às demandas e necessidades de cada empresa, em programas que podem ser desenvolvidos com os colaboradores dentro ou fora do ambiente de trabalho.

As ações artísticas são adequadas para abordar os mais diversos temas: segurança no trabalho, qualidade de vida, direção segura, uso abusivo de drogas, IST/AIDS, hábitos saudáveis, saúde mental, preservação dos recursos naturais.

A parceria com o Sesi pode também ser voltada para o público externo, por meio de ações artísticas, shows e eventos nos espaços Sesi Cultura.

Fique por dentro do que acontece!

Fomento e Difusão Cultural

- **Espectáculos teatrais e musicais**
 - » Apresentações com temas voltados ao ambiente corporativo, abordando questões como saúde, segurança, diversidade, entre outras.
 - » Apresentações Teatrais: espetáculos de aproximadamente 30 minutos.
 - » Esquetes Teatrais: espetáculos curtos, de até 15 minutos.
 - » Esquete “Circulando pelos Setores”: intervenções de 3 a 5 minutos, itinerante, passando pelos diferentes setores da empresa.
- **Mostras, festivais e exposições visuais**
 - » Exposições com obras realizadas pelos colaboradores, seja nas oficinas formativas, em contextos laborais ou com temáticas corporativas.
 - » Agenda para Indústria: programação para colaboradores da indústria.
 - » Agenda cultural voltada para os colaboradores, podendo acontecer in loco ou nos espaços SESI Cultura.

Formação e Qualificação em Áreas Criativas

- Oficinas (pontuais).
- Cursos livres (mensais).
- Trilhas formativas em multilinguagens culturais .

Exemplos:

- *Oficina de Fotografia: técnicas com câmera ou celular.*
- *Oficina de Artes Plásticas: pintura, colagem, escultura com foco em expressão e identidade.*

- *Oficinas Criativas e Trilha Formativa.*
- *Oficina de Improvisação Teatral.*
- *Oficina de Audiovisual (roteiro, filmagem, direção).*

Fábrica com Cultura

- Intervenções artísticas em espaços de produção.
- Games e treinamentos dinâmicos: saúde e segurança do trabalho.
- Leitura Dramática: cultura de paz, diversidade e inclusão, poesias, clássicos.
- Canto da Leitura.
- Cine Clube.
- Saraus e palco aberto.

Polo Audiovisual SESI

- Produção e coprodução de conteúdos audiovisuais.
- Locação de espaços e estúdios para produção de conteúdo e gravações.

Espaços & Ingressos

- Locação dos Espaços para eventos.
- Compra de ingressos / espetáculos.
- Visitação Estação Ciência / Centros Culturais.

Estas e outras atividades culturais e corporativas, adaptadas às necessidades de cada empresa, podem ser realizadas em parceria com o Sesi Cultura, contando com a estrutura, experiência e qualidade que o SESI tem a oferecer.

**Entre em contato
com o SESI CULTURA BAHIA:**

(71) 9 9693-7614
sesicultura@fieb.org.br

(71) 9 8890-9061
comercial@sesibahia.com.br

8. Glossário

Economia Criativa

Modelo econômico que tem como principais motores a criatividade, a inovação e a cultura. A economia criativa transforma ideias em produtos, serviços e experiências com valor simbólico e comercial, gerando emprego, renda e desenvolvimento sustentável.

Ela abrange setores diversos como arte, design, moda, música, tecnologia, audiovisual, literatura, arquitetura, gastronomia, cultura popular, artesanato, eventos e turismo cultural.

ESG - Environmental, Social and Governance

Sigla em inglês para Ambiental, Social e Governança, ESG representa um conjunto de práticas adotadas por empresas que buscam alinhar seus objetivos econômicos com responsabilidade socioambiental e ética corporativa.

- **Ambiental (Environmental):** Refere-se ao impacto da empresa no meio ambiente, incluindo gestão de

resíduos, uso de recursos naturais, emissões de carbono e ações de sustentabilidade.

- **Social (Social):** Envolve o cuidado com as pessoas — colaboradores, comunidades e consumidores — por meio de práticas que promovem saúde, bem-estar, diversidade, inclusão e respeito aos direitos humanos.
- **Governança (Governance):** Diz respeito à transparência, ética, conformidade legal e estrutura de gestão responsável dentro da organização.

Incentivo fiscal na cultura

Mecanismo legal que permite a empresas e pessoas físicas destinarem parte dos impostos devidos para apoiar projetos culturais fomentados por políticas públicas, como a Lei Rouanet ou leis estaduais e municipais de incentivo à cultura.

Em vez de pagar o valor integral do imposto ao governo, o contribuinte direciona uma

porcentagem para iniciativas culturais, sem custo adicional. Isso fortalece o setor cultural, promove inclusão e diversidade, e ainda gera retorno institucional para quem investe.

Marketing Cultural

Estratégia que conecta marcas, empresas ou instituições ao universo da arte e da cultura, por meio do apoio, patrocínio ou associação a projetos culturais, com o objetivo de gerar valor simbólico, fortalecer a imagem e ampliar o engajamento com públicos diversos.

O marketing cultural utiliza a cultura como plataforma de comunicação, posicionamento e relacionamento, promovendo ações que vão além da publicidade tradicional. Ele pode envolver patrocínios, coproduções, apoio institucional, ações de branding, experiências culturais e campanhas que associam a marca a valores como diversidade, inclusão, saúde e bem estar, educação, meio ambiente, sustentabilidade e muitos outros.

ODS - Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

Conjunto de 17 metas globais es-

tabelecidas pela Organização das Nações Unidas (ONU) para promover o desenvolvimento sustentável até 2030. Os ODS abordam temas como erradicação da pobreza, educação de qualidade, igualdade de gênero, saúde e bem-estar, trabalho decente, inovação, meio ambiente e paz.

Patrocínio

Forma de apoio financeiro, institucional ou logístico oferecido por empresas ou organizações a projetos culturais, com o objetivo de viabilizar sua realização e, ao mesmo tempo, associar a marca a valores como criatividade, diversidade, inclusão e responsabilidade social.

O patrocínio pode ocorrer com ou sem incentivo fiscal.

Retorno Social

Conjunto de benefícios que uma ação, projeto ou investimento gera para a sociedade, especialmente em áreas como educação, saúde, cultura, meio ambiente, inclusão, bem-estar e qualidade de vida.

Ficha Técnica SESI Bahia

Diretor Regional do SESI DR/BA:
Carlos Henrique de Oliveira
Passos

Diretor Superintendente do
SESI DR/BA:
Armando Alberto da
Costa Neto

Superintendente Executiva de
Educação e Cultura:
Cléssia Lobo

Gerente de Cultura:
Joana Fialho Magalhães

Especialista de Cultura:
Catarina Laborda

Coordenador de Programação
dos Centros Culturais:
Thiago Lopes

Analista Administrativa:
Fernanda Brasileiro

Equipe Técnica e de Produção
dos Centros Culturais:
Ariele da Cruz Duarte,
Alisson de Sá, Ana Flora
Andrade dos Santos,
Bergson Nunes, Cleonice
Gomes, Geovane de Moraes
Filho, Higor de Jesus

Santos, Larissa Cerqueira,
Lidiane Novaes Leite,
Maurício Luis Pinto de
Oliveira, Roberto Luiz P. de
Goes Filho, Victor Hugo Sá

Equipe da Estação Ciência:
Ana Rosa Lins de Souza
Silva, Juliana E. Simão dos
Santos, Maurício Castro dos
Santos, Tailane Gonçalves
Pereira, Taina Freitas
Barata, Talita dos Santos
Souza

Seminário Cultura & Indústria: investimento que gera valor

Realização:
SESI Bahia

Coordenação Geral:
Joana Fialho Magalhães

Equipe do Projeto:
Thiago Lopes, Nádia
Alencar, Daniela Dias
Mendes e Catarina Laborda

Pesquisa sobre Investimentos
Culturais de Empresas
Industriais:
Instituto Consulting do
Brasil

Produção:
Lado Dois

Coordenação:
Patrícia Brasil

Diagramação da Cartilha:
Bianca Rocha

Redação da Cartilha:
Nara Pessoa, Hendye
Borém, Maria Santana,
Murilo Pereira

Curadoria e Conteúdo:
Coletivo Gestão Cultural

Coordenação:
Giuliana Kauark

Curadoria do Seminário:
Plínio Rattes, Vitor Barreto,
Nathália Leal

Comunicação:
Carol Rosário

Realização

SESI **CULTURA**

Curadoria

COLETIVO
GESTÃO
CULTURAL

Produção

lado
do 12