

							
Legislação	Consultoria	Assessoria	Informativos	Treinamento	Auditoria	Pesquisa	Qualidade

Relatório Trabalhista

Nº 104

27/12/2012

Sumário:

- VALE-CULTURA - PROGRAMA DE CULTURA DO TRABALHADOR
- COMUNICAÇÃO - ADMINISTRAÇÃO DE RH



VALE-CULTURA PROGRAMA DE CULTURA DO TRABALHADOR

A Lei nº 12.761, de 27/12/12, DOU de 27/12/12, edição extra, instituiu o Programa de Cultura do Trabalhador; criou o vale-cultura; alterou as Leis nºs 8.212, de 24/07/91, e 7.713, de 22/12/88, e a Consolidação das Leis do Trabalho - CLT, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 01/05/43.

O Programa de Cultura do Trabalhador, tem por objetivo fornecer aos trabalhadores meios para o exercício dos direitos culturais e acesso às fontes da cultura.

Para o respectivo programa foi criado o vale-cultura no valor de mensal de R\$ 50,00, por usuário, que será confeccionado e comercializado por empresas operadoras e disponibilizado aos usuários pelas empresas beneficiárias para ser utilizado nas empresas receptoras.

O vale-cultura não terá natureza salarial e nem se incorpora à remuneração, e não terá incidência de contribuição do INSS, FGTS e nem do IRRF.

A participação do trabalhador, com até 5 salários mínimos, será no máximo de 10% do valor do vale-cultura, que será descontado de sua remuneração mensal. Aos que percebem mais de 5 salários mínimos os descontos serão em percentuais entre 20% e 90% do valor do vale-cultura, de acordo com a respectiva faixa salarial.

O Executivo deverá regulamentar esta Lei no prazo de 60 dias.

Na íntegra:

A Presidenta da República

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º - Fica instituído, sob a gestão do Ministério da Cultura, o Programa de Cultura do Trabalhador, destinado a fornecer aos trabalhadores meios para o exercício dos direitos culturais e acesso às fontes da cultura.

Art. 2º - O Programa de Cultura do Trabalhador tem os seguintes objetivos:

- I - possibilitar o acesso e a fruição dos produtos e serviços culturais;
- II - estimular a visitação a estabelecimentos culturais e artísticos; e
- III - incentivar o acesso a eventos e espetáculos culturais e artísticos.

§ 1º - Para os fins deste Programa, são definidos os serviços e produtos culturais da seguinte forma:

I - serviços culturais: atividades de cunho artístico e cultural fornecidas por pessoas jurídicas, cujas características se enquadrem nas áreas culturais previstas no § 2º ;e

II - produtos culturais: materiais de cunho artístico, cultural e informativo, produzidos em qualquer formato ou mídia por pessoas físicas ou jurídicas, cujas características se enquadrem nas áreas culturais previstas no § 2º .

§ 2º - Consideram-se áreas culturais para fins do disposto nos incisos I e II do § 1º :

- I - artes visuais;
- II - artes cênicas;
- III - audiovisual;
- IV - literatura, humanidades e informação;
- V - música; e
- VI - patrimônio cultural.

§ 3º - O Poder Executivo poderá ampliar as áreas culturais previstas no § 2º .

Art. 3º - Fica criado o vale-cultura, de caráter pessoal e intransferível, válido em todo o território nacional, para acesso e fruição de produtos e serviços culturais, no âmbito do Programa de Cultura do Trabalhador.

Art. 4º - O vale-cultura será confeccionado e comercializado por empresas operadoras e disponibilizado aos usuários pelas empresas beneficiárias para ser utilizado nas empresas receptoras.

Art. 5º - Para os efeitos desta Lei, entende-se por:

I - empresa operadora: pessoa jurídica cadastrada no Ministério da Cultura, possuidora do Certificado de Inscrição no Programa de Cultura do Trabalhador e autorizada a produzir e comercializar o vale-cultura;

II - empresa beneficiária: pessoa jurídica optante pelo Programa de Cultura do Trabalhador e autorizada a distribuir o vale-cultura a seus trabalhadores com vínculo empregatício, fazendo jus aos incentivos previstos no art. 10;

III - usuário: trabalhador com vínculo empregatício com a empresa beneficiária;

IV - empresa receptora: pessoa jurídica habilitada pela empresa operadora para receber o vale-cultura como forma de pagamento de serviço ou produto cultural.

Art. 6º - O vale-cultura será fornecido aos usuários pelas empresas beneficiárias e disponibilizado preferencialmente por meio magnético, com o seu valor expresso em moeda corrente, na forma do regulamento.

Parágrafo único - Somente será admitido o fornecimento do vale-cultura impresso quando comprovadamente inviável a adoção do meio magnético.

Art. 7º - O vale-cultura deverá ser fornecido ao trabalhador que perceba até 5 salários mínimos mensais.

Parágrafo único - Os trabalhadores com renda superior a 5 salários mínimos poderão receber o vale-cultura, desde que garantido o atendimento à totalidade dos empregados com a remuneração prevista no caput, na forma que dispuser o regulamento.

Art. 8º - O valor mensal do vale-cultura, por usuário, será de R\$ 50,00.

§ 1º - O trabalhador de que trata o caput do art. 7º poderá ter descontado de sua remuneração o percentual máximo de 10% do valor do vale-cultura, na forma definida em regulamento.

§ 2º - Os trabalhadores que percebem mais de 5 salários mínimos poderão ter descontados de sua remuneração, em percentuais entre 20% e 90% do valor do vale-cultura, de acordo com a respectiva faixa salarial, obedecido o disposto no parágrafo único do art. 7º e na forma que dispuser o regulamento.

§ 3º - É vedada, em qualquer hipótese, a reversão do valor do vale-cultura em pecúnia.

§ 4º - O trabalhador de que trata o art. 7º poderá optar pelo não recebimento do vale-cultura, mediante procedimento a ser definido em regulamento.

Art. 9º - Os prazos de validade e condições de utilização do vale-cultura serão definidos em regulamento.

Art. 10 - Até o exercício de 2017, ano-calendário de 2016, o valor despendido a título de aquisição do vale-cultura poderá ser deduzido do imposto sobre a renda devido pela pessoa jurídica beneficiária tributada com base no lucro real.

§ 1º - A dedução de que trata o caput fica limitada a 1% do imposto sobre a renda devido, observado o disposto no § 4º do art. 3º da Lei nº 9.249, de 26 de dezembro de 1995.

§ 2º - A pessoa jurídica inscrita no Programa de Cultura do Trabalhador como beneficiária, de que trata o inciso II do art. 5º, poderá deduzir o valor despendido a título de aquisição do vale-cultura como despesa operacional para fins de apuração do imposto sobre a renda, desde que tributada com base no lucro real.

§ 3º - A pessoa jurídica deverá adicionar o valor deduzido como despesa operacional, de que trata o § 2º, para fins de apuração da base de cálculo da Contribuição Social sobre o Lucro Líquido - CSLL.

§ 4º - As deduções de que tratam os §§ 1º e 2º somente se aplicam em relação ao valor do vale-cultura distribuído ao usuário.

§ 5º - Para implementação do Programa, o valor absoluto das deduções do imposto sobre a renda devido de que trata o § 1º deverá ser fixado anualmente na lei de diretrizes orçamentárias, com base em percentual do imposto sobre a renda devido pelas pessoas jurídicas tributadas com base no lucro real.

Art. 11 - A parcela do valor do vale-cultura cujo ônus seja da empresa beneficiária:

I - não tem natureza salarial nem se incorpora à remuneração para quaisquer efeitos;

II - não constitui base de incidência de contribuição previdenciária ou do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS; e

III - não se configura como rendimento tributável do trabalhador.

Art. 12 - A execução inadequada do Programa de Cultura do Trabalhador ou qualquer ação que acarrete desvio de suas finalidades pela empresa operadora ou pela empresa beneficiária acarretará cumulativamente:

I - cancelamento do Certificado de Inscrição no Programa de Cultura do Trabalhador;

II - pagamento do valor que deixou de ser recolhido relativo ao imposto sobre a renda, à contribuição previdenciária e ao depósito para o FGTS;

III - aplicação de multa correspondente a 2 vezes o valor da vantagem recebida indevidamente no caso de dolo, fraude ou simulação;

IV - perda ou suspensão de participação em linhas de financiamento em estabelecimentos oficiais de crédito pelo período de 2 anos;

V - proibição de contratar com a administração pública pelo período de até 2 anos; e

VI - suspensão ou proibição de usufruir de benefícios fiscais pelo período de até 2 anos.

Art. 13 - O § 9º do art. 28 da Lei nº 8.212, de 24 de julho de 1991, passa a vigorar acrescido da seguinte alínea y:

"Art. 28. - (...)

(...)

§ 9º - (...)

(...)

y) o valor correspondente ao vale-cultura.

(...)" (NR)

Art. 14 - O § 2º do art. 458 da Consolidação das Leis do Trabalho - CLT, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943, passa a vigorar acrescido do seguinte inciso VIII:

"Art. 458 - (...)

(...)

§ 2º - (...)

(...)

VIII - o valor correspondente ao vale-cultura.

(...)" (NR)

Art. 15 - O art. 6º da Lei nº 7.713, de 22 de dezembro de 1988, passa a vigorar acrescido do seguinte inciso XXIII:

"Art. 6º - (...)

(...)

XXIII - o valor recebido a título de vale-cultura.

(...)" (NR)

Art. 16 - O Poder Executivo regulamentará esta Lei no prazo de 60 dias, contados da data de sua publicação.

Art. 17 - Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 27 de dezembro de 2012; 191º da Independência e 124º da República.

DILMA ROUSSEFF
Guido Mantega
Carlos Daudt Brizola
Marta Suplicy



**COMUNICAÇÃO
ADMINISTRAÇÃO DE RH**



Fatos Objetivos

- SEJA PRECISO A RESPEITO DOS FATOS: A falta de precisão numa afirmativa é tanto causa como efeito de raciocínio confuso. As palavras bem colocadas auxiliam a esclarecer os pensamentos.
- SEJA BREVE: A brevidade é útil por duas razões. Palavras desnecessárias criam mais possibilidades de mal - entendidos e ainda podem fazer com que as pessoas se tornem maçantes.
- ESCOLHA AS PALAVRAS COM CUIDADO: A seleção das palavras que comunicam os fatos deve ser de acordo com o vocabulário e o nível de compreensão da pessoa ou do grupo ao qual será dirigida a comunicação. É comum se ouvir de pessoas, após a falação de alguém, a expressão " fiquei no ar " , quer dizer, nada foi entendido.
- DEFINA AS EXPRESSÕES - CHAVES: Em caso de dúvida numa comunicação escrita ou mal - entendido num contato pessoal, é boa prática definir as expressões - chaves. Em tais circunstâncias, uma boa medida será a utilização de exemplos ilustrativos.
- APRESENTE OS FATOS DE FORMA OBJETIVA: Em vez de dizer " faça esse serviço logo que puder " , é mais eficiente dizer " faça esse serviço ainda hoje " . A objetividade evita que a pessoa interprete a seu modo o significado.

Sentimentos

O PONTO DE VISTA DO " SOMENTE EU ": Em qualquer situação nova, é natural perguntar: " que é que isso significa para mim ? Enquanto uma pessoa preocupada com seus sentimentos com relação a si mesma é difícil conversar com ela, em bases razoáveis, sobre qualquer outra coisa.

OS SENTIMENTOS DÃO COLORIDO AOS FATOS: Quando esses sentimentos são compartilhados pelas pessoas, poderão ser estabelecidos fortes laços entre elas, porém, quando isto não acontece, o que é mais comum, os sentimentos podem constituir sério obstáculo na comunicação. Geralmente se estabelece uma confusão entre sentimentos e fatos na mente das pessoas, porque entram em ação os pontos de vista, as opiniões, os propósitos e julgamentos considerados certos por cada um, quando alguém toma uma decisão determinadas pelo sentimentos, é muito difícil convencê-lo com a lógica. Conseqüentemente, os sentimentos influenciam as atitudes e podem ter uma influência muito grande na observação e avaliação de empregados.

TÉCNICA PARA EVITAR INTERFERÊNCIA DOS SENTIMENTOS NA COMUNICAÇÃO

- Compreender a pequena importância relativa de nossos próprios sentimentos;
- Respeitar a força dos sentimentos alheios. Compreender o que a pessoa sente e porque se sente assim.
- Obter o outro lado da história. Se os sentimentos da outra pessoa são suficientemente fortes, pode decorrer algum tempo antes que ela possa desabafar o suficiente para reequilibrar-se.
- Chamar a atenção da outra pessoa para outros sentimentos e fatos pertinentes à situação. Quando a pessoa desabafa seus sentimentos, duas coisas devem ter sido alcançadas: você deve ter maior compreensão da situação e do que deve ser feito em relação à pessoa; ela deve ter atingido um ponto de onde possa dirigir-se à etapa que era a segunda para você.
- Obter concordância a respeito de princípios. Somente depois de dados os passos anteriores é que as idéias poderão ser reunidas e o progresso da comunicação será efetivado com fundamento em princípios.

Propósito ou Intenção

O propósito é para todos, elemento vital no significado. Ao tentarmos entender o que é comunicado por outros, estamos sempre procurando um propósito, muitas com desconfiança.

- Por que ele fez isso ?
- Que será que ele esta realmente procurando ?
- Porque será que ele tinha de dizer aquilo ?

Observações como estas e mais as tentativas de " ler nas entrelinhas " evidenciam a procura de um propósito, pois, como sabemos, ele dá sentido às palavras e ao comportamento de todos os indivíduos racionais, assim sendo, procuramos descobrir o propósito através de uma avaliação do que não tenha sido dito e do que se deixou por fazer.

A confiança que há entre pessoas que se comunicam é fator importante para facilitar a comunicação. Quando confiamos em alguém estamos prontos para acreditar e aceitar suas intenções. Dentro da empresa, os subordinados rapidamente perdem a confiança nos seus líderes, quando há qualquer dúvida quanto à sinceridade das intenções e dos sentimentos expressos. Os supervisores, portanto, têm uma responsabilidade muito grande em construir boas comunicações no ambiente de trabalho, porque quase todos os aspectos de relações humanas e relações supervisor - subordinado envolvem comunicações.

Portanto:

A administração de RH tem três grandes responsabilidades, ao auxiliar os trabalhadores a manter perspectiva correta, sentimentos justos e propósitos meritórios a respeito dos fatos diários:

- Tomar os fatos do trabalho e os fatos das relações diárias de trabalho tais que amortecem os sentimentos justos.
- Comunicar seus propósitos a respeito do trabalho e seus sentimentos a respeito da relação de emprego de tal maneira que os empregados possam entendê-los e aceitá-los,
- Desenvolver os meios de comunicação " para cima " de maneira que os sentimentos e os propósitos dos empregados possam ser postos a serviço do fortalecimento dos laços da vida grupal (comportamento humano na empresa).