# X ENCONTRO INTERNACIONAL DO CONPEDI VALÊNCIA – ESPANHA

## DIREITO TRIBUTÁRIO E FINANCEIRO

**ANA PAULA BASSO**

**ANTÔNIO CARLOS DINIZ MURTA**

**SALVADOR MONTESINOS OLTRA**

Copyright © 2019 Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito
Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte desta publicação denominada "capítulo de livro" poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

**Diretoria – CONPEDI**
**Presidente** - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC – Santa Catarina
**Vice-presidente Centro-Oeste** - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG – Goiás
**Vice-presidente Sudeste** - Prof. Dr. César Augusto de Castro Fiuza - UFMG/PUCMG – Minas Gerais
**Vice-presidente Nordeste** - Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS – Sergipe
**Vice-presidente Norte** - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa – Pará
**Vice-presidente Sul** - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos – Rio Grande do Sul
**Secretário Executivo** - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Naspolini - Unimar/Uninove – São Paulo

**Representante Discente – FEPODI**
Yuri Nathan da Costa Lannes - Mackenzie – São Paulo

**Conselho Fiscal:**
Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UCAM – Rio de Janeiro
Prof. Dr. Aires José Rover - UFSC – Santa Catarina
Prof. Dr. Edinilson Donisete Machado - UNIVEM/UENP – São Paulo
Prof. Dr. Marcus Firmino Santiago da Silva - UDF – Distrito Federal (suplente)
Prof. Dr. Ilton Garcia da Costa - UENP – São Paulo (suplente)

**Secretarias**:
**Relações Institucionais**
Prof. Dr. Horácio Wanderlei Rodrigues - UNIVEM – Santa Catarina
Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UNIMAR – Ceará
Prof. Dr. José Barroso Filho - UPIS/ENAJUM– Distrito Federal
**Relações Internacionais para o Continente Americano**
Prof. Dr. Fernando Antônio de Carvalho Dantas - UFG – Goiás
Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA – Bahia
Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA – Maranhão
**Relações Internacionais para os demais Continentes**
Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Unicuritiba – Paraná
Prof. Dr. Rubens Beçak - USP – São Paulo
Profa. Dra. Maria Aurea Baroni Cecato - Unipê/UFPB – Paraíba
**Eventos:**
Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch – UFSM – Rio Grande do Sul
Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho – Unifor – Ceará
Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta – Fumec – Minas Gerais
**Comunicação:**
Prof. Dr. Matheus Felipe de Castro – UNOESC – Santa Catarina
Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho – UPF/Univali – Rio Grande do Sul
Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara – ESDHC – Minas Gerais

**Membro Nato** – Presidência anterior Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UNICAP – Pernambuco

---

D598
Direito tributário e financeiro [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI/2020
Coordenadores: Ana Paula Basso; Antônio Carlos Diniz Murta; Salvador Montesinos Oltra – Florianópolis: CONPEDI, 2020 / Valência: Tirant lo blanch, 2020.

Inclui bibliografia
ISBN: 978-65-5648-008-4
Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações
Tema: Crise do Estado Social

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Congressos Nacionais. 2. Assistência. 3. Isonomia. X Encontro Internacional do CONPEDI Valência – Espanha (10:2019 :Valência, Espanha).

CDU: 34

---

CONPEDI Sociedade Científica do Direito
Vniversitat de València
Facultat de Dret
tirant lo blanch

# X ENCONTRO INTERNACIONAL DO CONPEDI VALÊNCIA – ESPANHA

## DIREITO TRIBUTÁRIO E FINANCEIRO

---

## Apresentação

O encontro internacional do CONPEDI, na bela e histórica Valência, teve como mote a denominada crise do Estado Social. A rigor, quando pensamos em Estado social não poderíamos jamais descurar do objeto deste Grupo de Trabalho. É fundamental partirmos do pressuposto de que sem o tributo, como receita básica e indispensável para a manutenção do Estado enquanto estrutura administrativa e gestor de múltiplas atribuições voltadas para o bem estar social, não haveríamos nem de falar do Estado como estrutura aglutinadora social. Imaginar conhecida e renitente crise social cuja faceta se espraia não só no nosso país como também em quase todo mundo desenvolvido, cujas finanças em tese seriam mais resilientes às turbulências conjunturais, é saber que infelizmente esta fragilidade sócio-econômica veio para ficar. Não se vislumbra solução, mesmo que difícil e complexa, para solve-la ou arrefece-la. Aumentar carga tributária não poderá ser solução para tal mister. Por sua vez, reduzir despesas - previdenciárias ou coisa que o valha - parece num primeiro momento uma alternativa para buscar um horizonte de solução. Mas, ao revés, pode criar consequências só mensuráveis a médio ou longo prazo como, por exemplo, criarmos uma legião de idosos desamparados sem qualquer condição de sobrevivência digna. Neste sentido, este Grupo de Trabalho, perpassando as mais variadas matérias afetas ao direito tributário, com especial ênfase ao papel da extrafiscalidade como instrumento indutor ou redutor de comportamento com ênfase à intervenção no comportamento deletério ao meio ambiente, tentou fazer sua parte com responsabilidade e reflexão madura sobre os caminhos que arduamente toda a sociedade necessariamente terá que trilhar.

Profa. Dra. Ana Paula Basso - UFCG

Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta - FUMEC

Prof. Dr. Salvador Montesinos Oltra - UV

# SUSTENTABILIDADE CULTURAL ATRAVÉS DO PATROCÍNIO CORPORATIVO: A EXPERIÊNCIA DOS INCENTIVOS FISCAIS FEDERAIS DESTINADOS À ARTE NO BRASIL

# CULTURE SUSTAINABILITY THROUGH CORPORATE SPONSORSHIP: THE EXPERIENCE OF FEDERAL TAX INCENTIVES INTENDED FOR ART IN BRAZIL

**Patrícia Silva de Almeida** [1]
**Cristiana Carlos do Amaral Cantídio** [2]

**Resumo**

A propósito do aumento da participação do setor privado nos financiamentos e incentivos à cultura, em âmbito nacional, permitem a utilização de mecanismos de financiamento utilizados pelo empresariado, nos moldes do previsto em nossa legislação, abarcando a viabilidade de parcerias com a utilização de aportes financeiros oriundas do erário público – os patrocínios corporativos - , instrumentos utilizados no desenvolvimento da área cultural em contrapartida aos benefícios fiscais, levando-nos a questionar se tais incentivos não seriam representativos de renúncias fiscais em tempos da almejada e valorada sustentabilidade ética-cultural empresarial.

**Palavras-chave:** Incentivo fiscal, Investimento empresarial, Lei rouanet, Patrocínio cultural

**Abstract/Resumen/Résumé**

With regard to increasing the participation of the private sector in financing and incentives to culture, at the national level, allow the use of financing mechanisms used by business, in accordance with the provisions of our legislation, including the feasibility of partnerships with the use of financial contributions from the public purse - the corporate sponsorships -, instruments used in the development of the cultural area as a counterpart to the tax benefits, leading us to question whether such incentives would not be representative of fiscal renunciations in times of the desired and valued corporate ethical-cultural sustainability.

**Keywords/Palabras-claves/Mots-clés:** Business investment, Corporate patronage, Rouanet act, Patronage, Tax incentive

---

[1] Doutoranda pelo Programa de Pós-Graduação em Direito pela Universidade de Marília - UNIMAR/SP. Especialista em Direito Público pela Escola de Magistratura Federal do RS - ESMAFE/RS. CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5522757486165755>

[2] Mestranda pelo Programa de Pós-Graduação em Direito pela Universidade de Marília - UNIMAR/SP. Tabeliã e Oficiala de Registro do Ofício Único de Lagoa Nova/RN. E-mail: criscantidio@hotmail.com; CV Lattes <http://lattes.cnpq.br/8349999856178587>

## INTRODUÇÃO

O desenvolvimento da cultura no mundo, requer o financiamento público e a crescente participação do setor privado. A participação do empresariado brasileiro no desenvolvimento do complexo de bens culturais nacional, ainda incipiente, demonstra que essa benevolência em relação a priorização da cultura, requer consciência acurada acerca do dever ético e da importância que essa representa a sustentabilidade do patrimônio cultural nacional.

Ao contrário do que ocorre e vários países Europeus, lugares onde o estímulo à cultura é percebido como investimento, percebe-se existir um crescente retrocesso da participação do poder público nas questões que abarcam as políticas públicas de preservação e expansão cultural com a participação direta dos privados; ao contrário, na realidade brasileira, apesar dos estímulos tributários, a expansão da participação do empresariado junto a área, por via doações e patrocínios, tão somente ocorre se houverem incentivos fiscais favoráveis.

Esse tem sido o representativo instrumento estratégico utilizado como política cultural para o desenvolvimento econômico-social da área, o qual vem apresentando profundas distorções.

Percebe-se que o nosso principal instrumento de política cultural, nas últimas décadas tem sido um ilegítimo ou "falso patronato", introduzido pela Lei Federal nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991, a conhecida e (in) digitada Lei Rouanet. Apesar de todos os esforços, a Lei Rouanet vem sendo constante críticas requerendo adaptações ou até sugestiva revogação, oferecendo uma proposta persuasiva que realize uma análise quanto a ausência do Estado na gestão da cultura, com a apresentação de políticas condizentes de fomento ao sistema da cultural.

O Brasil vem operando com um elevado grau de dirigismo estatal, envolto pela oportunidade e a discricionariedade, na medida em que o poder público seleciona os projetos culturais que receberam os devidos aportes financeiros originários da esfera privada.

Críticas ao referido mecanismo de gerenciamento dos incentivos fiscais aportados, a cultura brasileira limitasse ao fato de que a lei consagra o uso do dinheiro público em prol dos interesses de marketing de empresas e instituições particulares, quase sempre justificado pelo direcionamento das autorizações realizadas pelo governo em prestigiar artistas e megaeventos lucrativos a se valerem de vultuosos benefícios fiscais.

Dentro das constatações até então postas e, frente as possibilidades de incentivos e benefícios fiscais atualmente direcionados à cultura, o despertar da nossa temática de pesquisa, nos direciona a indagar: a participação do empresariado brasileiro junto ao desenvolvimento e

sustentabilidade da cultura no Brasil, por intermédio das doações e dos patrocínios destinados a área, seriam figurativos de uma proposta de incentivo ou de verdadeira renúncia fiscal? Se a cultura na modernidade é vista como recurso sustentável de desenvolvimento econômico e social, nos termos como vem sendo executado tais recursos – de acordo com o modelo proposto pela Lei Rouanet -, seria a mais adequada forma de financiamento? Existem novas vias de financiamento viáveis à área cultural?

Para tanto, didaticamente, o desenvolvimento do artigo far-se-á da seguinte forma. Primeiramente, abordar-se-á no tópico "*Do público ao privado e a participação na esfera cultural*", descrevendo a crescente participação do empresariado brasileiro nas questões que envolvem as doações e os investimentos destinados à área, uma adequação participativa entre o setor público e o setor privado, frente aos interesses econômicos individuais cumulada as necessidades estatais de preservação do patrimônio cultural, contando com os investimentos privados ao desenvolvimento do setor artístico no Brasil.

Em segundo momento, colocar-se-á em destaque "*Modelos legislativos de incentivos fiscais federais à cultura brasileira*", uma descrição histórica representativa das legislações voltadas ao desenvolvimento da cultura nacional, que surgiram e sua participação no crescimento econômico e social.

O próximo tópico "*O uso de leis de incentivos fiscais federais destinados às pessoas jurídicas: as doações e os patrocínios dedutíveis de Imposto de Renda da Pessoa Jurídica*", destaca-se os incentivos fiscais praticados e ratificados pelo uso da legislação tributária, contemplando, as empresas tributadas pelo lucro real, com perspectivas a expansão dos benefícios fiscais aos demais tipos de pessoas jurídicas.

E, por último, no tópico "*Incentivo ou renúncia fiscal? Perspectivas e a sustentabilidade dos financiamentos junto ao setor cultural*", parte-se da análise acerca do continuo uso do recurso público pela iniciativa privada, sendo, em sua maioria, incentivos fiscais concedidos característicos instrumentos de renúncia fiscal, através da divulgação de marca (se auto denominando "patrono das artes") representativo da ausência de recolhimento de tributos ao erário. Ademais, em que pese todo o esforço em mantença e no desenvolvimento da cultura em nosso país, trazemos à baila, as novas perspectivas de incentivo e de financiamento a área.

Como metodologia geral, optou-se pelo método hipotético-dedutivo, e quanto ao procedimento técnico, trata-se de um apanhado essencialmente bibliográfico, analítico-documental, realizado com base em doutrina nacional, tecemos algumas observações e conclusões quanto ao tema, a seguir descrito.

## 1 DO PÚBLICO AO PRIVADO E A PARTICIPAÇÃO NA ESFERA CULTURAL

O mercado das artes e a proteção do patrimônio cultural – material ou imaterial -, ambos dependem, em grande parte, de dotações orçamentárias públicas realizadas através de investimentos diretos ou, contam com o fomento da participação de empresas privadas, por intermédio dos investimentos empresariais, das doações, dos patrocínios e do patronato corporativo.

Desde logo, os bens culturais, a arte em suas diversas manifestações, têm apresentado uma relutância institucionalizada em reconhecer que as práticas culturais e tudo que dela resulte, sejam presididas por interesses meramente econômicos.

E nesse contexto, aparece com notável destaque a culturalização da arte que passa a ser vista como um empreendimento especulativo, envolta por uma racionalidade econômica, de tal modo que o seu gerenciamento, a sua conservação, o seu acesso, a sua distribuição e o seu investimento, ou seja, todo o resultado esperado no desenvolvimento das atividades, sejam prioritários, uma espécie de "moeda de diversidade" (YÚDICE, 2006).

No entanto, se no passado havia uma relutância a exploração do mundo das artes, pois a cultura sempre esteve ligada ao passado da aristocracia (excludente), no agora, mundialmente, a proteção aos bens culturais e a exploração da indústria cultural representam espaço de igualdade, influente e democrático, uma visão direcionada ao inclusivo social, ainda que seja via exploração comercial (BENHAMOU, 2007).

Para os desconhecidos, ou não transeuntes ao meio, ausente é o conhecimento que a cultura seja um espaço que agita a economia, sendo considerada uma fonte geradora empregos qualificados. Isso que nos referimos à indústria cultural de massa - denominada por muitos como baixa cultura -, que no Brasil se apresenta com excelente desempenho econômico.

Todavia, a situação da área cultural em geral se apresenta carecedora de qualificação e financiamento pois, a arte vista apenas como um ideário social, representa um erro estratégico, talvez por ser disfuncional (SARKOVAS, 2005), ou por não deixar clara, aos olhares críticos da economia e do direito, a sua finalidade específica (LUHMANN, 2005), gera a falsa justificação de que para crescer são necessários investimentos públicos diretos.

Diferenças a parte, o mercado cultural desfruta de um poder crescente, que movimenta a economia de um país e as diversas relações entre os sujeitos envolvidos.

Ao levarmos em consideração que uma empresa privada surge com a propensão de gerar lucros, a qualquer custo, vários empresários e grandes corporações descobriram no viés

cultural, um meio de expansão econômica, com aduz George Yúdice (2006, p, 14): “Cada vez mais, tanto nos recursos culturais quanto nos naturais, gerenciamento é o nome do jogo”.

Destarte, os projetos culturais que se utilizam do financiamento empresarial, visionários guardam a certeza de um mercado em ascensão e oportunidade de negócios, fomentada pela lucratividade, utilizando os parâmetros de oportunidade e conveniência no direcionamento de tais investimentos (THROSBY, 2001).

No Brasil há uma indústria cultural crescente, que se desenvolve graças à miscelânea de expressões culturais (a vasta territorialidade como fator contributivo), bem com a participação dos mecanismos de publicidade (ADORNO, 1986) que criam demandas de consumo a toda sociedade.

Durante longos anos, segundo David Barrera (1998), o setor público tem sido o único protagonista responsável por todos os processos de desenvolvimento da área cultural, diga-se, o verdadeiro gestor do patrimônio cultural.

No entanto, tradicionais funções de conservação e de difusão dos bens culturais, outrora sustentados exclusivamente do Estado, têm encontrado no setor privado um aliado participativo fundamental, o setor público a desempenhar o papel de árbitro, entre os interesses da coletividade e da esfera privada, no mundo (BARRERA, 1998).

No entanto, a participação do setor privado no Brasil requer uma contraprestação, seja através de benefícios fiscais, em ações que interpretadas como renúncia fiscal, mas pensando numa concepção dinâmica e inovadora, deixa de lado o modelo tradicional de investimentos custeados exclusivamente pelos cofres públicos, tende-se a criar novas possibilidades de financiamentos – investimentos -, no contexto das artes nacional, vem sendo representativa de atitude contributiva da esfera privada para com o Estado.

Dessa forma, dos modelos de subsídios existentes de aportes de recursos às artes podem e devem ser fruto de investimentos oriundos da esfera privada e, o que se percebe o patronato é o menos influente.

Isso se deve por que nosso país nunca se conheceu um autêntico mecenato antes que se implantasse o sistema de patrocínio corporativo e as doações via incentivos fiscais.

Dessa forma temos, o patrocínio corporativo (confundido erroneamente com o instituto do mecenato) se apresenta por intermédio da pessoa jurídica – não na pessoa do empresário e de seus familiares – o agente patrocinador e esse grau de institucionalização, ou seja, a decisão de custear as artes, parte da função estratégica corporativa, que embora eficiente, fragiliza-se diante das mudanças de tomada de decisões do *staff* diretivo, ocorrendo com

frequência o abandono de projetos, impedindo sua continuidade (DURAND; GOUVEIA; BERMAN, 1997).

Da mesma forma, outra questão levantada, diz respeito ao retorno e ao prestígio que as empresas vão alcançar ao vincular sua imagem ou produto, quando resolvem adentrar com doações e patrocínios - o denominado Marketing Cultural -, por que um simples investimento em cultura pode qualificar a empresa como responsável social e solidária (SANTIAGO; MEDEIROS, 2017) junto ao mercado cada dia mais concorrencial (SARKOVAS, 2005).

A propósito, depreende-se, o Brasil nunca esteve presente um autêntico patronato, por que as doações são realizadas apenas com o intuito lucrativo ou retorno de aceitação de imagem empresarial, uma mudança comportamental necessária, pois "[...] a sociedade contemporânea vem exigindo da empresa uma postura de responsabilidade pelos resultados além de sua atividade" (SILVEIRA; RIBEIRO, 2015, p. 48).

Então, a percepção do empresariado em fazer uso da cultura como meio rentável economicamente cumulada ao histórico legislativo de incentivos federais à área, vem concentrando esforços ao crescimento do setor que, em certo sentido, reúne interesses econômicos exclusivamente individuais, o que nos leva a observar o panorama institucional das leis incentivadoras ao longo da história da democracia no Brasil, relatada a seguir.

## 2 MODELOS LEGISLATIVOS DE INCENTIVOS FISCAIS FEDERAIS À CULTURA BRASILEIRA

O estudo comparativo das legislações brasileiras de incentivo federais à cultura se afigura numa trajetória não linear e descontínua, um percurso marcante de interesses específicos que culminaram com surgimento das históricas legislações fiscal direcionadas às artes, tendo em conta o seu respectivo alcance – público destinado -, e o desenvolvimento (de teor democrático) pretendido à área.

Importante lembrar, no Brasil, a ideia de incentivos fiscais ligados às artes, surgiu tardiamente e foi gestada com sérias dificuldades, em virtude do longo período ditatorial que, de certo modo, obstaram o seu desenvolvimento, ao contrário do ocorrido nos países europeus que, na devida proporção, a opção pelo incentivo à cultura sempre foi tradição.

Com esse intuito, arrolamos através da análise contextual histórico-brasileira, as legislações de âmbito federal de incentivos, certamente, no Brasil, a primeira lei de incentivos fiscais à cultura foi a Lei Federal nº 7.505, de 02 de julho de 1986, batizada "Lei Sarney", a elaboração da referida legislação percorreu o longo caminho de quatorze anos até a sua

aprovação. O projeto original (Projeto de Lei nº 54) colocado em análise junto ao Congresso Nacional em 1972, mas somente obteve a sua aprovação em 1986, quando o autor do projeto, tornou-se o Presidente da República, concretizando-o por definitivo.

A mencionada legislação tinha por objetivo a complementação da política à valorização da cultura brasileira, praticamente tolhida pelo regime militar, o que culminou com a criação do Ministério da Cultura, pois, anteriormente, o setor cultural estava inserido na pasta do Ministério da Educação e Cultura (DURAND, 2013).

Como visto, inicia-se, a partir de então, uma trajetória que colocaria à Cultura entre os objetivos governamentais, ao lado de outras preocupações nacionais, papel fundamental em firmar a construção da identidade nacional, iniciada a partir da década de 30, segundo o historiador Yussef Daibert Salomão de Campos (2013, p. 13): "[...] embora todas as críticas à mencionada legislação, essa foi a primeira a democratizar a cultura brasileira".

Nesse sentido, a intenção de proteção e de concessões de incentivos a área deixada de lado por anos a fio de período ditatorial militar, a Lei Sarney realizou um incipiente trabalho: a aproximação entre o poder público e a esfera privada, por intermédio da concessão da parcela dos recursos postos à disposição do privado, abrindo mão de parte da arrecadação dos impostos devidos, para que empresas fossem estimuladas a investir seus recursos em bens culturais.

É preciso salientar, apesar dos estímulos e o total de arrecadação dos incentivos girar em torno de 1,6 bilhões de reais na época, os resultados quantitativos não foram oficialmente avaliados com rigor técnico de especialistas no assunto.

Pontua José Carlos Durand (2015), ao levantar observações acerca das falhas no propósito da lei, a ausência de avaliação técnica especializada no que se refere aos projetos apresentados, permissivo ao desarrazoado cadastramento de entidades que se diziam culturais, mas que, no entanto, eram apenas inseridas em projetos junto ao Ministério da Cultura, sem ao menos o ser da área.

Da mesma forma, o abatimento fiscal, através do lançamento de notas fiscais, não mensurava se a despesa efetiva era destinada com gastos junto à cultura; e, por fim, inexistia um "*distinguing*", entre as iniciativas culturais carecedoras de recursos, das iniciativas que envolviam entidades que produziam espetáculos de grande vulto comercial, nitidamente acolhida sem maiores critérios, servindo alguns projetos como meio de desvio de finalidade (DURAND, 2015).

A época, a Lei Sarney previa a concessão de abatimento do Imposto de Renda as pessoas jurídicas, o lançamento de valores destinados a um projeto cultural como despesas de natureza operacional, acabando por incentivar possíveis renúncias fiscais.

Alguns anos mais tarde, em março de 1990, o então Presidente da República Fernando Collor de Mello transformou o Ministério da Cultura em Secretaria, suspendendo os fomentos criados pela Lei Sarney.

Tudo se concretizou em virtude de plano de contenção inflacionária – chamado Plano Collor -, decorrente do pensamento de governo neoliberal do qual era filiado, acreditando que o mercado, por si só, supriria a participação governamental junto à cultura nacional.

Sendo assim, o país vivenciou um período turbulento e escasso de benefícios fiscais destinados às artes no país, mas em meados de 1991, surge nova lei de incentivos fiscais, gize-se, a Lei Federal nº 8.313/1991 - Lei Rouanet -, em homenagem a Sérgio Paulo Rouanet (então Ministro da Cultura).

Críticas à parte, a normativa em questão conduziu rigor e técnica a aprovação de projetos artísticos, por intermédio da formação de uma comissão mista, composta por representantes do órgão público e integrantes de entidades representativas culturais, uma proposta de integração entre os agentes de atuação.

A Lei Rouanet fez surgir alguns mecanismos de incentivos fiscais, objetivando apoiar o exercício de concessões de benefícios específicos e direcionados, criando frentes como o Fundo Nacional de Cultura – FNC; o Fundo de Investimentos Cultural e Artístico – FICART e, por fim, os Incentivos Livres a Projetos Culturais, cada qual com finalidades próprias em termos de fomento e gerenciamento, contemplando a diversidade cultural nacional.

O Fundo Nacional de Cultura - FNC, cujo propósito é incentivar a cultura popular (art. 4º), tem por objetivo destinar recursos públicos diretamente aos projetos aprovados, através de empréstimos reembolsáveis ou cessão de valores sem contraprestação, destinado a pessoas físicas, as pessoas jurídicas sem fins lucrativos ou entes públicos com atividades ligadas à área.

A constituição do fundo é proveniente da arrecadação e de outros recursos públicos, que permite ao Ministério da Cultura investir diretamente em projetos culturais, mediante a celebração de convênios e outros instrumentos similares, sendo o financiamento na proporção de 80% do valor do projeto e 20% é a contrapartida do proponente, uma prática recorrente em termos de financiamento direto estatal (BRASIL, 2018).

Corresponde a um fundo de natureza contábil, sem fixação de prazo de duração, que atua priorizando as seleções públicas, avaliadas por comissões, independentes e específicas, avaliadoras do mérito artístico-cultural, dentre as propostas apresentadas à seleção, é por excelência, essa é a base do financiamento público as ações culturais no Brasil.

Outro dispositivo, o Fundo de Investimento Cultural e Artístico – FICART – surge com a finalidade de estimular a indústria cultural brasileira (art. 8 e o art. 17) na forma de

investimentos, sendo fiscalizado pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM), contemplando diversas formas de investimentos a tais empreendimentos, uma espécie de condomínio cultural administrado por instituições financeiras, que de acordo com Ana Paula de Oliveira Gomes (2013), a compreensão da utilização dos respectivos fundos criados pela Lei Rouanet, reporta a uma explicação orçamentária, contida no art. 71, da Lei Federal nº 4.320/1964, a qual versa sobre normas gerais do orçamento público.

Por fim, elencamos os Incentivos livres a Projetos Culturais. Essa última categoria é absorvida como sistemática de patronato, visando estimular, por intermédio da concessão de benefícios fiscais aos contribuintes (pessoas físicas ou jurídicas) direcionando investimentos em projetos culturais sob a forma de doações e patrocínios, onde jaz nossas inquietações.

Como visto os três feixes normativos criados pela referida lei, procuram direcionar, em termos de fomento, recursos para cada nicho cultural explorado, em respeito à diversidade da cultura brasileira. Entretanto, se comparada a Lei Sarney, a Lei Rouanet não conseguiu angariar parcelas significativas de recursos canalizados à disposição da Cultura.

De acordo com José Carlos Durand (1997), vários problemas podem ser descritos como fatores negativos, impeditivos ao desenvolvimento do programa normativo de fomentos criados pela lei, a citar: o empecilho à remuneração dos participantes das comissões de avaliadores dos projetos; o enrijecimento do processo de avaliação dos projetos; assim como o estabelecimento de um baixo percentual de impostos que as empresas poderiam destinar à cultura.

Isso tudo, na visão do especialista em projetos culturais Yacoff Sarkovas, cinge-se ao fato de que as leis de incentivos não foram gestadas por empresas ou empresários, mas sim por um lobby do meio cultural: “O incentivo fiscal é um jeito brasileiro de financiamento público à cultura” (2004, p. 15), sendo que se fosse diferente, com maior participação do privado, o volume de recursos movimentado pela área – dita não industrial – ainda seria expressivamente pequeno, isso tudo levando a buscar importâncias de outras fontes, uma vez que os recursos de patrocínios vêm aumentando em todos os campos.

Por tais razões, em suma, frente a esse atual cenário legislativo e as possibilidades de benefícios fiscais inseridos na legislação nacional, os recursos destinados, em especial, as atividades artísticas e culturais caminham vagarosamente, a citar, os incentivos que surgem com a possibilidade de abatimento de alguns impostos, como o caso do imposto de renda, situação que passa a ser analisada e descrita a seguir.

## 3 O USO DE LEIS DE INCENTIVOS FISCAIS DESTINADOS ÀS PESSOAS JURÍDICAS: AS DOAÇÕES E OS PATROCÍNIOS DEDUTÍVEIS DE IMPOSTO DE RENDA DA PESSOA JURÍDICA

Como visto, há mais de duas décadas, o Brasil dispõe de mecanismos de incentivos ao desenvolvimento cultural, desempenhando benefícios fiscais dos quais as pessoas jurídicas se valem para destinar recursos, permitindo à sociedade realizar projetos de interesse ao crescimento das artes como um todo.

Na tentativa de reversão de um quadro visivelmente desfavorável, as limitações firmadas e o entendimento pela necessária reforma da Lei Rouanet, apesar do aumento dos incentivos fiscais direcionados, apesar de parcos, são bastantes representativos ao poder público.

Significativas mudanças foram implantadas, mormente, quanto ao aumento do número de pessoas jurídicas aptas a contribuir com o sistema cultural, tendo em vista que inicialmente, somente eram aceitas pessoas jurídicas tributáveis pelo lucro real, em conformidade com o disposto na regulamentação do Programa Nacional de Apoio à Cultura – PRONAC, com possibilidade de dedução apresentada por base de 40% destinados as doações e de 30% aos patrocínios a serem deduzidos (BRASIL, 2018).

Convém destacar, a diferenciação entre as doações e os patrocínios. Considera-se doação, a transferência gratuita, em caráter definitivo, à pessoa física ou jurídica de natureza cultural, sem fins lucrativos, de numerário, bens ou serviços à realização de projetos culturais, proibido o uso de publicidade paga à divulgação desse ato, seguindo os moldes do art. 477, do RIR/1999.

Por outro lado, os patrocínios definidos no art. 478, do RIR/1999, consistente na transferência gratuita, em caráter definitivo, pessoa física ou jurídica de natureza cultural, com ou sem fins lucrativos, de numerário à realização de projetos culturais, com a finalidade promocional e institucional de publicidade; considerando a cobertura de gastos ou a utilização de bens móveis ou imóveis, do patrimônio do patrocinador, sem a transferência de domínio, à realização de projetos culturais.

Resulta uma ação cultural instrumento de comunicação de uma marca, num grau suficiente de resultados que faça justificar as empresas a investirem uma parcela de seu orçamento de comunicação nessa ação; uma relação de troca: “[...] a empresa entra com os recursos e a organização cultural com os benefícios tangíveis e intangíveis de comunicação institucional e/ou mercadológica gerado por suas ações” (SARKOVAS, 2005).

Contudo, onde existem os incentivos, que na origem não tem relação com os patrocínios empresariais, nada mais é do que o "jeitinho brasileiro" de ajuda de financiamento, fazendo uso do dinheiro público.

E isso, ao nosso ver, vem sendo representativo de distorções graves na forma de estimulo no processo de financiamento à cultura. Não há investimentos, mas sim o empresariado é levado a operar através de uma lógica tributária, isto é, reforçando a mítica "toma-lá-dá-cá", abandonando os verdadeiros preceitos do patrocínio e das doações sem contrapartidas.

No mais, em conformidade com o § 2º, do art. 475, do RIR/1999, no tange ao percentual de deduções essas não poderão exceder a quatro porcento (4%) do imposto devido, não sendo permitido a dedução sobre o valor do adicional de imposto de renda.

E, pelo visto, a aplicação desse benefício não exclui ou reduz outros porventura coexistentes como as espécies de abatimentos e as deduções em vigor, em especial, as doações destinadas a entidades de utilidade pública (SANTOS, 2007).

Dentro dos limites citados anteriormente, no que se refere ao Imposto de Renda na fonte, todas as transferências a título de doações ou patrocínios em favor de projetos culturais não estão sujeitas a exação.

Importa-nos enfatizar, ainda, de acordo com o art. 479, do RIR/1999, a doação ou o patrocínio, para que surta os respectivos efeitos, não poderá ser realizada a pessoas ou instituições vinculadas ao agente, assim, descritos:

> I - a pessoa jurídica da qual o doador ou patrocinador seja titular, administrador, gerente, acionista ou sócio, na data da operação, ou nos doze meses anteriores;
> II – o cônjuge, os parentes até o terceiro grau, inclusive os afins, e os dependentes do doador ou patrocinador ou dos titulares, administradores, acionistas ou sócios de pessoa jurídica vinculada ao doador ou patrocinador nos termos do inciso anterior;
> III – outra pessoa jurídica da qual o doador seja sócio.

Portanto, desconsidera-se vinculadas as instituições culturais sem fins lucrativos, criadas pelo próprio doador ou patrocinador, desde que oportunamente constituídas e em funcionamento, nos moldes da legislação em vigor.

Ademais, o art. 480, do RIR/1999 dispõe, os incentivos tão só podem ser concedidos a projetos culturais que tenham por objetivo à exibição, utilização e circulação pública dos bens culturais deles resultantes, proibida a concessão de incentivo a obras, produtos, eventos ou outros decorrentes, destinados ou circunscritos a circuitos privados ou a coleções particulares,

competindo à Secretaria da Receita Federal efetuar o acompanhamento no que se refere à aplicação dos incentivos fiscais no âmbito cultural.

As empresas incentivadoras e captadoras dos recursos deverão proceder com a comunicação dos aportes financeiros realizados e recebidos, do mesmo modo que as entidades captadoras deverão realizar a comprovação da referida aplicação dos recursos (STRÖMDAHL, 2011).

E o que se percebe, nos últimos anos, obteve-se um aumento do percentual do imposto de renda a ser deduzido via incentivo fiscal (aumento de dois para cinco porcento), contudo, ainda não resta contemplada as demais modalidades de pessoas jurídicas - inseridas na tributação federal na categoria de lucro presumido e as encaixadas como Simples Nacional -, todas aptas a fomentar a cultura no país, porém excluídas das concessões dos benefícios fiscais.

## 4 INCENTIVOS OU RENÚNCIA FISCAL?

Com efeito, sob esse prisma, passamos a questionar acerca da realidade incidente sobre os incentivos fiscais, bem como traçamos perspectivas quanto as novas vias de financiamento à cultura, no que se refere a natureza jurídica desses incentivos, assim como as perspectivas quanto ao futuro e sustentabilidade.

Com base constitucional, os incentivos fiscais podem ser compreendidos como um meio de intervenção do Estado na economia para alcançar objetivos que, invariavelmente, tem caráter social e econômico.

Na prática, como se vê, é no campo da intervenção na economia por indução, o Estado pode se valer de incentivos para buscam fortalecer a economia, mormente, em alguns de seus setores estratégicos, visando reduzir desigualdades regionais, promovendo o equilíbrio entre as unidades da federação e permitindo o acesso da população a serviços essenciais como: à saúde, a educação e a cultura, entre outros fatores que influenciam no desenvolvimento socioeconômico em geral (ASSUNÇÃO, 2011).

Os incentivos fiscais direcionados à cultura e os efeitos ocasionados nas empresas que investem em ações dessa natureza de um todo são questionáveis, uma vez que qualquer incentivo fiscal passa pela seguinte premissa: o uso do dinheiro oriundo da esfera pública – na medida em que deixa de arrecadar -, para estimular o investimento (ganhos) da esfera privada.

E dentro do entendimento sobre o funcionamento das leis brasileiras de incentivos à cultura, existe a nítida percepção de que os reais incentivos à cultura não ocorrem, tendo em vista que a legislação, se permite que empresas venham a deduzir do imposto a pagar o

percentual de até 100%, do valor aplicado nas atividades culturais; como se não bastasse, essa mesma lógica se estendeu a outras esferas.

Essa lógica distributiva de recursos públicos, gera um comportamento prejudicial a coletividade e até mesmo ao empresariado, segundo a qual a área cultural deve se desenvolver sem o uso dos investimentos e recursos originários do próprio empresário. Estamos frente a um processo de investimentos do Estado exercido por via concessões de benefícios as pessoas jurídicas, sem qualquer indício de contrapartida, uma espécie de dirigismo privado do erário público.

Portanto, é preciso ressaltar, não se está a tolher o empresariado a patrocinar o que mais lhe for apropriado mas desde que venham a utilizar os seus próprios recurso. Ocorre que na grande maioria das vezes, com o respaldo legal, determinados meios artísticos são financiados em detrimento de outros, utilizando recursos públicos irrestritos aplicados aos investimentos de interesses privados.

Isso evoca distorções e até mesmo a certa indignação da sociedade, tendo em vista o jaez dos projetos que são financiados, uma autêntica descaracterização dos investimentos à cultura, a mencionar o caso da empresa LS Music Produções, constituída pelo então artista Luan Santana, obtendo a aprovação de projeto junto ao Ministério da Cultura em 2014, com captação de R$ 4,1 milhões para seus shows, justificando a divulgação da música sertaneja no país, por intermédio da divulgação de música romântica (ORTEGA, 2014).

Como visto, a conveniência da decisão cabe ao empresariado, o mais provável é o direcionamento dos patrocínios destinados a patrocinar grandes shows de artistas consagrados, agregando valor e apostando apenas no gosto da indústria cultural de massa.

É o caso, outro caso emblemático, seria o megaevento Rock in Rio, orçado em cifras generosas no ano de 2013, com apoio do Ministério da Cultura para captação de recursos aproximados R$ 11,79 milhões de reais, utilizando-se da Lei Rouanet. A época, a arrecadação estimou perto de R$ 88 milhões de reais, com a venda de ingressos e obteve R$ 100 milhões de reais em patrocínios. E como retrata o empresário Roberto Medina, presidente da empresa que organiza o evento, “[...] a renúncia fiscal é um instrumento que qualquer empresário pode e deve usar [...], que sempre recorreu a legislação de incentivos fiscais (LUZ, 2013).

E em meio a atual crise de recursos públicos, onde há tendência ao corte de despesas, inclusive na área cultural, mister se faz ter em mente um ponto de vista sobre os interesses da coletividade.

> [...] não é conveniente que sejam extintos os mecanismos de incentivos fiscais ao investimento da cultura, pois muitos dos espetáculos, ainda que com potencial comercial, para engatarem, precisam desse fomento. É urgente calibrar melhor os critérios existentes com os objetivos da política cultural brasileira, para que não ocorram de novo as mencionadas distorções: principalmente àquela de o dinheiro decorrente de incentivo fiscal, em vez de alimentar de fato as políticas públicas culturais, acabar sendo direcionado para aqueles que, pela atividade de forte potencial lucrativo, não precisariam dele (NOHARA; FIREMAN, 2016).

Essa percepção, nos faz questionar se existe eficiência no desenvolvimento, monitoramento e execução de políticas públicas à liberação de incentivos fiscais, na captação dos recursos públicos, levando-nos a observar novas perspectivas.

Afirma o jurista português José Manuel Neves Cruz (2006), existir um impulso em centrar as escolhas dos agentes econômicos na primazia do individualismo colidindo com o caráter coletivo da cultura.

É através da arte e da cultura que as pessoas jurídicas visualizam possibilidades de se diferenciar no mercado e ligamos a fidelização das marcas que possuem uma aproximação com o meio artístico e cultural, espécie de pertencimento a um inconsciente coletivo (JUNG, 2000), incorporando elementos fundamentais no comportamento social, deixando por evidente, o seu diferencial perante os concorrentes, uma verdadeira ferramenta de comunicação estratégica, pois os seus objetivos são atingidos quando do ato de patrocinar.

Todavia, foi na área tributária que passou a ser visível o aproveitamento de vantagens, com objetivo de redução de impostos. Se somos parte de um estado que define sua economia como liberal, esse estado se mantém neutro, em relação ao que se pode considerar como correta, ou não, a atuação para o bem, um estado que permanece insensível a todo julgamento sobre valores de um todo específico sobre os objetos de suas escolhas (SILVEIRA, 1995).

Pois bem, a requer a abstenção total do Estado nos processos interventivos sobre o mercado da cultura e a sua exploração não é nosso objetivo. O Estado liberal carrega a falsa ideia de antiperfeccionismo como objetivo: “A exigência é somente a de que o Estado se abstenha de um tipo específico de intervenção, a saber, aquela que se justifica mediante argumentos que apelam à noção de valores intrínsecos” (SILVEIRA, 1995, p. 160).

Essa disponibilidade de escolhas sobre valores (a especificação da cultura resulta do papel do gosto pessoal nas escolhas), nos induz a uma variedade de bens a serem escolhidos e selecionados, independentemente do valor intrínseco de cada bem priorizado levando as pessoas jurídicas a justificar as razões para efetuarem seus investimentos direcionados a obtenção da melhor vantagem, tudo em respeito ao princípio da livre iniciativa, corolário da liberdade individual.

A captação de fundos privados como espécie de previdência, por exemplo, funcionando em alguns países da Europa mas, principalmente, nos Estados Unidos, apostam como a saída ao desenvolvimento da cultura, sem abrir mão de sua arrecadação, uma forma de manter, incentivos à manutenção do patrimônio cultural, mediante a participação da esfera privada, conscientizando acerca do exercício da cidadania (reforçando nos cidadãos, o compromisso social em relação ao patrimônio, a riqueza e as raízes).

Outrossim, como no caso da restauração da conhecida *Fontana de Trevi* na Itália, restaurada com aportes do mundo da moda (Fendi) que, patrocinou com 2,5 milhões de euros obtendo uma visibilidade internacional da marca perante os turistas; ou o caso da conservação do *Templo de Vênus* que estava esperar por restauros por mais de 30 anos de espera, sendo que a marca Valentino investiu 200.000 mil euros no restauro e em troca realizou uma festa de comemoração dos 45 anos da marca, apesar de toda a polêmica do uso do espaço público; e, o caso mais próspero de captação de recursos privados, sem a participação dos recursos públicos, venha dos investimentos realizados na restauração da obra *Victoria de Samotracia*, uma das três maiores obras do Museu do Louvre, foi restaurada através de uma campanha de *Crowdfunding "Tous mécenes"*, explorada exclusivamente via redes sociais (BOLANÕS, 2015).

Enfim, ao contrário, por detrás de todos os casos de incentivos à cultura brasileira, sem dúvida, mister se faz uma mudança postural, imprescindível e necessária, de que é possível patronato ou patrocínio com solidez, sem se locupletar dos recursos públicos, que por si só, já se encontra responsável em contribuir com parcela dos recursos para custear a amplitude da cultura nacional em todos os níveis (local, regional ou nacional), em tempo de crise.

Nosso maior entrave é chegar até a mentalidade do empresário, para pedir que a cidadania se aplique, abandonando a nosso modo de observar os investimentos em cultura como ideário de direito social, induzindo a compulsoriedade dos aportes financeiros exclusivos Estatal. É preciso rever as formas de incentivos executadas no Brasil, aprimorando os contornos da Lei Rouanet, criando alternativas dentro do próprio texto legal, a incluir novas práticas de resguardo ou aprimorando as já existentes - acompanhando os movimentos de globalização e imposição de novo modelo cultural -, estimulando a maior conscientização dos entes privados a dispensar as contrapartidas consideradas renúncias fiscais.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A experiência brasileira em termos de angariar incentivos ao desenvolvimento cultural no país, é clara: cenário de mercantilização, o setor cultural está cada vez mais imerso na busca por lucro voltado a indústria cultural, integrando um circuito de produção e comercialização, uma mescla entre os interesses do empresariado na exploração área e a economia de mercado.

Essa prevalência dos interesses comerciais sobre a cultura, coloca em xeque às justificativas de apoio exercido pelo poder público (Estado) ao conceder incentivos fiscais as empresas que fomentem à cultura nacional, uma busca de sobrevivência através dos institutos das doações, dos patrocínios e dos investimentos livres, na forma dispostos nas legislações que tratam de incentivos culturais.

Não se pode negar, a base do financiamento público as ações culturais no Brasil, funcionando em regime de colaboração entre os entes da federação, utilizando-se do mecanismo de repasse "fundo a fundo", o que de um todo vem propiciar a concretização de renúncias fiscais, bem como funciona, as empresas privadas fomentam via "falso mecenato".

A legislação nacional de incentivos fiscais federais, Lei Rouanet, dentro das possibilidades de sua restruturação, necessita abarcar novas possibilidades de financiamento da cultura, num contexto atual de crise e de recursos públicos escassos.

Vivenciamos um processo de investimentos do Estado exercido por via de concessões de benefícios as pessoas jurídicas, sem indício de contrapartida, uma espécie de dirigismo no erário público; há a inexistência no desenvolvimento, monitoramento e execução de políticas públicas de fiscalização e de liberação de incentivos fiscais, no aval de projetos e na captação dos recursos públicos direcionados à área.

Prosperar na captação de recursos privados, é meta possível de se alcançar a médio prazo. Em tempos de crise, onde os recursos públicos são parcos, ou quase inexistentes e as vantagens financeiras descobertas pelo meio empresarial, está ligada aos interesses de projeção dos privados, com utilização das máximas benesses concedidas na esfera tributária.

Destarte, se de um lado existe a necessidade de estímulo as práticas de incentivo à cultura, por outro temos o poder-dever de conscientização da mudança na mentalidade do empresariado nacional, de que não é só é possível auxiliar a produção cultural no Brasil, a partir da contrapartida do uso do erário público, viabilizando o desenvolver um viés ético de sustentabilidade, uma típica ambição, de aproximação as práticas culturais desenvolvidas ao redor do mundo.

## REFERÊNCIAS


ADORNO, Theodor W. **Indústria cultural**. São Paulo: Ática, 1986.

ASSUNÇÃO, Matheus Carneiro. Incentivos fiscais em tempo de crise: impactos econômicos e reflexos financeiros. **Revista da PGFN**, ano 1, n. 1, p. 1-7, jan./jun. 2011. Disponível em: < http://www.sinprofaz.org.br/2014/artigos/incentivos-fiscais-em-tempos-de-crise-impactos-economicos-e-reflexos-financeiros>. Acesso em: 22 ago. 2018.

BARRERA, David. Nuevas vías de fianciación de proyetos patrimoniales. **Revista PH,** Madri: Instituto Andaluz del Patrimonio Historico, n. 25, p. 158-162, dez. 1998.

BENHAMOU, Françoise. **A economia da cultura**. Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2007.

BOLAÑOS, Susana Muñoz. El patrimonio cultural y su mantenimiento em tempos de crisis, patrocinio, mecenazgo y crowdfunding: la solución? **Revista PH**, Madri: Instituto Andaluz del Patrimonio Historico, n. 87, p. 5-7, abril 2015.

BRASIL. MINISTÉRIO DA CULTURA. **Convênios/FNC:** instruções para o preenchimento de formulários. Disponível em: <www.cultura.gov.br/documents/10883//b5f9119a-a496-419f-a3f5-170754ca8ef8>. Acesso em: 01 jul. 2018.

CAMPOS, Yussef Daibert Salomão de. O patrimônio cultural como objeto de lei: legalização, constituinte, revolução. IN: CAMPOS, Yussef Daibert Salomão de (org.). **Patrimônio Cultural Plural**. Belo Horizonte: Arraes Editores, 2015.

CAMPOS, Yussef Daibert Salomão de. **Percepção do intangível:** entre genealogias e apropriações do patrimônio cultural imaterial. Belo Horizontes: Arraes Editores, 2013.

CRUZ, José Manuel Neves. Bem público "cultura" especificidades da política cultural. **Revista da Faculdade de Direito da Universidade do Porto**, Porto: Faculdade de Direito da Universidade do Porto, ano 6, p. 443-483, 2006.

DURAND, José Carlos. **Política cultural e economia da cultura**. Cotia: Ateliê Editorial; São Paulo: Edições SESC, 2013.

DURAND, José Carlos; GOUVEIA, Maria Alice de; BERMAN, Graça. Patrocínio empresarial e incentivos fiscais à cultura no Brasil: análise de uma experiência recente. **RAE – Revista de Administração de Empresas**, São Paulo: FGV, v. 23, n. 4, p. 38-44, out./dez. 1997.

GOMES, Ana Paula de Oliveira. **A problemática dos Fundos de Investimentos Cultural e Artístico (FICART)**. IN: II Encontro Internacional de Direitos Culturais. Belo Horizonte: 09 a 12 de outubro de 2013. Disponível em: < www.direitosculturais.com.br > Acesso em: 20 ago. 2018.

JUNG, Carl Gustav. **Os arquétipos e o inconsciente coletivo**: volume 9. 10.ed. Porto Alegre: Vozes, 2000.

LUHMANN, Niklas. **El arte de la sociedade**. Madrid: Editorial Herder, Universidad Iberoamericana, 2005.

LUZ, Natália. Ideias: destino dos incentivos fiscais. **Revista Veja**, v. 114, p. 113-118, 30 de nov. 2013.

NOHARA, Irene Patrícia; FIREMAN, Ana Luíza Azevedo. Desenvolvimento pelo incentivo à cultura: papel da arte e vicissitudes da utilização da Lei Rouanet. **Revista de Direito Econômico e Socioambiental**, Curitiba, v. 7, n.2, p. 198-220, jul./dez. 2015.

ORTEGA, Rodrigo. **Minc aprova projeto de R$ 4,1 milhões para turnê de Luan Santana**. Disponível em: <http://g1.globo.com/musica/noticia/2014/08/minc-aprova-projeto-de-r-41-milhoes-para-turne-de-luan-santana.html>. Acesso em: 20 ago. 2018.

PRIETO, Luis César Herrero. La contribución de la cultura y las artes al desarrollo econômico regional. **Journal of Regional Research Investigaciones Regionales**, Alcalá Hernande: Universidad de Alcalá, v. 18, p. 201-226, jul./dez. 2010.

PRIETO, Luis César Herrero. La economia de la cultura em Espanha: uma disciplina incipiente. **Revista Asturiana de Economia**, Oviedo: Universidad del Oviedo, n. 23, p. 7-35, 2002.

SANTIAGO, Mariana Ribeiro; MEDEIROS, Elisângela Aparecida. Função social e solidária da empresa: impactos na liberdade econômica versus benefícios no desenvolvimento nacional. **Revista Jurídica – UNICuritiba**, v. 2, p. 99-122, 2017.

SANTOS, Javier Verdugo; ALVARADO, María Teresa Otero. La participación privada em atividades de interés general. **Revista PH**, Madri: Instituto Andaluz del Patrimonio Historico, n. 9, p. 22-27, dez. 1994.

SANTOS, Jose Luiz dos; et. al. **Imposto de Renda das Empresas:** tributadas pelo lucro real. São Paulo: Atlas, 2007.

SARKOVA, Yacoff. Entrevista com Yacoff Sarkova. **FGV executiva**, v. 14, n. 3, p. 14-18, nov./dez. 2005.

SILVEIRA, Pablo da. Pode um liberal apoiar a subvenção à arte? **Lua Nova**, n. 36, p. 159-180, 1995. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-64451995000200010&script=sci_abstract&tlng=pt> . Acesso em: 26 ago. 2018.

SILVEIRA, Vladimir Oliveira de; RIBEIRO, Elenice Baleeiro da. Ética: conteúdo da responsabilidade corporativa e desdobramento da função solidária da empresa. **Revista Argumentum RA**, Marília/SP: UNIMAR, v. 16, p. 37-54, jan./dez. 2015.

STRÖMDAHL, Rudney Lars. **Aspectos tributários e sociais dos incentivos fiscais do governo federal à cultura**. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2011. (Monografia). Disponível em: < http://tcc.bu.ufsc.br/contabeis294183 >. Acesso em 20 maio 2018.

THROSBY, David. **Economía y cultura**. Madrid: Cambridge University, 2001.

YÚDICE, George. **A Conveniência da cultura**: usos da cultura na era global. Belo Horizonte: UFMG, 2006.