

**XII ENCONTRO INTERNACIONAL DO  
CONPEDI BUENOS AIRES –  
ARGENTINA**

**DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO  
SUSTENTÁVEL, GLOBALIZAÇÃO E  
TRANSFORMAÇÕES NA ORDEM SOCIAL E  
ECONÔMICA I**

**CAROLINA MEDEIROS BAHIA**

**KAREN BELTRAME BECKER FRITZ**

**VIVIANE COÊLHO DE SÉLLOS KNOERR**

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte deste anal 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

**Diretora Executiva** - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Naspolini - UNIVEM/FMU - São Paulo

**Vice-presidente Norte** - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa - Pará

**Vice-presidente Centro-Oeste** - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG - Goiás

**Vice-presidente Sul** - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos - Rio Grande do Sul

**Vice-presidente Sudeste** - Profa. Dra. Rosângela Lunardelli Cavallazzi - UFRJ/PUCRio - Rio de Janeiro

**Vice-presidente Nordeste** - Profa. Dra. Gina Vidal Marcilio Pompeu - UNIFOR - Ceará

**Representante Discente:** Prof. Dra. Sinara Lacerda Andrade - UNIMAR/FEPODI - São Paulo

**Conselho Fiscal:**

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara - ESDHC - Minas Gerais

Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UCAM - Rio de Janeiro

Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho - Ceará

Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS - Sergipe

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UNIMAR - São Paulo

**Secretarias**

**Relações Institucionais:**

Prof. Dra. Daniela Marques De Moraes - UNB - Distrito Federal

Prof. Dr. Horácio Wanderlei Rodrigues - UNIVEM - São Paulo

Prof. Dr. Yuri Nathan da Costa Lannes - Mackenzie - São Paulo

**Comunicação:**

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho - UPF/Univali - Rio Grande do Sul

Profa. Dra. Maria Creusa De Araújo Borges - UFPB - Paraíba

Prof. Dr. Matheus Felipe de Castro - UNOESC - Santa Catarina

**Relações Internacionais para o Continente Americano:**

Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA - Bahia

Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch - UFSM - Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA - Maranhão

**Relações Internacionais para os demais Continentes:**

Prof. Dr. José Barroso Filho - ENAJUM

Prof. Dr. Rubens Beçak - USP - São Paulo

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Unicuritiba - Paraná

**Eventos:**

Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta - Fumec - Minas Gerais

Profa. Dra. Cinthia Obladen de Almendra Freitas - PUC - Paraná

Profa. Dra. Livia Gaigher Bosio Campello - UFMS - Mato Grosso do Sul

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

D597

Desenvolvimento Econômico Sustentável, Globalização e Transformações na Ordem social e Econômica I [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI

Coordenadores: Carolina Medeiros Bahia; Karen Beltrame Becker Fritz; Viviane Coêlho de Séllos Knoerr. – Florianópolis: CONPEDI, 2023.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5648-755-7

Modo de acesso: [www.conpedi.org.br](http://www.conpedi.org.br) em publicações

Tema: Derecho, Democracia, Desarrollo y Integración

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Desenvolvimento Econômico. 3. Globalização. XII Encontro Internacional do CONPEDI Buenos Aires – Argentina (2: 2023 : Florianópolis, Brasil).

CDU: 34



## **XII ENCONTRO INTERNACIONAL DO CONPEDI BUENOS AIRES – ARGENTINA**

### **DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO SUSTENTÁVEL, GLOBALIZAÇÃO E TRANSFORMAÇÕES NA ORDEM SOCIAL E ECONÔMICA I**

---

#### **Apresentação**

É com imensa satisfação que apresentamos a obra referente aos trabalhos apresentados no GT “Desenvolvimento Econômico Sustentável, Globalização e Transformações na Ordem Social e Econômica I” no XXII Congresso Internacional do CONPEDI.

A diversidade de temas que envolvem os problemas na organização social, nos desafios socioeconômico-ambientais, no cenário global e no mercado de consumo no século XXI e em uma velocidade de mudanças que demandam diárias adaptações. E muito foi proposto pelos autores que ora, honradas, apresentamos.

Reflexão acerca da necessária defesa do consumidor pelo sistema jurídico brasileiro em razão da determinação do legislador constituinte originário, trazida pelos pesquisadores Oniye Nashara Siqueira, José Antonio de Faria Martos e Marcelo Braghini, recebeu o título **A DEFESA DO CONSUMIDOR FRENTE AOS ALGORITMOS DE PRECIFICAÇÃO: UMA ANÁLISE DAS PRÁTICAS DE GEO-PRICING E GEO-BLOCKING** e invoca “esforços conjuntos dos agentes públicos e privados no mercado de consumo a fim de assegurar a lisura dos algoritmos de precificação estabelecendo, se o caso, a regulação algorítmica para impedir condutas discriminatórias”.

O mesmo grupo de autores, SIQUEIRA, MARTOS e BRAGHINI, também analisa o problema do consumo em massa, seu incentivo e/ou facilitação por meio de concessão de crédito, por intermédio do texto **A HIPERVULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR IDOSO: UMA ANÁLISE DA (IN) EFETIVIDADE DAS POLÍTICAS PÚBLICAS DE CRÉDITO RESPONSÁVEL E O SUPERENDIVIDAMENTO NA LEI 14.181/2021**, que propõe uma educação necessária especialmente junto aos consumidores mais vulneráveis.

Giovanna Taschetto de Lara, Maryana Zubiaurre Corrêa e Isabel Christine Silva De Gregori, com o trabalho intitulado **A TUTELA DA AUTODETERMINAÇÃO ALIMENTAR DO CONSUMIDOR E A (IN)SUSTENTABILIDADE DO SISTEMA DE ROTULAGEM DE ALIMENTOS PRODUZIDOS SOB EXPOSIÇÃO A AGROTÓXICOS**, alertam que o

consumo de agrotóxicos, frequente no Brasil, é correlato a doenças tais quais o Linfoma Não-Hodgkin, propondo as autoras, então, um reexame do sistema de rotulagem de alimentos, visando advertir os consumidores.

Com o trabalho **CONSTITUCIONALISMO E GLOBALIZAÇÃO ECONÔMICA: IMPACTOS E DESAFIOS PARA A EFETIVAÇÃO DA SUSTENTABILIDADE**, Nadya Regina Gusella Tonial, Talissa Truccolo Reato analisam o fenômeno da globalização, bem como os efeitos produzidos nos âmbitos político, social e econômico sobre a efetividade da norma e do constitucionalismo como movimento, especialmente para instigar o leitor a refletir sobre os variados conceitos de sustentabilidade em uma sociedade global.

Tecendo pontos acerca da função social, econômica e solidária da empresa e seu papel na promoção da cultura nacional, Samuel Pedro Custodio Oliveira e Daniel Barile da Silveira, dialogam sobre “as concepções de Empresa e de Cultura no mercado e na constituição, bem como sobre o mecanismo atual de financiamento e um possível implemento futuro”. Essa provocação é um pouco, do muito que nos permite pensar sobre o que se encontra no artigo **DO MECENATO FISCAL À SOLIDARIEDADE SOCIAL: A RESPONSABILIDADE SOCIAL DA EMPRESA NA PROMOÇÃO DA CULTURA BRASILEIRA**.

Através da análise “dos princípios e normas mantidas pelos tratados internacionais, como a Declaração Universal dos Direitos Humanos e as Convenções Internacionais da Organização Internacional do Trabalho (OIT), além de outros instrumentos internacionais”, Olivia Oliveira Guimarães, Daniel de Souza Vicente e Ipojuca Demétrius Vecchi observam, por meio do texto **GLOBALIZAÇÃO E TRANSFORMAÇÕES NO MERCADO DE TRABALHO**, “como esses tratados têm sido incorporados nas constituições nacionais e influenciado o desenvolvimento e a consolidação do direito do trabalho”.

Os pesquisadores Karen Beltrame Becker Fritz, Talissa Truccolo Reato e Luiz Ernani Bonesso de Araujo, verificam, “sob a perspectiva da dignidade humana, a relação entre pobreza e meio ambiente a fim de compreender os pobres como agentes ou não das mudanças climáticas”. Assim, o artigo **MUDANÇAS CLIMÁTICAS E POBREZA: O DIREITO À DIGNIDADE DA PESSOA HUMANA**, que nas palavras dos próprios autores, nos provoca “questionando em que medida as mudanças climáticas, como expressão da degradação, são impulsionadas pela pobreza, prejudicando a afirmação do princípio da dignidade da pessoa humana”, possibilita um novo e necessário olhar.

As pesquisadoras Maryana Zubiaurre Corrêa, Isabel Christine Silva De Gregori e Giovanna Taschetto de Lara trouxeram o tema do direito das relações de consumo em face à

inteligência artificial, com o artigo O CONSUMO PROMOVIDO POR MEIO DA PERSONALIZAÇÃO DA PUBLICIDADE VIA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL FRENTE AO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL. Assim, abrem o questionamento: “Em que medida o crescimento da divulgação de publicidade personalizada, a partir da inteligência artificial, está alinhada com o desenvolvimento sustentável?”

O problema da sociedade de consumo foi enfrentado também pelo artigo O HIPERCONSUMO, SEUS REFLEXOS NO SISTEMA JUDICIÁRIO, E A CONSEQUENTE NECESSIDADE DE GESTÃO PROCESSUAL EFICIENTE pelas pesquisadoras Fernanda Ternes , Naiana Scalco e Carolina Medeiros Bahia, visando “demonstrar que, nas relações de consumo, bastante afetadas pelo avanço da vida consumista da sociedade contemporânea, a solução adjudicatória estatal é a via costumeiramente mais procurada para a resolução de conflitos”, apontando que há necessidade de uma educação para a solução adequada de conflitos na seara do direito das relações de consumo.

Andrews de Oliveira Leal, Emerson Wendt e José Alberto Antunes de Miranda oferecem o artigo O PAPEL DA RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA NAS ORGANIZAÇÕES DO SUBSISTEMA DA ECONOMIA, com o intuito de “verificar, com base na Teoria dos Sistemas Sociais de Niklas Luhmann, a possibilidade da RSC influenciar comunicações dentro deste subsistema através de sua adoção por parte das empresas, identificando como as comunicações ocorrem dentro das empresas e quais as premissas comunicacionais das Organizações dentro do subsistema da Economia”.

Visando enaltecer a relevância jurídica e a função social dos contratos, Clara Rodrigues de Brito, Luciana Machado Cordeiro e Ricardo Pinha Alonso, por meio do artigo O PAPEL DO ESTADO E A FUNÇÃO SOCIAL DO CONTRATO COMO PILAR PARA O DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÔMICO: UM ESTUDO À LUZ DO ARTIGO 421 DO CÓDIGO CIVIL ALTERADOS PELA LIBERDADE ECONÔMICA observam que “embora a nova Lei de Liberdade Econômica tenha ressaltado a valoração da autonomia da vontade, a função social e solidária do contrato, possuem grande relevância social, já que atuam como balizadores da autonomia da vontade, impondo limites para coibir abusos que possam comprometer o desenvolvimento socioeconômico das relações negociais”.

Abordando “as questões que circundam o Right to Repair, utilizando-se como sistema de referência Law and Economics e estabelecendo-se um paralelo entre as previsões desse direito no Brasil e nos Estados Unidos de forma comparada por meio do viés consumerista”, Daniel Barile da Silveira, Jonathan Barros Vita e Samuel Pedro Custodio Oliveira refletem sobre OS CUSTOS SOCIOECONÔMICOS DO CONSERTO: UMA ANÁLISE

COMPARADA DO DIREITO DE REPARAR, observando “que, apesar de o direitos de reparar já existir em certos aspectos nos Estados Unidos e de forma mais abrangente nas leis brasileiras, o fato de as empresas insistirem em descumprir até mesmo os parâmetros já positivados evidencia que a mera criação de leis se mostra insuficiente sem a correspondente sanção que torne o racional a se fazer cumprir a legislação e não apenas a ver como mais um custo operacional que pode ser internalizado”.

Apresentando como “objetivo analisar os impactos da globalização no desenvolvimento econômico”, Olivia Oliveira Guimarães, Daniel de Souza Vicente e Karen Beltrame Becker Fritz oferecem o artigo OS IMPACTOS DA GLOBALIZAÇÃO NO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO DE PAÍSES EM DESENVOLVIMENTO. Conforme os autores, “os resultados mostram que a globalização pode oferecer oportunidades significativas para o crescimento econômico, por meio do aumento do comércio internacional, investimentos estrangeiros e transferência facilitada de conhecimento e tecnologia” permitindo o desenvolvimento colaborativo dos países.

As autoras Juliana De Farias Nunes, Clara Rodrigues de Brito e Lidiana Costa de Sousa Trovão, por meio do artigo PATROCÍNIO DAS EMPRESAS ESTATAIS AO ESPORTE E CULTURA: PONDERAÇÃO ENTRE PROMOÇÃO CULTURAL E LUCRO DE ARTISTAS FAMOSOS apresentam em sua pesquisa a “análise do patrocínio das empresas estatais ao esporte e cultura, apontando-se como ponto de intersecção sobre a ponderação entre a promoção cultural e o lucro dos artistas famosos”. Verificam-se, no texto, “os requisitos para concessão do benefício, sob o espreque do patrocínio corporativo de empresas estatais ao esporte e a cultura, cujos investimentos foram bastante discutidos nos últimos anos. Destaca-se, que a pesquisa acadêmica sobre esse tipo de patrocínio possui como ferramenta, a revisão interdisciplinar de pesquisas realizadas sobre patrocínio no Brasil, em fomento à economia criativa”.

Gustavo Anjos Miró e Oksandro Osdival Gonçalves, compartilham no artigo A PERPETUAÇÃO DO PROGRAMA EMERGENCIAL DE MANUTENÇÃO DO EMPREGO E DA RENDA COMO POLÍTICA DE ENFRENTAMENTO DE ESTADOS DE CALAMIDADE PÚBLICA, que a “pandemia da Covid-19, levou o Governo Federal brasileiro a adotar políticas de proteção ao emprego e à renda da população como forma de mitigar os efeitos socioeconômicos causados pela crise sanitária. O principal instituto adotado para este fim foi o Programa Emergencial de Preservação do Emprego e da Renda, que, além de garantir a estabilidade provisória do empregado com carteira assinada que aderisse ao programa, pagava a este um Benefício Emergencial (BEm), com o objetivo de não prejudicar a renda do trabalhador”.

Camila Motta de Oliveira Lima, com o artigo **POLÍTICA PÚBLICA DE REGULAÇÃO PRÓ-INOVAÇÃO E REESTRUTURAÇÃO DO SISTEMA FINANCEIRO BRASILEIRO: O CASO DAS FINTECHS**, “faz um estudo da política pública de regulação promovida pelo Banco Central do Brasil a fim de incentivar a inovação no setor financeiro e sua consequente reestruturação do setor ” buscando “demonstrar o papel das fintechs para aumentar a concorrência no setor financeiro brasileiro, sob a ótica da Análise Econômica do Direito”.

Marcelo Benacchio e Mikaele dos Santos, por meio do artigo **REGULAÇÃO ESTATAL DE DISPUTE BOARD: UMA PERSPECTIVA FRENTE AO RACIOCÍNIO JURÍDICO-ADMINISTRATIVO**, propõem “uma observação acerca da convergência de valores entre os fundamentos da regulação brasileira do setor econômico com os estímulos à inovação, citando como exemplo prático a adoção do Dispute Board (DB) em contratos administrativos celebrados pela Prefeitura de São Paulo, com o marco regulatório da Lei nº 16.873/ 2018. Nesse sentido, será possível pensar sobre a incorporação dessa sistemática nos contratos, e os valores já preconizados em normas legais, com as políticas públicas realizadas”.

Ainda **BENACCHIO** e **SANTOS** apresentam um outro texto que colabora com esta obra ao estudar o tema **SOBERANIA E SOLUÇÃO DE PROBLEMAS A PARTIR DE POLÍTICAS INTEGRATIVAS SOB A PERSPECTIVA DE COOPERAÇÃO INTERESTATAL**, visando “demonstrar, a partir da soberania estatal na pós-modernidade e da necessidade de harmonização entre os atores globais, a viabilidade de políticas integrativas para a proteção dos direitos humanos e desenvolvimento social, com práticas comuns”, como desafio ao mundo globalizado.

Rogério Luiz Nery Da Silva e Karolyne Aparecida Lima Maluf apresentam um texto cujo “tema da pesquisa são os tipos societário mais sustentáveis para atividade rural, como recorte, encaminha-se um estudo estratégico para a análise e eleição do tipo societário. A problemática consiste em questionar a necessidade de investigação da opção societária com melhor desempenho no âmbito do agronegócio se a do tipo cooperativa ou a construção de uma holding? A justificativa da pesquisa se ancora na mandatória reorganização ou reengenharia societária capaz de induzir melhoras significativas no desempenho societário e, por via de consequência, no aproveitamento de capital, economicidade e avanço das empresas”. Assim, o questionamento, título do artigo... **SUSTENTABILIDADE SOCIETÁRIA NO AGRONEGÓCIO: HOLDING OU COOPERATIVA?**

Ainda abordando as inovações tecnológicas no setor alimentício, Flávia Thaise Santos Maranhão, Ana Cristina Duarte Pereira Murai e Jonathan Barros Vita, com o artigo **TECNOLOGIA ALIADA À SUSTENTABILIDADE: ANÁLISE DA FOODTECH NOTCO**

E SUAS IMPLICAÇÕES POSITIVAS E NEGATIVAS PARA O MEIO AMBIENTE, com o escopo de “compreender a atuação da Notco, startup Chilena, que lançou no mercado produtos livres de qualquer ingrediente de origem animal e tem na sustentabilidade, sua premissa, usando tecnologia de ponta para produzir em escala alimentos com características nutricionais e de sabor bem similar aos ingredientes de origem animal. Na realização da pesquisa observou-se que muitos setores vêm mostrando que é possível ter lucro, inclusive ambiental e social, ao fazer substituições na produção de alimentos, utilizando plantas, favorecendo, assim, o respeito à sustentabilidade”.

Honradas pela oportunidade de aprender os trabalhos aqui apresentados e compartilhar o avanço da pesquisa brasileira com a comunidade latino-americana, desejamos uma proveitosa e inspiradora leitura!

Buenos Aires, 13 de outubro de 2023.

Carolina Medeiros Bahia - Universidade Federal de Santa Catarina

Karen Beltrame Becker Fritz - Universidade de Passo Fundo

Viviane Coêlho de Séllos Knoerr – Centro Universitário UNICURITIBA



## **DO MECENATO FISCAL À SOLIDARIEDADE SOCIAL: A RESPONSABILIDADE SOCIAL DA EMPRESA NA PROMOÇÃO DA CULTURA BRASILEIRA**

### **FROM FISCAL PATRONAGE TO SOCIAL SOLIDARITY: THE SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS IN PROMOTING BRAZILIAN CULTURE**

**Samuel Pedro Custodio Oliveira <sup>1</sup>**

**Daniel Barile da Silveira <sup>2</sup>**

#### **Resumo**

O presente artigo analisou a função social, econômica e, acima de tudo, solidária da empresa na promoção da cultura nacional. Na abordagem utilizou-se o método dialético e comparativo, dialogando sobre as concepções de Empresa e de Cultura no mercado e na constituição, bem como sobre o mecanismo atual de financiamento e um possível implemento futuro, categorizando a pesquisa como exploratória e empregando-se, como procedimentos, o bibliográfico e documental. A pesquisa dividiu-se em três etapas. Primeiramente, foi apresentada a visão dos conceitos de Empresa e Cultura por meio do contraste entre as perspectivas neoliberal e constitucional. Em segundo lugar são abordadas as formas atualmente utilizadas para o financiamento e promoção da cultura, especificamente a Lei Rouanet e no projeto de Lei Procultura. Em seu último e derradeiro tópico, será explorada a solidariedade social como instrumento necessário para a Empresa efetivamente cumprir sua função cultural. A justificativa para o estudo da temática é pautada academicamente na escassez de artigos de direito com este escopo e pautada socialmente na importância da preservação da cultura como formador de identidade e unidade nacional, além do efeito multiplicador econômico do mercado cultural. Concluindo, notabiliza-se que somente por meio da cooperação efetiva e responsável entre o Estado e a Empresa, concretizando o objetivo fundamental da República de solidariedade e justiça social, que será possível preservar e promover a identidade cultural nacional diante do contexto de desigualdade, globalização e efemeridade da modernidade.

**Palavras-chave:** Cultura, Empresa, Globalização, Modernidade líquida, Patrocínio

#### **Abstract/Resumen/Résumé**

This article analyzed the social, economic and, above all, solidary function of the company in promoting national culture. In the approach, the dialectic and comparative methods were utilized, discoursing the conceptions of Company and Culture in the market and in the

---

<sup>1</sup> Mestrando em Direito pelo PPGD UNIMAR (Programa de Pós-Graduação em Direito da Universidade de Marília/SP). E-mail: Samuel\_Oliveira@proton.me.

<sup>2</sup> Pós-doutor em Democracia e Direitos Humanos pela Universidade de Coimbra – Ius Gentium Conimbrigae. Doutor em Estado, Constituição e Sociedade pela Universidade de Brasília. E-mail: danielbarile@hotmail.com.

Brazilian Constitution, as well as regarding the current financing mechanism and a possible future implementation, classifying the research as exploratory and using, as procedures, bibliographic and documentary survey. The research was divided into three stages. Firstly, the vision of the concepts of Company and Culture has been presented through the contrast of the neoliberal and the constitutional perspectives. Secondly, the forms currently used for financing and promoting culture are addressed, specifically the Rouanet Law and the Procultura Law project. Finally, the topic of social solidarity will be explored as a necessary instrument for the Company to effectively fulfill its cultural function. The justification for studying the subject is academically based on the scarcity of juridical articles with this scope and socially based on the importance of preserving culture as a maker of identity and national unity, in addition to the economic multiplier effect of the cultural market. In conclusion, it is noted that only through effective and responsible cooperation between the State and the Company, realizing the fundamental objective of the Republic, namely solidarity and social justice, will it be possible to preserve and promote the national cultural identity in the context of inequality, globalization, and ephemerality of modernity.

**Keywords/Palabras-claves/Mots-clés:** Culture, Company, Globalization, Liquid modernity, Sponsorship

## INTRODUÇÃO

O presente artigo pretende investigar os deveres que a Constituição de 1988 impõe sobre a empresa em relação à promoção e preservação da cultura nacional diante do cenário de globalização e neoliberalismo que seguiu a promulgação da Carta Magna, apresentando concepções, a princípio, contrastantes de empresa, de função social dos negócios e de cultura.

Diante de tais apontamentos, surge como problema a conciliação entre essas visões no tocante à promoção cultural de forma plural e democrática no território nacional, posto a cultura ser essencial, especialmente em países subdesenvolvidos no contexto da globalização, para manter a identidade popular e união nacional, bem como os laços sociais e intergeracionais.

A investigação dessa problemática se justifica do ponto de vista acadêmico, posto que pesquisas nos buscadores do Google Acadêmico e da SciELO revelam escassez de pesquisas sobre a ligação entre cultura e empresa no campo jurídico, apesar da importância social do tema, uma vez que a cultura é necessária para a formação da identidade nacional e a disseminação de suas várias formas e pluralidade ser imprescindível para a formação de uma sociedade livre de preconceitos e solidária, além de ser notável economicamente, eis que o mercado cultural movimenta vultosa quantidade de recursos e empregos.

Diante disso, o presente escrito se divide em três partes.

No primeiro capítulo, se apresentará as duas visões contrastantes sobre empresa e cultura, uma referente a como os conceitos são tratados na Constituição, onde a empresa tem função social, que é também cumprida por meio da promoção cultural, e a outra referente a visão de mercado globalizado desses conceitos, onde a empresa tem a função precípua de obtenção do lucro e a cultura também é posta na lógica de mercado.

Avançando para a segunda parte, será dissertado sobre as formas previstas juridicamente para a promoção cultural por parte da empresa. Em um primeiro momento apresentando a forma atual de financiamento pela sistemática da Lei Rouanet. Em segundo lugar, a lógica de financiamento do Projeto de Lei Procultura que visa solucionar os problemas existentes no modelo presente.

Por fim, em seu terceiro e derradeiro capítulo, será explanada a perspectiva da solidariedade social como condutor ideal e necessário para essa promoção plural e democrática da cultura, além de servir de redutor de desigualdades sociais e regionais no âmbito cultural.

Com isso, se objetiva chegar a um caminho onde empresa, Estado e sociedade, pautados pela Constituição de 1988, possam cooperar para a mudança de paradigma e solucionar as questões que envolvem o financiamento e preservação da cultura nacional.

Por conseguinte, a pesquisa utilizará como material livros sobre o tema cultura e globalização, artigos científicos, legislação pertinente e dados do IPEA e IBGE quanto ao financiamento cultural, se dando, portanto, pela revisão bibliográfica e documental, utilizando como método o dialético, posto que se busca chocar as perspectivas do mercado e da Constituição, da Lei Rouanet e do Procultura, da materialidade do fato e da idealização jurídica, buscando o resultado com o confronto dessas perspectivas.

## **1. CULTURA E MERCADO**

Antes de se adentrar especificamente na abordagem do financiamento da cultura no Brasil, cabe situa-la enquanto conceito, depurar seu significado e sentido jurídico, sendo necessário o cabedal histórico, antropológico e constitucional para traçar contornos a sua polissemia e avançar para a uma abordagem política significativa.

Ao longo da história recente, o conceito de cultura passou por várias mudanças na extensão de sua carga semântica, acompanhando também o espírito dos tempos e das mudanças sociais, dotando o conceito de certa imprecisão nos dias atuais, se falando em cultura pop, popular, erudita, empresarial, de mercado e muitas outras.

Porém, primeiramente, até o século XVII, cultura tinha sentido de cultivar o solo (DA CUNHA, 1982, p. 233). A partir de então, surge a concepção clássica, conforme entendimento antropológico, em que a cultura se liga ao conceito de civilização e de cultivar a alma, passando então para concepção descritiva tratando do “modo de vida de um povo, em que se incluem suas atitudes, valores, crenças, artes, ciências, modos de percepção e hábitos de pensamento e de ação” (BLACKBURN, 1997, p. 85), então segue-se para a interpretação simbólica ligando a cultura ao procedimento semiótico onde a cultura se trata de padrões de significado incorporados em formas simbólicas partilhadas e, por fim, a concepção estrutural que parte da análise simbólica, mas a coloca em processos e contextos historicamente específicos e estruturados socialmente (THOMPSON, 1995, pp. 165-212).

Assim como o conceito de cultura, os paradigmas de racionalidade norteadores do macro sistema jurídico brasileiro também mudaram muito ao longo da história, influenciando a visão de governo quanto ao tema. É fato que a Constituição de 1988 (CF/88) não poupou esforços em mudar a racionalidade que era centrada no indivíduo e na segurança do Estado para uma centrada na coletividade e na segurança da Nação, tendo fim último a promoção do bem comum, conforme os ditames da justiça social e da dignidade da pessoa humana.

Dentre os elementos constitutivos e característicos dessa nação, há, segundo Mancini (1851) e Filomeno (2000), elementos naturais (raça, língua e território), elementos históricos (tradição, costumes, religião e leis) e, por fim, um elemento psicológico (consciência nacional - vínculo sentimental/sociológico que deve ser renovado a cada dia). Como se pode ver, a cultura será necessária para todos esses elementos, seja em forma de léxico linguístico, sejam as tradições, costumes, leis e religião de um povo, seja na formação da consciência de si enquanto participante em uma comunidade, elementos que somados constituirão o “Brasileiro”.

Não só isso, os mitos comuns que interconectam pessoas, nisso incluído a cultura, segundo Harari (2018), representaram o marco chamado revolução cognitiva que permitiu que pessoas se conectassem e cooperassem em grupos superiores a 150 indivíduos, sendo essa construção simbólica comum necessária, portanto, para a operacionalização de Estados, de sociedades complexas e de empresas.

No caso do Brasil, a cultura é riquíssima e plural entre as regiões com vocabulário, músicas e vestimentas típicas, bem como arquitetura, culinária e acervos históricos culturais. Sendo certo que o Brasil possui atualmente 23 locais considerados Patrimônio da Humanidade reconhecidos pela UNESCO, sendo 15 deles patrimônios culturais (UNESCO, [s.d.]), além dos inúmeros bens materiais e imateriais tombados e no acervo do IPHAN.

Diante disso, fica claro o porquê de a Constituição de 1988 privilegiar esse tema, o elencando em uma seção própria no título VIII, capítulo III, do compendio constitucional. Não obstante, conquanto a referida seção somente trazer três artigos específicos, a cultura e os elementos que a constituem estão permeados em diversas partes do texto, de modo que é necessário uma interpretação sistêmica de seu escopo jurídico, ainda que mesmo isso não seja suficiente para a depuração completa desse significante, uma vez que a escolha constitucional se deu no sentido de manter o conceito “de forma ampla o suficiente para acomodar ações políticas de tipos diferenciados, capazes de organizar diferentes objetivos e com diferentes graus de abrangência e formatos” (SILVA, 2021, p. 13).

Iniciando pela seção específica da cultura, se tem no artigo 215 o dever do Estado de garantir a todos o pleno exercício dos direitos culturais e acesso às fontes da cultura nacional, bem como o dever de apoio e incentivo a valorização e a difusão das manifestações culturais (BRASIL, 1988), direito fundamental de segunda dimensão segundo Sarlet (2009, pp. 47-48), sendo que “ao contrário das liberdades públicas, os direitos sociais, econômicos e culturais pressupõem a existência de situações de desigualdade e necessidade entre os seres humanos, e têm por escopo alcançar uma igualdade efetiva através da intervenção do Estado” (DINIZ, 2008, p. 34).

Em seguida, é definido em seu art. 216 que o patrimônio cultural brasileiro é formado por “bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, **portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira**” (BRASIL, 1988, \*grifo nosso), descrição que lembra tanto a concepção descritiva quanto a estrutural de cultura, acima mencionadas. Para mais, é dada competência comum a União, estados e municípios para a proteção e promoção do acesso a esses bens, na forma do art. 23, incisos III, IV e V, da CF/88.

Todavia, apesar de o trecho destacado fazer expressa referência à memória dos grupos formadores da sociedade brasileira, é de se destacar que, quando se fala em cultura brasileira, não se refere apenas ao produzido pela mistura negra, indígena e europeia durante o período colonial, mas sim tudo o que é produzido e autenticamente brasileiro, desde a colonização até hoje (LEITE; PITTA, 2016, pp. 49-50).

Outrossim, conforme explica Darcy Ribeiro (1995, pp. 30 e 128), a reconstrução da cultura originária em toda a sua complexidade de dois desses grupos formadores é impossível, pois só temos o testemunho do invasor europeu, que agiu pela nulificação da cultura dos demais grupos, além disso, o autor coloca a formação do primeiro brasileiro como uma separação desses grupos originários, identificando o primeiro brasileiro consciente de si como o mameluco, mestiço na carne e espírito, que não se identificava com os americanos originários, por ele desprezados, e nem era identificado pelos europeus, que o desprezavam. Conforme a interação entre esses grupos e presença predominante de cada um deles pelas regiões, se formou diversas culturas regionais e locais que coexistem até o presente, apesar do desprezo introjetado na sociedade a duas dessas fontes culturais, preconceito ainda presente voltado para a cultura periférica.

Prosseguindo, a Constituição em seus arts. 216, § 1º, e 216-A, caput e § 1º, incisos IV e VI, expandem essa função de promoção da cultura nacional, descrevendo que para além do Poder Público, a comunidade deve colaborar nesse sentido. Deve haver cooperação entre os entes federados, os agentes públicos e privados atuantes na área cultural, havendo uma complementaridade nos papéis dos agentes culturais (BRASIL, 1988).

Mais do que isso, o art. 219 traz que o mercado interno será incentivado de modo a viabilizar o desenvolvimento cultural e socioeconômico do Brasil (BRASIL, 1988), que aliado ao país ser signatário da Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais, que em seu art. 2º, parágrafos 5º e 6º, elenca a cultura como um dos motores do desenvolvimento e estabelece o princípio da complementariedade dos aspectos

econômicos e culturais do desenvolvimento e o direito fundamental de acesso e participação popular na cultura (BRASIL, 2007).

Portanto, é certo que a cultura deve ser promovida em cooperação e complementariedade entre o Estado, sociedade e o mercado, sendo, por conseguinte, atribuída às funções da empresa também o papel de agente cultural.

Contudo, o Brasil, que nunca foi plenamente um estado de bem-estar social, sendo um país com capitalismo tardio, se tornou um setor periférico e satélite do capital internacional, importando seus principais princípios econômicos, jurídicos e políticos (PRADO JÚNIOR, 1983, p. 346) (IANNI, 1996, p. 114), sendo certo que a lógica econômica e social que seguiu a Constituição foi a neoliberal, especialmente com os governos Collor e FCH, apresentando um choque de realidades.

A constituição impõe que o Estado e a sociedade ajam e organizem em prol da promoção cultural, bem como atribui que, por fazerem parte do tecido social, as empresas devem se legitimar perante essa sociedade cumprindo sua função social, enquanto a racionalidade neoliberal prega que o Estado tenha função contida no sentido de manter a competitividade dos mercados existentes e criar mercados onde esses não existam, enquanto as empresas devem ter interesse exclusivo no lucro, podendo ser resumido com a *Friedman doctrine*, cuja noção era de que a única função social dos negócios é o mero aumento de lucros. Visão que pode ser resumida com a seguinte constatação de Milton Friedman durante entrevista ao *New York Times* sobre seu *best seller* “Capitalismo e Liberdade”:

Por isto que, em meu livro “Capitalismo e Liberdade”, eu a chamei de “doutrina fundamentalmente subversiva” em uma sociedade livre, e disse que em tal sociedade, “há apenas uma e somente uma responsabilidade social dos negócios – usar seus recursos e se engajar em atividades voltadas a aumentar seus lucros, desde que permaneça dentro das regras do jogo, ou seja, participando da competição livre e aberta sem enganos ou fraudes. (FRIEDMAN, 1970, tradução nossa)

Outrossim, complicando o plano cultural brasileiro, para além do neoliberalismo, soma-se a esse a problemática da Globalização.

Apesar das promessas de volta do crescimento da era de ouro do capitalismo pós segunda guerra mundial feitas pelos defensores do neoliberalismo e do crescimento e aperfeiçoamento mútuo dos países pela globalização, o que ocorreu é que o padrão aspirado de consumo promovido pelo marketing foi o único e verdadeiro produto globalizado e veio numa esteira de afirmação de identidade cultural dos países centrais do capitalismo. Convencionada a expectativa de consumo, se tem que o conjunto dos cidadãos dos mais diversos locais passam a ter em sua consciência os elementos de felicidade, de aceitação pelo grupo e estética em uma forma padronizada, mas as condições de produzir, empreender, financiamento, juros,

empréstimo e domínio tecnológico são dramaticamente nacionais, sendo preciso o diagnóstico de Celso Furtado (1974, pp. 75-76) ao afirmar que o processo de globalização foi concentrador de riquezas, sendo o desenvolvimento econômico é um mito inalcançável para os países periféricos.

No mundo moderno/pós-moderno, segundo interpretação de Bauman (2001 e 2013), a individualidade e formação de identidade de grupo não se dá em termos de padrões culturais nacionais consolidados, e sim por meio do consumo globalizado. Se compra uma identidade, uma personalidade, uma cultura enquanto mercadoria para mercadorias.

Segundo Bauman (2013), reconstruindo esse processo de transformação dos significados de cultura, inicialmente ela servia como instrumento de divisão de classes que assinalava as hierarquias sociais, estava a serviço da manutenção do *status quo*. Em um segundo momento, com o iluminismo, a interpretação se voltou para o sentido de civilização, de uma missão de “educar” as massas e refinar seus costumes, bem como da “missão do homem branco de salvar os selvagens”. Porém, com a modernidade líquida, a cultura passou a consistir em ofertas competindo para seduzir a massa de consumidores, subjugada pela lógica da moda, lucro e da transitoriedade.

Porém, se a cultura se tornou um mercado em aberta competição, tendo o processo de globalização gerado a correlação entre felicidade e o padrão de consumo, a vantagem competitiva dos padrões culturais também se encontrará balizada pelo lucro e pelo atingimento da maior massa de consumidores, perpetuando assim a afirmação cultural dos países centrais do capitalismo, em detrimento das culturas locais que não tem tantos recursos e incentivos para se manterem.

Diante do exposto se verifica o choque entre duas visões, a constitucional no sentido de preservação e ação direta do Estado em conjunto com as empresas e sociedade para a preservação, acesso e promoção da cultura nacional, enquanto a visão que se seguiu, capitalista de mercado, foi a de intervenção mínima do Estado e liberdade das empresas para buscar o lucro, sendo que, balizado pelo lucro, as empresas têm incentivo de promover a cultura julgando a mais vendável e não a com maior mérito cultural ou formadora da consciência nacional.

O embate de visões é visto até mesmo na ordem econômica constitucional, que em seu art. 170 funda a ordem econômica tanto na livre iniciativa e livre concorrência, demonstrando que o Brasil é um país capitalista de mercado, mas também afirma que a atividade econômica tem como princípio a função social da propriedade e o fim assegurar a todos existência digna conforme os ditames da justiça social.



Por conseguinte, assim como foi necessária a conciliação entre os conceitos relacionados a ordem econômica, tendo o Supremo Tribunal Federal reconhecido na ADI 319 que a CF/88 busca conciliar os fundamentos da livre iniciativa e livre concorrência com os ditames da justiça social e redução das desigualdades (BRASIL, 1993), visão dialética que também deve ser aplicada à empresa e à cultura diante das contradições observadas entre a racionalidade de mercado e a imposição constitucional, devendo, portanto, haver uma supressão do antigo conceito de empresa enquanto ser autônomo para a realização do lucro, para um ser coletivo de promoção social.

A Empresa Individual de Responsabilidade Limitada, deve se tornar a Empresa Solidária com Responsabilidade Social, colocando que o lucro é sim o meio do empreendimento empresarial, mas seu fim deve ser a justiça social, devendo todo desenvolvimento econômico proporcionar equivalente engrandecimento social. Esse é o sentido da função social da propriedade insculpido na Constituição.

Segundo o descrito por Ana Frazão (2011, pp. 103 e 199), assim que positivado expressamente na Constituição o reconhecimento da função social da propriedade e da empresa, toda a doutrina e jurisprudência se organizou no sentido de além dos limites negativos impostos a utilização da propriedade, consequentemente existe a exigência da atuação positiva do proprietário do bens de produção no cumprimento das leis e em favor do interesse social, sendo o exercício da atividade empresarial condicionado à justiça social, prestação positiva que inclui a promoção da cultura nacional, na forma da recomendação constitucional e legal.

Por fim, explicitando derradeiramente a ligação entre a função social da empresa e a promoção da cultura pela empresa, se tem no Projeto de Novo Código Comercial – PL nº 1572/2011 – que:

**Art. 7º. A empresa cumpre sua função social ao gerar empregos, tributos e riqueza, ao contribuir para o desenvolvimento econômico, social e cultural da comunidade em que atua, de sua região ou do país, ao adotar práticas empresariais sustentáveis visando à proteção do meio ambiente e ao respeitar os direitos dos consumidores, desde que com estrita obediência às leis a que se encontra sujeita. (CÂMARA DOS DEPUTADOS, 2011, \*grifo nosso)**

De qualquer forma, entre retóricas e evidências, entre quimeras e realidades, entre intervencionismo e liberalismo, o fato é que, primeiramente foi aprovada a Lei Sarney em 1986 para o financiamento da cultura brasileira, porém logo ela foi revogada e substituída pela Lei Rouanet em 1991, lei criada e promulgada pelo governo Collor – governo abertamente neoliberal e desestatizante – tornando-se logo a principal fonte de custeio da área.

## **2. O FINANCIAMENTO CULTURAL**

## 2.1. LEI ROUANET

Conforme dito acima, atendendo às metas culturais da CF/88, foi promulgada a Lei nº 8.313/91, popularmente conhecida como Lei Rouanet, instituindo o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) com a finalidade de captar e canalizar recursos para o setor, de modo a proteger as culturas dos grupos originários e promover a regionalização da cultura nacional, a valorização dos conteúdos locais e contribuir para facilitar o acesso e o exercício dos direitos culturais, conforme dispõe o art. 1º da lei (BRASIL, 1991), sendo até o presente a principal forma de participação empresarial na promoção cultural brasileira.

A citada lei traz três fontes de custeio da cultura nacional, as operando da seguinte forma: a) Fundo Nacional da Cultura (FNC), voltado a amparar projetos com mérito cultural, equilibrar a distribuição de recursos entre os estados da federação e fortalecer projetos conforme o interesse da comunidade, sendo formado por dotações orçamentárias do tesouro nacional e outras verbas públicas previstas no art. 5º da Lei Rouanet (BRASIL, 1991); b) Fundos de Investimento Cultural e Artístico (Ficart), formado por quotas com ganho de capital não tributado, estabelecidas pela Comissão de Valores Mobiliários e voltadas ao financiamento de produções comerciais e lucrativas; e c) Incentivo a projetos culturais, permitindo que pessoas físicas e jurídicas que possam abater porcentagens do imposto sobre a renda doando ou patrocinando obra culturais, sendo, portanto, uma renúncia fiscal do Estado.

Do ponto de vista do produtor cultural, artista ou instituição que deseja financiamento de sua produção cultural por meio da Lei de Incentivos, deve-se submeter o projeto cultural ao Ministério da Cultura para, após avaliação do cumprimento dos requisitos do art. 25 da Lei nº 8313/91, receber a chancela da Lei de Incentivo à Cultura, e, então, uma vez aprovado, poder captar recursos junto a doadores e patrocinadores.

Do ponto de vista da empresa que visa participar do financiamento de projetos culturais, ela pode escolher os projetos chancelados pelo órgão e os apoiar por meio de doação ou patrocínio. Este permite o marketing cultural em que a empresa tributada pelo lucro real financie a cultura em troca de publicidade para a sua marca (SARRETA, 2016), permitindo uma dedução de 30% do valor em seu imposto de renda, enquanto a doação permite que empresas tributadas com base no lucro real financiem a cultura, sem, contudo, divulgação na mídia por meio de verba incentivada (SARRETA, 2016), permitindo dedução de 40% do valor em seu imposto de renda, conforme art. 26 da Lei Rouanet, porém o Decreto Regulamentar nº 10.755/2021, em seu art. 28 permite que as deduções sejam de 100% do valor doado, limitado,

todavia, a porcentagem máxima de dedução de 4% do total devido a título de imposto de renda por imposição do em seu art. 30, § 2º, do mesmo decreto (BRASIL, 2021).

No entanto, como se pode ver, apesar da Lei aumentar a participação direta e indireta do Estado na promoção cultural, as empresas permaneceram poupadas da disposição constitucional de complementar a atuação do estatal, posto que a participação trazida pela lei se dá por meio de renúncia fiscal, ou seja, recurso que seria público, mas que a Lei permite que as empresas os utilize indicando projetos culturais em que serão aplicados, não trazendo nenhum ônus ou responsabilidade a mais para esses entes privados.

Segundo o IPEA, o resultado da lei foi, em primeiro lugar, o aumento global dos recursos orçamentário e fiscais, havendo um aumento dos recursos provenientes dos incentivos fiscais na participação na composição total dos recursos saindo de 7,9% em 1995 para 53,49% em 2010 (BARBOSA; FREITAS FILHO, 2015, pp. 12-13).

Ademais, foi também observado aumento dos gastos públicos indiretos de 33,64% para 91,08% entre 1995 e 2010, ou seja, a participação das empresas em termos de recursos próprios caiu vertiginosamente de 66,4% em 1995 para 8,92% em 2010 (DA SILVA; FREITAS FILHO, 2021, pp. 117-118), sendo certo que, se a lei tinha o objetivo de formar um mecenato privado com as empresas brasileiras, ela falhou drasticamente.

Com o passar dos anos, tal processo, somente se intensificou. Segundo o IBGE, em 2018 “os incentivos fiscais à cultura somaram R\$ 1,295 bilhão em 2018 - sendo R\$ 1,272 bilhão via renúncia fiscal (98,2%) e R\$ 23 milhões (1,8%) efetivamente investidos pelo setor privado” (IBGE, 2018).

Outrossim, o Comitê de Monitoramento e Avaliação de Políticas Públicas Federais do IPEA, em sua análise, descreve que com o passar do tempo, o uso da Lei passou a fazer parte do marketing institucional das empresas financiado pelo gasto tributário indireto do Estado. Para além disso, como as empresas que decidem o destino desses recursos, os artistas proponentes não agem com a estratégia direcionada ao público, mas apenas para a captação, onde empresas, em geral, não consideram os méritos culturais do projeto, mas tão somente o retorno de imagem (DA SILVA; ZIVIANI, 2018).

Além desse fato de que “quem paga a banda escolhe a música”, há previsão no art. 27, § 2º, da Lei Rouanet que permite a injeção de recursos em instituições culturais sem fins lucrativos criadas pelo “doador” ou ‘patrocinador” (BRASIL, 1991), ou seja, é permitido que empresas usem recurso público em suas próprias instituições culturais.

Tal fato de mercadorização da cultura reforça a crítica de que a Lei de Incentivo tem maior inclinação para aprovar projetos culturais voltados para a realização de eventos, como

espetáculos ao vivo, shows e festivais, em detrimento de projetos nas áreas de literatura, biblioteca, museus e centros culturais, seminários e cursos, ou mesmo de manutenção de entidades artístico-culturais, construção e/ou reforma de espaços e aquisição de acervos. A cultura voltada para o mercado também faz com que a maior parte dos recursos favoreça projetos localizados em grandes centros urbanos e com artistas já consagrados, privilegiando a alocação de recursos em locais em que a atividade cultural já é mais intensa e lucrativa, e, portanto, menos necessitada dos recursos (DA SILVA; ZIVIANI, 2018, pp. 48-51).

Para mais, deixando a escolha dos projetos a critério das empresa, essas utilizam uma quantidade relevante de recursos que seriam públicos e que, portanto, deveriam obedecer os princípios do direito financeiro e administrativo, notadamente a indisponibilidade e supremacia do interesse público, e acabam os alocando conforme o interesse privado da promoção de sua marca (LEITE; PITTA, 2016, p. 55).

Tais distorções chegaram a ser questionadas no Processo 034.369/2011-2 do TCU em relação ao evento Rock in Rio 2011 ter captado R\$ 6,7 milhões com incentivos, sendo questionado pelo Ministério Público a concessão de apoio a um festival que não teria problemas para obter patrocínios privados e que teve receitas próprias estimadas em R\$ 34 milhões em contraste com a escassez de recursos para a cultura, indicando inversão de prioridades e desvirtuamento do sentido da Lei Rouanet, bem como questionou a não observância do Ministério da Cultura de pareceres técnicos e o não cumprimento do art. 27, I, do decreto regulamentar 5.761/2006 no sentido de que o patrocínio deve fazer os preços de comercialização de obras ou de ingressos serem mais acessíveis à população em geral. Todavia, no acórdão 191/2016, apesar de recomendar que a Secretária Executiva do MinC “9.2.2. abstenha-se de autorizar a captação de recursos a projetos que apresentem forte potencial lucrativo, bem como capacidade de atrair suficientes investimentos privados independentemente dos incentivos fiscais daquela Lei” (BRASIL, 2016), o acórdão destaca que:


Como analisado, não existem vedações legais para concessão de incentivos fiscais a projetos culturais com potencial de retorno comercial, assim considerados os que têm expectativa de lucro. Ainda que se argumente que projetos de grande porte, vinculados a grandes empresas e/ou a artistas consagrados, com forte potencial de retorno comercial, são, por definição, autossustentáveis, ou seja, teriam condições de se viabilizar por meio de patrocínios privados e/ou receitas próprias, de modo que a concessão de incentivos fiscais nessas condições possibilitaria ganhos desproporcionais por particulares e/ou desperdício de recursos públicos, a Lei não proíbe tal concessão, faz apenas restrição aos montantes do IR dedutíveis conforme seu enquadramento (se no art. 18 ou 26).

Verifica-se, porém, que o art. 9º, inc. II, da Lei Rouanet estabeleceu que ‘a produção comercial de espetáculos teatrais, de dança, de música, canto, circo e demais atividades congêneres’ deve ser considerada como um dos tipos possíveis de projetos culturais para fins de aplicação de recursos do Ficart.

[...] Entretanto, como o Ficart não chegou a ser implementado pelo MinC, tais projetos vêm sendo atendidos, todos, inclusive os de grande porte, por meio do incentivo fiscal, uma vez que o FNC não pode ser utilizado para apoiar empresas com fins lucrativos. (BRASIL, 2016)

Tais críticas não se tratam apenas de retórica sem evidência, os dados mostram que 1% dos proponentes, em 15 anos, receberam 26,6% da totalidade dos recursos (DA SILVA; ZIVIANI, 2018, p. 51) e que entre 1993 até 2013, 80% dos recursos foram captados na região sudeste (LEITE; PITTA, 2016, p. 56), provando que a Lei foi antiefetiva do ponto de vista de redução de desigualdades regionais e promoção da regionalização da cultura com valorização a recursos locais posta como objetivo em seu art. 1º, inciso II.

Dados colhidos no último dia do ano 2022 por meio da plataforma SalicNet<sup>1</sup> da pasta da cultura, mostram que essas distorções ainda são uma realidade, sendo que a grande maioria dos recursos captados foram nas regiões sudeste e sul:



RESUMO	2.022	Total
Centro Oeste	52.513.568,93	52.513.568,93
Nordeste	127.837.936,59	127.837.936,59
Norte	21.064.155,07	21.064.155,07
Sudeste	1.462.634.583,96	1.462.634.583,96
Sul	295.570.232,56	295.570.232,56
<b>Total Geral</b>	<b>1.959.620.477,12</b>	<b>1.959.620.477,12</b>

Tabela 1: SalicNet

Além disso, 99,39% dos recursos obtidos com o mecanismo de incentivo foram por meio de gasto tributário indireto do Estado, enquanto somente 0,61% foi proveniente de recursos privados:

<sup>1</sup> Ferramenta disponível para consulta no site: <http://sistemas.cultura.gov.br/salicnet/Salicnet/Salicnet.php>

SalicNet					
Captação, da renúncia e apoio privado por ano/UF					31/12/2022
Unidade da Federação	Captação (A)	Renúncia (B)	% (B/A)	Privado (C)	% (C/A)
Total	1.956.228.884,82	1.944.291.494,14	99,39	11.937.390,68	0,61
Acre	5.011.700,00	5.011.700,00	100,00	0,00	0,00
Alagoas	1.137.528,22	1.117.728,22	98,26	19.800,00	1,74
Amapá	90.900,00	90.900,00	100,00	0,00	0,00
Amazonas	26.805.755,54	26.700.751,54	99,61	105.004,00	0,39
Bahia	16.925.275,12	16.258.012,72	96,06	667.262,40	3,94
Ceará	23.938.924,53	23.010.841,56	96,12	928.082,97	3,88
Distrito Federal	34.509.035,13	33.826.535,13	98,02	682.500,00	1,98
Espírito Santo	18.794.249,08	18.794.249,08	100,00	0,00	0,00
Goiás	9.804.054,12	9.804.054,12	100,00	0,00	0,00
Maranhão	6.850.635,42	6.255.635,42	91,31	595.000,00	8,69
Mato Grosso	10.597.012,10	10.597.012,10	100,00	0,00	0,00
Mato Grosso do Sul	4.733.594,17	4.733.594,17	100,00	0,00	0,00
Minas Gerais	168.710.386,84	167.987.808,37	99,57	722.578,48	0,43
Pará	10.144.097,95	9.996.699,65	98,55	147.398,30	1,45
Paraíba	2.493.676,74	2.493.676,74	100,00	0,00	0,00
Paraná	79.100.270,53	78.788.053,23	99,61	312.217,30	0,39
Pernambuco	26.978.505,42	26.801.405,42	99,34	177.100,00	0,66
Piauí	1.545.494,73	1.545.494,73	100,00	0,00	0,00
Rio de Janeiro	524.413.842,75	521.765.692,12	99,50	2.648.150,63	0,50
Rio Grande do Norte	720.389,26	720.389,26	100,00	0,00	0,00
Rio Grande do Sul	132.868.829,71	131.759.247,41	99,16	1.109.582,30	0,83
Rondônia	1.185.978,42	1.185.978,42	100,00	0,00	0,00
Roraima	308.650,00	308.650,00	100,00	0,00	0,00
Santa Catarina	67.343.878,27	67.173.738,49	99,75	170.139,78	0,25
São Paulo	778.197.986,96	774.545.432,44	99,53	3.652.554,52	0,47
Sergipe	1.561.611,00	1.561.591,00	100,00	20,00	0,00
Tocantins	1.456.622,80	1.456.622,80	100,00	0,00	0,00

Tabela 2: SalicNet

Por tudo, se compreende que, conquanto a Lei Rouanet, no seu componente de incentivos fiscais, tenha sido muito bem-sucedida uma vez que aumentou significativamente o aporte de recursos destinados para a cultura, especialmente com os recursos captados por meio dos incentivos fiscais e ao crescente número de projetos alcançados por essas quantias.

Todavia, também há um grande lado negativo na má distribuição geográfica desses recursos, a recorrência de um pequeno grupo mais palatável para o mercado concentrando a maior parte da distribuição em detrimento de outras áreas que necessitam de proteção, lembrando aqui o incêndio no Museu Nacional cuja causa apontada pelo inquérito da Polícia Federal foi um curto-circuito ocorrido pela falta de manutenção adequada e de investimentos naquele espaço<sup>2</sup>, além do fato de recursos que seriam público estarem sendo destinado conforme interesse publicitário das empresas ao invés do interesse público.

## 2.1. LEI PROCULTURA

<sup>2</sup> Para informações adicionais consultar:

DE SOUZA, Talita. Incêndio no Museu Nacional, no Rio de Janeiro, completa três anos; relembre. **Correio Braziliense**, 28 set. 2018. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/brasil/2021/09/4947344-incendio-no-museu-nacional-no-rio-de-janeiro-completa-tres-anos-relembre.html>. Acesso em: 02 jan. 2023.

SOARES, Ingrid. Pesquisadores culpam falta de investimentos por incêndio no Museu Nacional. **Correio Braziliense**, 28 set. 2018. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/brasil/2018/09/28/interna-brasil.708817/pesquisadores-culpam-falta-investimentos-por-incendio-museu-nacional.shtml>. Acesso em: 02 jan. 2023.

Ante a ponderação das críticas e acertos acima destacados sobre o atual esquema de financiamento da cultura nacional, mediante ampla participação popular e de partes interessadas mediante audiências públicas, a Presidência da República e o Congresso Nacional trabalharam em prol da modificação do sistema.

Para isso, foi criado o Projeto de Lei nº 6.722/2010, conhecido popularmente como Lei Procultura - Programa Nacional de Fomento e Incentivo à Cultura que, se aprovado, revogará a Lei Rouanet e tomará o seu lugar como principal mecanismo de fomento da cultura. Atualmente, o Procultura se encontra em tramitação no Senado sob a nomenclatura Projeto de Lei da Câmara nº 93, de 2014 em posse da CCJ desde 22 de dezembro de 2022.

Segundo justificativas anexas ao projeto de lei, após refletir sobre a baixa porcentagem da população engajada em atividades culturais e da falta de cinemas, teatros, museus e centros culturais em 90% do municípios e, principalmente, na falta de acesso da população à cultura nacional, da concentração geográfica da produção e difusão de obras, diagnosticando ainda que o Brasil é mais consumidor do que produtor de cultura, havendo certa hegemonia de bens e conteúdos culturais estrangeiros, não tendo as leis de incentivo sido acompanhadas de mecanismos eficazes de distribuição e acesso, a lei tem como objetivo vencer esses percalços (CÂMARA DOS DEPUTADOS, 2009).

Para tanto, segundo referidas justificativas, o financiamento da cultura no Brasil passará por uma ampla reforma balanceando a participação da iniciativa privada e do incentivo fiscal, que hoje praticamente se confunde com a política de cultura nacional, os equilibrando com o Fundo Nacional da Cultura e com o orçamento público, fazendo um novo ciclo de desenvolvimento humano e cultural com um sistema de fomento cultural mais justo, equilibrado e sustentável (CÂMARA DOS DEPUTADOS, 2009).

Adentrando no projeto em si, temos que a implementação do programa terá os mesmos mecanismos da Lei Rouanet, ou seja, o Fundo Nacional da Cultura (FNC), doações e patrocínios com incentivos fiscais e o FICART, porém serão somados ao vale-cultura dado a trabalhadores de baixa renda e a programas setoriais de arte internalizados em outras leis.

Diferentemente da Lei Rouanet, que em seu art. 5º dispõe que o FNC é de natureza contábil, o projeto Procultura traz em seu art. 9º que o FNC será de natureza contábil e financeira (SENADO FEDERAL, 2014), ou seja, recursos não utilizados durante o exercício não precisarão serem devolvidos ao tesouro nacional, sendo o saldo reincorporado no novo exercício.

Ademais, para solucionar os problemas de alocação da Lei Rouanet, o projeto prevê em seu art. 12, a criação dentro do FNC de diversos fundos setoriais, além de o art. 10º, § 1º, trazer

a vinculação de 50% do orçamento do fundo para agentes culturais não vinculados a patrocinador ou doador, bem como fortalece o FNC prevendo em seu art. 13, diversas outras fontes de custeio além das já previstas na Lei Rouanet, dispondo no inciso XVI do referido artigo que parte dos recursos captados por meio de doação e patrocínio serão também transferidos para o fundo (SENADO FEDERAL, 2014).

Mais do que isso, no art. 18 do projeto Procultura, a questão da distribuição regional de recursos é diretamente enfrentada trazendo que cada região deve receber no mínimo 10% dos recursos do FNC e que cada estado e o distrito federal deverão receber porcentagem proporcional à relação de sua população com a população total do país (SENADO FEDERAL, 2014).

Quanto ao papel das empresas, a lógica de doações e patrocínio de pessoas físicas e jurídicas permanece, permitindo a dedução global do imposto de renda em 6% para pessoas físicas e em 4% para pessoas jurídicas tributadas com base no lucro real, conforme art. 20, § 1º e incisos, porém permite expandir essa dedução no § 2º do mesmo artigo para 8% para pessoa física e, respectivamente, 6% e 4% para doação ou patrocínio a produtor independente e produtor de pequeno porte para incentivador pessoa jurídica. Noutro giro, os §§ 3º e 4º do art. 20, trazem que a ampliação também pode ser realizada para 5%, desde que todo o numerário que exceder os 4% de limite global seja transferido diretamente para o FNC, podendo ainda ser expandido para 6% se aplicado em projetos culturais pré-aprovados. Contudo, a questão de patrocínio para pessoa ou instituição vinculada ao doador ou patrocinador, permanece como na Lei Rouanet, permitindo a injeção de recursos desde que a instituição vinculada seja sem fins lucrativos, de acordo com previsão no § 2º, do art. 26, do projeto (SENADO FEDERAL, 2014).

Tais mudanças, são vistas de forma majoritariamente positiva, posto que, teoricamente, melhorariam a distribuição dos recursos e atenderiam a mais demandas culturais, trazendo maior equilíbrio ao sistema (LEMOS; BARBALHO, 2012), além de especificamente em relação aos incentivos fiscais, retira a sua predominância e o executa de forma mais estratégica, com melhor análise e critérios variáveis, dialogando com as políticas culturais (OLIVEIRA, 2018).

Porém, também não escapam de ter pontos negativos e quiçá pontos críticos que tragam complicações ainda maiores ao financiamento cultural. Primeiramente, recursos públicos permanecerão sendo utilizados conforme lógica do marketing institucional das empresas que podem, inclusive, ainda formar instituições a elas vinculadas, porém sem fins lucrativos, para receber os aportes. Ademais, ainda que haja fortalecimento do Fundo Nacional da Cultura, concentrando os recursos nos órgãos do Estado, diferentemente dos gastos tributário indiretos,



esses recursos entrarão para a contabilidade governamental e são relevantes para o cálculo de superávit, não estando protegidos de cortes ou contingenciamentos que o governo terá incentivo para fazer a fim de apresentar uma situação fiscal positiva perante os seus credores ou até mesmo para alocar em outras áreas politicamente mais interessantes.

Diante dos apontamentos e críticas acima, desmistificados os problemas e caminhos sobre o papel da Empresa em relação à promoção cultural, primeiramente a nível estratégico disposto na Constituição, seguido para o nível tático representado pela Lei Rouanet e Procultura, chegando, por fim, ao nível operacional diante dos dados colhidos dando um esboço claro da materialidade dos fatos e do movimento da realidade cultural, deve-se buscar soluções na institucionalidade, posto que “a exigência de abandonar as ilusões sobre sua condição é a exigência de abandonar uma condição que necessita de ilusões” (MARX, 2010, pp. 145-146).

### **3. CULTURA DE SOLIDARIEDADE**

Diante do quadro institucional de Estado Democrático de Direito, representado em seu estado mais puro pela Constituição que o rege, as soluções para a quadra de adversidades para alguns e tragédias para outros em relação à participação das empresas na promoção e preservação da cultura nacional também devem partir do texto constitucional somado ao agir material dos agentes que integram esta democracia.

Uma vez esclarecido a insuficiência dos esforços individuais, não podendo os recursos se centrarem no estado e serem sujeitos a contingenciamentos e cortes desmedidos e nem se concentrarem somente na iniciativa privada de modo a servir a interesses mercadológicos das empresas, a autossuficiência não deve continuar a pairar sobre a razão, deve-se buscar na cooperação entre ambos a saída desses percalços.

A própria história da humanidade e o fato de humanos viverem em cidades ou tribos, demonstra a prevalência da união como regra evolutiva da espécie, a gregariedade e, mais do que isso, o agir político são intrínsecos ao ser humano, conforme explana Aristóteles (1991, p. 212), “o homem é um ser político e está em sua natureza o viver em sociedade”, o indivíduo somente se realiza enquanto humano através da comunidade social e política, sendo que na comunidade que se assenta o discernimento do bem e do mal, do justo e do injusto (ARISTÓTELES, 1998, pp. 50-57), e, portanto também é na comunidade e cooperação que se encontra a saída do injusto para o justo.

Esse também é o primeiro objetivo fundamental da república descrito no art. 3º, inciso I, da Constituição de 1988, “construir uma sociedade livre, justa e solidária”, agregando à

liberdade a responsabilidade com a justiça e solidariedade social, terceira dimensão de direitos fundamentais ao lado da fraternidade, conforme destaca Sarlet (2009, pp. 48-49). Objetivos e princípios que não são meras recomendações e sim normas deontológicas e vigentes (FRAZÃO, 2011, p. 183), que marcam o estado democrático de direito com o paradigma de cooperação entre Estado e indivíduos pela afirmação do bem comum.

Conforme reflexão atribuída a Piotr Kropotkin, “a competição é a lei da selva, a cooperação é a lei da civilização”. Os Estados democráticos não têm súditos, têm cidadãos compromissados uns com os outros, devendo participarem ativa e conjuntamente pela afirmação do direito. Mais do que empatia, ou seja, capacidade de colocar-se passivamente no lugar do outro, a solidariedade social impressa na Constituição é o agir diante da situação de desigualdade empaticamente percebida a fim de cessá-la e, assim, atingir a justiça social.

Em conformidade com os ensinamentos de Marcio Diniz (2008, p. 39), a solidariedade enquanto valor, “fornece as bases da convivência social, reconhecida e prefigurada pela sociedade e pelo constituinte, superando-se uma visão atomística e promovendo um senso ou vínculo de comunidade”.

Esse é o sentimento que deve perpassar toda a república, incluindo as empresas. Além de uma função social relacionada ao cumprimento acrítico das disposições legais e estatutárias, insuficiente para o alcance da tutela jurídica projetada, as empresas possuem a função solidária exigindo que a empresa proporcione além do desenvolvimento econômico, a preservação do planeta e o desenvolvimento social (SANTIAGO; BEZERRO, 2017, pp 7-10), neste último incluso o desenvolvimento cultural.

Ademais, apesar de durante toda a exposição se falar em cultura nacional e cultura brasileira, isso não quer dizer impedir o acesso à cultura de outros povos e países, conforme explana o ex-Ministro da Cultura e artista Gilberto Gil:

“Precisa acabar com essa estória que cultura é algo extraordinário. Cultura é ordinário, cultura é igual a feijão com arroz, é necessidade básica, tem que estar na mesa, tem que estar na certa básica de todo mundo. E para isso é preciso que haja sim uma conscientização muito grande, porque muita gente – inclusive muitos dos governantes – acham que a cultura é algo excepcional. A responsabilidade com a cultura é a responsabilidade com a sua própria vida, porque tudo é cultura, toda a acumulação de um povo, toda a acumulação única de realizações múltiplas de um povo é cultura, por isso que a gente fala da cultura política, da cultura científica, a gente fala da cultura religiosa. O papel do Brasil é dizer ‘está na moda, eu estou na moda e comigo está na moda o mundo inteiro, comigo está na moda toda a humanidade’, o papel do Brasil é o papel da fraternidade universal. Nós não viemos aqui pra ser potência hegemônica, não viemos ao mundo pra ser potência hegemônica de nada, nós somos potência solidária com o potencial de todos e de todas as nações.” (GIL, 2020)

Conforme meditação acima, conscientização somada a responsabilidade e cooperação social, esses são os papéis do Estado, sociedade e empresa para preservar e promover a cultura nacional de forma solidária, democrática e plural.

## **CONCLUSÃO**

A modernidade/pós-modernidade trouxe consigo a efemeridade e a submissão ao mercado de consumo para todas as circunstâncias da existência material, fato que somado ao neoliberalismo, acarretou em imensos desafios para a efetivação da tutela jurisdicional referente a proteção e promoção da cultura nacional prevista na Constituição de 1988 que implica complementariedade entre o Estado, o mercado e a sociedade nessa seara.

A cultura se mostra extremamente importante para a união e formação de identidade nacional, a cultura forma sonhos e traça um plano de nação, ela preserva a história e a memória de um povo, liga a geração passada à geração presente, enquanto também registra esse momento atual e galvaniza essa geração mostrando possíveis futuros. No entanto, o choque entre o viés econômico e o viés jurídico quanto ao papel da Empresa na promoção cultural, especialmente a nível infraconstitucional, com a Lei Rouanet e o Projeto de Lei Procultura, revelam fraturas insuperáveis sem a efetiva cooperação e responsabilidade.

A concentração da distribuição de recursos na Empresa por meio de incentivos fiscais como é realizado na Lei Rouanet criou um panorama em que as empresas utilizam recursos que deveriam ser públicos para a sua autopromoção com marketing e sem avaliação do mérito cultural e de desenvolvimento humano dos projetos por elas apoiados, porém aumentou substancialmente os recursos alocados em cultura e nos artistas com trabalho meritório já reconhecido pelo mercado.

Enquanto a centralização dos recursos no Estado por meio do Fundo Nacional da Cultura conforme objetiva o Projeto Procultura, apesar de solucionar certos problemas de distribuição para além do sudeste do país e do apoio de produtores culturais independentes, mantém outros problemas como também dá maior possibilidade de contingenciamento e cortes de verbas da cultura, uma vez que os recursos da pasta são relevantes para a aferição de contas do governo e fazem parte do tesouro comum com outras pastas competindo pela verba.

Diante disso, conclui-se que somente por meio de um pacto democrático e solidário entre Estado, mercado e sociedade, conforme objetivado pela Constituição de 1988, que será possível manter a cultura nacional em toda a sua diversidade. Todavia, a estruturação desse pacto e seu sistema de incentivos para a cooperação deve ser abordado em outro estudo.

## REFERÊNCIAS

ARISTÓTELES. **Ética a Nicômaco**. Coleção Os Pensadores vol. 2. 4. ed. São Paulo: Nova Cultural, 1991. Disponível em: [https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4977081/mod\\_resource/content/1/Etica%20a%20Nicomaco%20%28Aristoteles%29.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4977081/mod_resource/content/1/Etica%20a%20Nicomaco%20%28Aristoteles%29.pdf). Acesso em: 02 jan. 2023. *E-Book*

ARISTÓTELES. **Política**. Edição bilíngue (português-grego) com tradução direta do grego. Tradução de António Campelo Amaral e Carlos de Carvalho Gomes. 1ª ed. Lisboa: Vega, 1998. 668p. ISBN: 972-699-561-2. Disponível em: [https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/357991/mod\\_resource/content/1/Aristoteles\\_Política%20%28VEGA%29.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/357991/mod_resource/content/1/Aristoteles_Política%20%28VEGA%29.pdf). Acesso em: 03 jan. 2023.

BARBOSA, Frederico; FREITAS FILHO, Roberto. **Financiamento cultural**: uma visão de princípios. Rio de Janeiro: IPEA, abril de 2015. 54 p. (Texto para discussão n. 2083). Disponível em: <http://hdl.handle.net/10419/121643>. Acesso em: 30 nov. 2022.

BAUMAN, Zygmunt. **A cultura no mundo líquido moderno**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013. *E-Book*.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BLACKBURN, Simon. **Dicionário Oxford de filosofia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília: Assembleia Nacional Constituinte, 1988. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constitucao/constitucao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constitucao/constitucao.htm). Acesso em: 16 jun. 2022.

BRASIL. **Decreto nº 10.755, de 26 de julho de 2021**. Regulamenta a Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991, estabelece a sistemática de execução do Programa Nacional de Apoio à Cultura - PRONAC, altera o Decreto nº 6.299, de 12 de dezembro de 2007, e o Decreto nº 9.891, de 27 de junho de 2019, e dá outras providências. Brasília: Presidência da República, 2021. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2019-2022/2021/Decreto/D10755.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2022/2021/Decreto/D10755.htm). Acesso em: 22 dez. 2022.

BRASIL. **Decreto nº 6.177, de 1º de agosto de 2007**. Promulga a Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais, assinada em Paris, em 20 de outubro de 2005. Brasília: Presidência da República, [2007]. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2007/decreto/d6177.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/decreto/d6177.htm). Acesso em: 26 dez. 2022.

BRASIL. **Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991**. Restabelece princípios da Lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986, institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) e dá outras providências. Brasília: Presidência da República, [1991]. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/18313cons.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18313cons.htm). Acesso em: 26 dez. 2022.

BRASIL. Supremo Tribunal Federal (Tribunal Pleno). **Ação Direta de Inconstitucionalidade nº 319-4 Distrito Federal**. Relator: Min. Moreira Alves, 1993. Disponível em: <https://redir.stf.jus.br/paginadorpub/paginador.jsp?docTP=AC&docID=918>. Acesso em: 26 dez. 2022.

BRASIL. Tribunal de Contas da União (Plenário). **Acórdão nº 191/2016**. TC 034.369/2011-2. Interessado: Ministério Público junto ao TCU. Órgão/Entidade/Unidade: Secretaria Executiva do Ministério da Cultura. Relator: Ministro-Substituto Augusto Sherman Cavalcanti, 03 de fevereiro de 2016. Disponível em: [https://pesquisa.apps.tcu.gov.br/#/documento/acordao-completo/\\*/NUMACORDAO%253A191%2520ANOACORDAO%253A2016/DTRELEVANCIA%2520desc%252C%2520NUMACORDAOINT%2520desc/0/%2520](https://pesquisa.apps.tcu.gov.br/#/documento/acordao-completo/*/NUMACORDAO%253A191%2520ANOACORDAO%253A2016/DTRELEVANCIA%2520desc%252C%2520NUMACORDAOINT%2520desc/0/%2520). Acesso em: 12 dez. 2022.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. **PL 1572/2011**. Institui o Código Comercial. Brasília: Câmara dos Deputados, 2011. Disponível em: [https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop\\_mostrarintegra?codteor=888462&filename=PL%201572/2011](https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=888462&filename=PL%201572/2011). Acesso em: 22 out. 2022.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. **PL 6722/2010**. Institui o Programa Nacional de Fomento e Incentivo à Cultura - Procultura, e dá outras providências. Brasília: Câmara dos Deputados, [2009]. Disponível em: [https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop\\_mostrarintegra?codteor=730738&filename=PL+6722/2010](https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=730738&filename=PL+6722/2010). Acesso em: 26 dez. 2022.

DA CUNHA, Antônio Geraldo. **Dicionário etimológico Nova Fronteira da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1982.

DA SILVA, Frederico Augusto Barbosa; FREITAS FILHO, Roberto. Desafios para o financiamento das políticas culturais. Rio de Janeiro: Ipea, 2021. In: SILVA, Frederico A. Barbosa da. *et al.* **Direito e políticas culturais**. Rio de Janeiro: Ipea, 2021. DOI: <http://dx.doi.org/10.38116/978-65-5635-016-5>.

DA SILVA, Frederico Augusto Barbosa; ZIVIANI, Paula. A Lei Rouanet e os seus efeitos no campo cultural e na gestão pública. In: SACCARO JUNIOR, Nilo Luiz. *et al.* **CMAP 2016 A 2018: estudos e propostas do Comitê de Monitoramento e Avaliação de Políticas Públicas Federais**. Rio de Janeiro: IPEA, 2018. Disponível em: <http://repositorio.ipea.gov.br/handle/11058/8796>. Acesso em: 09 nov. 2022.

DINIZ, Marcio Augusto de Vasconcelos. Estado Social e Princípio da Solidariedade. **Revista de Direitos e Garantias Fundamentais**, Vitória, n. 3, p. 31-48, jul./dez. 2008. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6136426>. Acesso em: 27 dez. 2022.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Manual de teoria geral do Estado e ciência política**. 4ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.

FRAZÃO, Ana. **Função social da empresa: repercussões sobre a responsabilidade civil de controladores e administradores de S/As**. Rio de Janeiro: Renovar, 2011.

FRIEDMAN, Milton. "A Friedman Doctrine: The Social Responsibility of Business is to Increase Its Profits". The New York Times Magazine, 1970. Disponível em: <https://www.nytimes.com/1970/09/13/archives/a-friedman-doctrine-the-social-responsibility-of-business-is-to.html>. Acesso em: 26 dez. 2022.

FURTADO, Celso. **O mito do desenvolvimento econômico**. 4 ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1974.

GIL, Gilberto. **Gilberto Gil dá uma aula sobre cultura livre**. [S. l.: s. n.], 2020. 1 vídeo (4min58seg). Publicado pelo canal Mídia NINJA. Disponível em: <https://youtu.be/oDYIU27MWzM>. Acesso em: 26 dez. 2022.

HARARI, Yuval Noah. **Sapiens: Uma breve história da humanidade**. 34. ed. Porto Alegre: L&PM, 2018.

IANNI, Octavio. **Teorias da Globalização**. 3. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996.

IBGE. **SIIC 2007-2018: Setor cultural ocupa 5,2 milhões de pessoas em 2018, tendo movimentado R\$ 226 bilhões no ano anterior**. Agência IBGE de Notícias, 2019. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/26235-siic-2007-2018-setor-cultural-ocupa-5-2-milhoes-de-pessoas-em-2018-tendo-movimentado-r-226-bilhoes-no-ano-anterior>. Acesso em: 31 dez. 2022.

LEITE, André Luiz de Aguiar Paulino; PITTA, Rafael Gomiero. Direito fundamental à cultura e a Lei Rouanet. in: **Anais do VI Simpósio Internacional de Análise Crítica do Direito**, p. 47, 2016. Disponível em: [https://siacrid.com.br/repositorio/2016/sistema-constitucional-de-garantia-de-direitos\\_I.pdf#page=47](https://siacrid.com.br/repositorio/2016/sistema-constitucional-de-garantia-de-direitos_I.pdf#page=47). Acesso em: 27 dez. 2022.

LEMOS, Nayana Silva; BARBALHO, Alexandre Almeida. A participação social nas Políticas Culturais: da Rouanet ao Procultura. In: XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste. 2012, [Recife, PE]. **Resumos eletrônicos**. Recife: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2012. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2012/resumos/R32-1622-1.pdf>. Acesso em: 25 dez. 2022.

MANCINI, Pasquale Stanislao. **Della nazionalità come fondamento del diritto delle genti**. Torino: Tipografia Eredi Botta, 1851.

MARX, Karl. **Crítica da Filosofia do Direito de Hegel**. 2. ed. São Paulo: Boitempo, 2010.

OLIVEIRA, Natália Santos Matos. A Contramão de uma Política Pública Neoliberal de Incentivo à Cultura: Um Estudo sobre a Lei Rouanet. **Revista Direito UNIFACS**, n.º 211 (2018). Disponível em: <https://revistas.unifacs.br/index.php/redu/article/view/5224/3340>. Acesso em: 27 dez. 2022.

PRADO JÚNIOR, Caio. **História Econômica do Brasil**. 28. ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1983.

RIBEIRO, Darcy. **O povo brasileiro: a formação e o sentido do Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

SANTIAGO, Mariana Ribeiro; BEZERRA, Eduardo Buzetti Eustachio. Relações de consumo na pós-modernidade: o consumo colaborativo como instrumento de sustentabilidade. **Revista de Direito da Cidade**, v. 9, n. 2, p. 463-481, 2017. DOI: <https://doi.org/10.12957/rdc.2017.26970>.

SARLET, Ingo Wolfgang. **A Eficácia dos Direitos Fundamentais: Uma teoria geral dos direitos fundamentais na perspectiva constitucional**. 10. ed. rev., ampl. e atual. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2009.

SARRETA, Cátia Rejane Liczbinski. O direito a cultura como fundamental: considerações em relação à aplicabilidade da Lei Rouanet. **Revista Brasileira de Direitos e Garantias Fundamentais**, v. 2, n. 1, p. 297-317, 2016. DOI: <http://dx.doi.org/10.26668/IndexLawJournals/2526-0111/2016.v2i1.913>.

SENADO FEDERAL. **Projeto de Lei da Câmara nº 93, de 2014**. Institui o Programa Nacional de Fomento e Incentivo à Cultura - PROCULTURA; altera as Leis n's 9.532, de 10 de dezembro de 1997, e 9.250, de 26 de dezembro de 1995; revoga as Leis n's 8.313, de 23 de dezembro de 1991, 9.312, de 5 de novembro de 1996, 9.999, de 30 de agosto de 2000, 11.646, de 10 de março de 2008, e dispositivos das Leis n's 8.849, de 28 de janeiro de 1994, 9.064, de 20 de junho de 1995, 9.065, de 20 de junho de 1995, 9.874, de 23 de novembro de 1999, e das Medidas Provisórias n's 2.189- 49, de 23 de agosto de 2001, e 2.228-1, de 6 de setembro de 2001; e dá outras providências. Brasília: Senado Federal, 2014. Disponível em: <https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento?dm=4026528&ts=1630410858361&disposition=inline>. Acesso em: 26 dez. 2022.

SILVA, Frederico Augusto Barbosa da; ARAÚJO, Herton Ellery; MIDDLEJ, Suylan. **A Constituição e a democracia cultural**. Rio de Janeiro: Ipea, 2021. In: SILVA, Frederico A. Barbosa da. et al. Direito e políticas culturais. Rio de Janeiro: Ipea, 2021. DOI: <http://dx.doi.org/10.38116/978-65-5635-016-5>.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis: Vozes, 1995.

UNESCO. **Patrimônio Mundial no Brasil**. Brasília: UNESCO Brasil, [s.d.]. Disponível em: <https://pt.unesco.org/fieldoffice/brasil/expertise/world-heritage-brazil>. Acesso em: 27 dez. 2022.