

1. CONSIDERAÇÕES INICIAIS

O uso de novas tecnologias virtuais tem suscitado novos problemas para a Ciência do Direito que se vê provocada a organizar estruturas de regulamentação para novos institutos jurídicos. Temas desenvolvidos no universo virtual de negociações como as moedas encriptadas (*bitcoin*), as tecnologias vestíveis (por exemplo o denominado *Google Glass*), a privacidade das informações de titularidade das partes contratuais e o tema do *crowdfunding* têm apresentado significativo número de questões desafiadoras ligadas aos efeitos jurídicos decorrentes da prática dessas tecnologias nas relações, em geral, virtuais que se estabelecem entre os seus usuários.

Em razão deste cenário e na ausência de uma estrutura jurídica suficientemente definida, parece obrigatória a abertura de uma discussão relevante e ainda pouco explorada que diz respeito ao tratamento tributário da operação jurídico-econômica de *crowdfunding* com recompensa e suas relações com os modelos de negócio jurídico de direito privado.

O presente trabalho, por certo, não pretendeu esgotar o tema das operações de *crowdfunding*, mas, sobretudo, pretendeu contribuir para a melhor e adequada identificação do regime de tributação aplicável ao negócio, notadamente quando se dá na modalidade por recompensa, bem como pretendeu contribuir para a adequada identificação de sua natureza jurídica, sempre tendo como premissa o aprimoramento do modelo e o enriquecimento da discussão.

2. ANÁLISE DA OPERAÇÃO JURÍDICO-ECONÔMICA DO CROWDFUNDING NOS SISTEMA DE RECOMPENSA

2.1. Premissas do negócio jurídico de *crowdfunding*

Ao se propor a colocar em prática uma ideia inovadora ou um projeto criativo, o titular da propriedade intelectual se defronta com desafios típicos do contexto da invenção, tais como o bem jurídico a ser protegido e a operação econômica a ser fomentada. Alguns dos desafios operacionais são de solução menos complexa, outros

nem tanto, dentre eles a falta de recursos financeiros, entrave este que talvez seja um dos mais difíceis de solucionar.

No moderno contexto de mercado, o crédito sem maiores lastros de garantias contratuais tem se mostrado escasso ou, se não escasso, complexo, já que o contrato de mútuo exige, naturalmente, garantias proporcionais ao montante do crédito bancário cedido, o que tende então a ser pouco atrativo quando se trata do pequeno empreendedor, ainda que diante dos incentivos legais já existentes.

O processo de formação do contrato de mútuo em dinheiro se sustenta sobre o binômio crédito/confiança. Assim, para que a formação do vínculo obrigacional surja, quanto mais confiança na solvabilidade do mutuário maior é o crédito disponibilizado, em geral pela instituição financeira. Lado outro, quanto menor é o potencial de solvabilidade do mutuário, menor é o crédito que se oferece ou mais garantias são solicitadas para que o contrato ofereça mais confiança ao mutuante.

Assim, em termos práticos a realização de contrato de mútuo se dá de forma usualmente onerosa e também na medida em que são exigidas garantias, demonstrações de solvabilidade por meio de certidões negativas e comprovantes de renda, aliado ao fato de que as taxas de juros (que se revelam a forma de “garantia” mais recorrente neste tipo de contrato) são normalmente altas, conforme se avalie a possibilidade de maior inadimplência do mutuário. Por essa lógica, nem sempre a captação de recursos via instituição financeira é a melhor alternativa para quem deseja desenvolver um projeto intelectual inovador já que a contrapartida relativa às garantias de suporte ao contrato se apresentam essencialmente onerosas para o início do investimento.

E foi pensando em encontrar soluções alternativas e criativas para captação de recursos que foram criados no começo dos anos 2000 nos Estados Unidos os primeiros portais denominados de *crowdfunding*. O termo *crowdfunding*, também chamado no Brasil de financiamento coletivo ou financiamento colaborativo, deriva da junção de *crowd*, que significa multidão e *funding*, que diz respeito ao financiamento. Ao conjugar as duas palavras, obtém-se a expressão “financiamento pela multidão”. A tradução, embora literal, expressa muito bem o objetivo deste modelo de negócio ou de investimento, qual seja, transformar em realidade ideias e projetos a partir da

mobilização de uma multidão de pessoas que o fomenta por meio de investimento coletivo.

O *crowdfunding* parece ter surgido em razão de um movimento de proliferação das plataformas virtuais que permitem o compartilhamento de conteúdo elaborado pelos próprios usuários. Com o surgimento da web 2.0, os internautas perceberam que a cooperação e o compartilhamento de conhecimentos poderiam ser instrumento ou ferramenta de valioso e múltiplo auxílio à sociedade. Exemplo disso é o portal de conhecimento compartilhado denominado *Wikipedia*, plataforma em que os próprios usuários da *internet* promovem a atualização da maior enciclopédia *online* do mundo, promovendo a “alimentação” periódica de conteúdo de qualidade para acesso comum de qualquer outro usuário da rede de computadores. Outro bom exemplo de produção intelectual colaborativa e de utilização sem ônus e sem limitação ou restrição de usuários são as comunidades de *software* livre.

Neste contexto do mundo virtual moderno, percebeu-se que, para o bom desenvolvimento de um negócio, não basta apenas a capacidade de financiamento e a competência tecnológica, mas, sobretudo, a cooperação entre os indivíduos era extremamente desejável. Segundo especialistas da área de inteligência colaborativa, após sucessivos atos de cooperação, as relações entre as pessoas tendem a ficar inclusive mais justas e mais fáceis de serem resolvidas¹, gerando assim maior potencial de novas alianças.

Segundo Benkler, um dos grandes pesquisadores na área de colaboração, a cooperação como valor nas relações intersubjetivas é um caminho sem volta e que deve se sobrepôr, num futuro próximo, ao modelo convencional de hierarquia das organizações. Conforme o autor, o modelo tradicional de hierarquia já está ultrapassado e as novas estruturas de mercado exigem a aplicação de um modelo que valorize a colaboração mútua, que estimule a inteligência coletiva e que promova o compartilhamento de habilidades (BENKLER, 2011), contexto este em que se encontra o *crowdfunding*.

¹ ABRAMOVAY, Ricardo. “O pinguim leva a melhor sobre o Leviatã”. Artigo publicado no Valor Econômico em 06.09.2011.

Um dos pioneiros neste mercado da operação de *crowdfunding* e que já movimentou em todo o mundo mais de 5 (cinco) bilhões de dólares em 2013² é a empresa *Kickstarter*³. No Brasil esse mercado ainda está em crescimento, mas já registra, até o momento, aproximadamente 20 (vinte) plataformas virtuais, sendo a *Catarse*⁴ a maior delas. Desde a sua criação em 2011, a empresa brasileira já recebeu mais de 2.100 projetos, dos quais 55% foram considerados “bem sucedidos”. Além disso, já recebeu o apoio de mais de 50.000 (cinquenta mil) pessoas⁵ disponíveis para a participação na operação de financiamento coletivo.

Segundo análise feita por Thiago Ribeiro no Blog Soul Social da Plataforma de *Crowdfunding* Soul Social – Ideias e Projetos⁶, os indivíduos estariam motivados a colaborar num projeto de *crowdfunding* por três tipos razões, dentre elas aquelas de natureza pessoal, racional ou instintiva. A razão de natureza pessoal consiste naquela decorrente do relacionamento de amizade ou de parentesco do apoiador com o idealizador do projeto. A razão de natureza racional consiste naquela que decorre do interesse pela recompensa que obtida em contrapartida ao financiamento promovido. Já a razão de natureza instintiva consistiria naquela em que o indivíduo colaborador tem a “*empatia com o projeto, ou com a causa defendida*” como sendo seu principal motivo de participação no negócio.

Como se nota, as razões para apoiar um projeto de *crowdfunding* são diversas e acabam tendo certo grau acentuado de subjetivismo. Mas é interessante observar que recente pesquisa⁷ comprovou que 88% das pessoas entrevistadas consideram a “identificação com a causa” como o principal fator, em grau de importância, no momento da formação ou da deliberação mental de realizar aquele negócio, ou seja na hora de decidir entre apoiar ou não um projeto.

O fator “recompensa” ficou em quinto lugar com 41%, atrás do relacionamento pessoal com o realizador (42%), da “indicação de amigos”, com 48%, da “qualidade do

²<http://www.forbes.com/sites/chancebarnett/2013/05/08/top-10-crowdfunding-sites-for-fundraising/>, acesso em 25.02.2015.

³ www.kickstarter.com

⁴ www.catarse.me

⁵ Informações extraídas do site www.catarse.me, acesso em 25.02.2015.

⁶ Disponível no site [HTTP://crowdfundingbr.tumblr.com](http://crowdfundingbr.tumblr.com), acesso em 25.02.2015.

⁷ Pesquisa feita pela *Catarse*, em parceria com a empresa de pesquisa Chorus. *Retrato do Financiamento Coletivo no Brasil – 2013/20014* – Disponível no site www.catarse.me, acesso em 25.02.2015.

projeto”, com 70%, e da “confiança no projeto”, com 71%. A pesquisa é importante para demonstrar que, apesar de existir a recompensa como contrapartida do fomento via investimento, em si mesma ela parece ter tido menos influência do que se imaginou no processo de deliberação mental de investimento em projetos de *crowdfunding*. De todo modo, deve-se considerar também, e a hipótese parece bastante razoável que, a depender do tipo de projeto, a recompensa pode ser decisiva para o sucesso da campanha, ou, em uma linguagem jurídica, para o processo de deliberação da parte na formação do vínculo obrigacional a contraprestação da recompensa pode ser um atrativo para que se realize o negócio.

2.2. O negócio jurídico do crowdfunding por recompensa

Modernamente existem vários tipos de operação de cooperação e colaboração, denominadas todas elas de *crowdfunding*. Desenvolveram-se, até o momento, várias formas e propósitos para financiamentos coletivos, dedicados à captação de dinheiro, por um período de tempo determinado, de diversas fontes diferentes, tendo todas elas o mesmo objetivo que seria viabilizar financeiramente um determinado projeto.

Dentre as formas de *crowdfunding*, o tipo mais comum, pelo menos no Brasil, parece ser o financiamento em que o apoiador busca uma recompensa ou um benefício, em troca da colaboração apresentada. Trata-se de uma modalidade onerosa de *crowdfunding*, já que neste tipo de modelo existe uma meta mínima de arrecadação a ser cumprida para a viabilidade do projeto pretendido, a qual, caso não seja alcançada, implicará obrigatoriamente na devolução do valor ao apoiador.

A sistemática de funcionamento do *crowdfunding* com recompensa e meta condicionada é relativamente simples e pode ser descrita da seguinte forma: num primeiro momento o idealizador do projeto, autor da criação intelectual, submete sua proposta a uma plataforma virtual (Catarse, como no exemplo que foi citado). Nessa proposta são informadas as características da criação intelectual, aqui em termos práticos características do projeto, titularidade, objetivos, os benefícios esperados, a arrecadação mínima e as recompensas previstas.

Finalizada essa etapa, os projetos são revisados e seguem para a aprovação os instrumentos de análise na própria plataforma virtual. Sendo aprovado, o projeto é

automaticamente disponibilizado virtualmente (*on line*) e, a partir daí, inicia-se o prazo de captação de recursos.

Os indivíduos que se identificarem com a “causa” do projeto passam então a fazer as suas contribuições observando os valores das cotas sugeridas pelo próprio site. Em seguida, escolhem o tipo de recompensa que desejam receber. De uma forma geral, o tipo de recompensa segue uma lógica aparente de que quanto maior o valor da contribuição, maior será a contrapartida. Assim, contribuições de baixo valor encontram vinculadas a contraprestações também de valor paritário como, por exemplo, um simples email de agradecimento. Já as contribuições de valores mais altos para o fomento do projeto encontram-se vinculadas a recompensas em produtos ou serviços de valor um pouco mais elevado, como, por exemplo, um CD⁸, garantindo assim certa comutatividade ao negócio de investimento.

Finalizado o prazo de captação, revela-se o momento do idealizador verificar se a arrecadação atingiu ou não a meta pretendida conforme previsão de investimento para o negócio. Se os recursos captados foram iguais ou superiores à meta inicial, os valores arrecadados são destinados ao autor do projeto, realizado o desconto da comissão cobrada pela administradora da plataforma virtual. A partir daí o idealizador passa a ter a responsabilidade integral pelo cumprimento da promessa de recompensa e pela execução e prestação de contas do projeto.

Com essa estrutura, o *crowdfunding* formata uma operação econômica virtual, que exige então o adequado enquadramento jurídico, diante do oferecimento da recompensa, exigindo a definição do instituto jurídico que condicionará, por fim, o debate sobre o possível regime legal de tributação aplicável ao caso.

3. CONTRIBUIÇÃO PARA O ENQUADRAMENTO JURÍDICO DO CROWDFUNDING NO SISTEMA DE RECOMPENSA

A partir da compreensão da operação comercial do crowdfunding o que se pretende agora é avaliar a natureza jurídica do negócio de forma a possibilitar a análise

⁸ Para maiores informações sobre a operacionalização do *crowdfunding* no sistema de recompensa, recomenda-se uma visita ao site www.catarse.me. Recomendável ainda ver o vídeo disponível no site: <http://olhardigital.uol.com.br/video/crowdfunding-sites-realizam-financiamentos-coletivos-na-internet/25844>, acesso em 25.02.2015.

de possível regime legal de tributação incidente sobre mecanismo de financiamento virtual.

O enquadramento do sistema de *crowdfunding* a partir dos institutos jurídicos é decisivo para que se continue a desenvolver o estudo sobre este tipo crescente de negócio. Como já foi destacado, o presente estudo optou por investigar apenas um tipo de financiamento coletivo, o que, em princípio, pode ser identificado como negócio jurídico de natureza onerosa e aparentemente com condição resolutiva que pode levar a sua extinção e devolução de valor investido pelos fomentadores.

Assim, em princípio a hipótese que surgiu analisando a operação negocial seria a de um contrato de doação “onerosa” ou com encargo, já que o doador na condição de simpatizante com a criação intelectual se proporia ao cumprimento de algum tipo de ônus na condição de donatário para se favorecer plenamente da liberalidade praticada. Conforme o Código Civil brasileiro, especificamente em seu art. 538⁹, o contrato de doação se forma quando uma pessoa, essencialmente por gratuidade, transfere do seu patrimônio para o de outrem, bens ou vantagens.

Como todo contrato, a doação então se apresenta como negócio jurídico bilateral, pois requer o consentimento da outra parte. Ou seja, tratando de doação, é necessária a exteriorização da vontade tanto do doador quanto do donatário. Ainda que se permita a existência do encargo, a doação representa e se propõe a ser um negócio essencialmente gratuito, sob a perspectiva da contraprestação, ou seja, o doador não espera nada em troca ou se exige algo em razão da liberalidade, esta exigência não terá a proporção de uma contraprestação. Neste contexto, na doação com encargo existe um negócio jurídico bilateral na condição de contrato que é, mas não seria propriamente de caráter sinalagmático sob a perspectiva de correspondência de obrigações, já que o encargo não comporta a mesma proporção de uma contraprestação.

Neste ponto, parece importante estabelecer a diferença entre encargo e contraprestação de forma a melhor qualificar a operação aqui analisada. Enquanto o encargo representa um ônus que se exige do donatário para ter proveito da liberalidade, a contraprestação é um benefício que se reverte em favor de uma das partes em

⁹ “Art. 538: Considera-se doação o contrato em que uma pessoa, por liberalidade, transfere do seu patrimônio bens ou vantagens para o de outra.”

contrapartida por sua prestação. A bilateralidade do negócio jurídico é diferente daquela conferida ao contrato, já que apesar do contrato necessitar de duas manifestações de vontade para sua formação, pode causar obrigações apenas a um das partes como na doação pura (contrato unilateral) ou às duas partes (contrato bilateral). “*El contrato es un acto jurídico bilateral porque precisa de dos partes para su formación, pero, en El momento de su celebración, puede causar obligaciones para las dos o para una sola de ellas.*”¹⁰ (LORENZETTI, 2004, p. 209)

Como se nota, toda lógica do contrato de doação parece partir sempre do doador e não do donatário. Ainda que seja necessária a aceitação do donatário, já que este contrato é negócio jurídico bilateral, na prática, toda a carga obrigacional acaba sendo suportada pelo doador.

Todavia, a operação de *crowdfunding* com recompensa não parece seguir essa lógica negocial, já que aqui, se fosse comparada à doação, ter-se-ia o donatário estruturando todo o negócio, o qual, na verdade, não sugere sequer ser um contrato. Se o donatário é que compõe o conteúdo da operação, sugerindo as faixas possíveis de doação, as regras de participação, as possíveis recompensas e a extinção do negócio, não parece ser possível afirmar a existência de um contrato de doação, já que o doador apenas aderiria à proposta feita pela outra parte.

Caso contrário, ter-se-ia no *crowdfunding* um encargo criado pelo próprio donatário para ele cumprir se considerada a modalidade por recompensa. O beneficiário da liberalidade estabeleceria como e qual será o montante da doação e se ofereceria para cumprir um encargo estabelecido por ele mesmo. Ainda que se utilize a expressão de “doação” para os depósitos voluntários feitos por meio do financiamento coletivo, não parece que esse desene um contrato de doação nos moldes como tradicionalmente esse negócio opera. Por esses motivos o *crowdfunding* como sistema de recompensa parece se aproximar mais do negócio jurídico unilateral da promessa, nos termos do art. 854¹¹ do Código Civil brasileiro, do que propriamente da doação.

¹⁰ LORENZETTI, Ricardo Luis. Tratado de los contratos. Buenos Aires: Rubinzal-Culzoni Editores, 2004, p. 209.

¹¹ “Art. 854: Aquele que, por anúncios públicos, se comprometer a recompensar, ou gratificar, a quem preencha certa condição, ou desempenhe certo serviço, contrai obrigação de cumprir o prometido.”

Na lógica negocial da promessa de recompensa um anúncio público é feito pelo ofertante ou proponente, estabelecendo as regras daquilo que deverá ser feito para que se favoreça a vantagem que lhe será concedida. E, neste sentido, não parece ser possível afirmar que o beneficiário se orienta basicamente pela recompensa, já que sua execução, em alguns casos, pode ser bastante simples e o “prêmio” basicamente ter natureza de uma menção honrosa.

O que parece ser relevante para o *crowdfunding* é que na promessa de recompensa não é requisito a manifestação de vontade da parte para que ela se forme, já que o simples ato unilateral de prometer a recompensa, a quem quer que seja, obriga o emitente da declaração de vontade no momento em que ela se torna pública. A oferta, neste caso, é destinada a uma comunidade anônima, que somente se determinará no momento em que preencher as condições estabelecidas pelo proponente, inclusive para permitir a exigência da recompensa. Ainda que se diga que exista uma “simpatia” ao projeto daqueles que aderem ao *crowdfunding*, o envolvimento se dá também sob a perspectiva de análise negocial das condições apresentadas para participar do projeto e essa “simpatia” na verdade é o sentimento de é mais vantajoso participar e colaborar, por identificação à causa, do que deixar de fazê-lo.

A natureza jurídica da promessa de recompensa parece se adequar ao *crowdfunding-reward* quando são analisados os seus pressupostos, quais sejam (i) a publicidade; (ii) a designação do objeto da promessa e (iii) a indicação da recompensa ou gratificação. Como elemento essencial a publicidade pode se dar de formas variadas, o que no *crowdfunding* ocorre virtualmente, dirigindo-se a pessoas indeterminadas. “*Havendo publicidade, ou seja, divulgação da oferta – mediante a utilização de meios idôneos - a um número indeterminado de pessoas, há promessa, independentemente da quantidade de indivíduos que efetivamente dela tenha tomada conhecimento.*”¹² (DE LUCCA, 2003, p.11)

O objeto, como conteúdo jurídico da promessa de recompensa, devidamente designado aparece como outro pressuposto da proposta, já que o promitente deve esclarecer qual a condição a ser preenchida ou qual o serviço a ser desempenhado pelos destinatários da oferta. No presente caso o serviço ou a condição consistiria no

¹² DE LUCCA, Newton, Comentários ao novo Código civil, volume XII: dos atos unilaterais, dos títulos de crédito. Rio de Janeiro: Forense, 2003, p. 11.

oferecimento de quantia informada pelo promitente que legitimaria a outorgada de recompensa ao promissário.

E por fim, como pressuposto da promessa de recompensa, aparece a necessidade de indicação da gratificação, ou seja, o promitente deve designar qual será o prêmio a ser atribuído aquele que desempenhar a condição ou o serviço determinado. E neste contexto, conforme o art. 855¹³ do Código Civil, aquele que fizer o serviço ou satisfizer a condição ainda que não o tenha feito por interesse direto na promessa, terá o direito de exigir recompensa.

O esforço aqui é o de sugerir uma primeira hipótese da natureza legal da operação de *crowdfunding* com a advertência sobre o modelo analisado, a rapidez e variedade de forma que estas estruturas podem se apresentar (ainda mais que sua principal base de publicidade é a *internet*) e o não esgotamento do tema¹⁴. Sugerida assim a hipótese da natureza jurídica de promessa de recompensa com eventual condição resolutiva, o desafio passa agora à identificação do regime legal de tributação da operação comercial, já que a frequência e o aumento das operações de *crowdfunding* com recompensa trazem consigo um panorama de certa inquietude sob o ponto de vista fiscal que merece uma análise mais detida do tema.

4. CONTRIBUIÇÃO PARA A DETERMINAÇÃO DOS EFEITOS TRIBUTÁRIOS DO CROWDFUNDING NO SISTEMA DE RECOMPENSA

Concluimos no tópico anterior que a operação de *crowdfunding* com recompensa não parece seguir a lógica contratual de doação “onerosa” ou com encargo. Isso por duas razões: primeiro, porque não se verifica no *crowdfunding* com recompensa o *animus donandi* previsto no Código Civil, já que toda a estruturação do negócio se fosse comparada à doação, seria realizada pelo donatário e não pelo doador. Segundo, porque o próprio donatário é quem estipularia o valor do encargo que ele mesmo iria cumprir.

¹³ “Art. 855. Quem quer que, nos termos do artigo antecedente, fizer o serviço, ou satisfizer a condição, ainda que não pelo interesse da promessa, poderá exigir a recompensa estipulada.”

¹⁴ Foram avaliados outros possíveis enquadramentos jurídicos do *crowdfunding* no sistema de recompensa, tais como patrocínio e mútuo. Entretanto, nenhum deles tem características que permitam associá-lo ao modelo de *crowdfunding*.

Por se tratar, como visto, de uma operação que parece se aproximar mais do negócio unilateral da promessa de recompensa, do que propriamente da doação, o negócio de *crowdfunding* no sistema de recompensa tende a ser tratado, para fins tributários, de forma semelhante à compra e venda de bens e serviços, tendo em vista o elemento da onerosidade presente nos dois negócios.

A onerosidade está presente na promessa de recompensa, pois o Código Civil condiciona o pagamento do prêmio à realização de um ato ou de uma conduta estipulada pelo promitente. Dessa forma, assim como na compra e venda de bens e serviços, o modelo de promessa exige uma contraprestação da outra parte, na medida em que impõe o cumprimento de certa condição para se ter o benefício da recompensa. Daí ser possível concluir que a condição imposta pelo idealizador do projeto equivale, “em tese”, ao preço pago pelo apoiador em contraprestação ao benefício da recompensa.

A prevalecer esse entendimento, seria indevida qualquer exigência do ITCMD (Imposto sobre Transmissão “Causa Mortis” e Doação de quaisquer Bens e Direitos) sobre os pagamentos feitos na operação de *crowdfunding* no sistema de recompensa. O ITCMD é um imposto de competência estadual e incide, dentre outros, sobre a transmissão de qualquer bem ou direito recebido por doação. De acordo com a Lei Estadual do Estado de São Paulo nº 10.705, de 28 de dezembro de 2000, regulamentada pelo Decreto nº 46.655/2002, a cobrança do ITCMD é devida em todas as hipóteses de doação, ainda quando estiver previsto um encargo. Como no *crowdfunding* com recompensa não está presente o conteúdo volitivo de liberalidade, um dos elementos previstos no Código Civil para a caracterização da doação, estaria incorreta qualquer cobrança do ITCMD nesse tipo de negócio.

Nessas condições, os bens e serviços entregues pelo idealizador do projeto, em retribuição às colaborações recebidas, deveriam ser normalmente tributados como qualquer outra venda de mercadoria ou de prestação de serviço. Assim, sobre o valor das recompensas haveria as incidências fiscais, quando aplicável, de ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação), de IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados), do PIS (Programa de Integração Social), da COFINS (Contribuição para Financiamento da Seguridade Social) e de ISSQN (Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza). Além

disso, os contribuintes ficariam sujeitos ao cumprimento das obrigações acessórias, especialmente em relação à emissão de notas fiscais.

Nessa mesma linha de raciocínio, parece-nos equivocada eventual aplicação da regra de isenção do Imposto de Renda, prevista no inciso XV do art. 39 do Regulamento do Imposto de Renda (Decreto Federal nº 3.000/99), sobre os pagamentos feitos em dinheiro e recebidos por empreendedores pessoas físicas. Tratando-se de valores recebidos por pessoas físicas, haveria incidência do Imposto de Renda, mediante aplicação da tabela progressiva.

Sob a perspectiva do apoiador, os valores ofertados como colaboração deveriam ser tratados, num primeiro momento, como adiantamentos para futuras aquisições de bens e serviços. Ato contínuo, sendo bem sucedido o projeto, o adiantamento seria automaticamente convertido em pagamento na aquisição de bens ou serviços.

Já a empresa de plataforma virtual se sujeitaria à incidência de ISSQN, PIS e COFINS, por desenvolver atividades de prestação de intermediação de negócios. Entende-se por intermediação de negócios todos aqueles atos ou negócios que tem como objetivo aproximar uma ou mais partes como forma de viabilizar uma determinada operação ou um projeto específico.

Cabe ressaltar que a receita própria da plataforma virtual seria somente o que fosse faturado em decorrência do serviço de intermediação de negócios. Essa receita é que seria reconhecida no resultado contábil da empresa e que serviria de base de cálculo do ISSQN, PIS e COFINS. Assim, os valores de terceiros que apenas transitam na conta bancária da plataforma virtual não deveriam ser tributados, por não se tratar de receita da pessoa jurídica.

Por fim, vale ressaltar que, a depender do volume de faturamento anual e do tipo de atividade exercida, é possível a utilização de regimes diferenciados de tributação como forma de reduzir o custo fiscal na operação de *crowdfunding* no sistema de recompensa.¹⁵ Por isso, é recomendável que o empreendedor, antes de iniciar o seu

¹⁵ Lucro real, Lucro Presumido e Simples. Vale destacar que as empresas que atuam como intermediadoras de negócios não podem optar pelo regime do Simples, por expressa vedação legal.

negócio, questione o seu consultor tributário acerca do regime tributário que lhe parece mais eficiente para a operação.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho se propôs como problema o tema da natureza jurídica do *crowdfunding* com recompensa e o seu regime legal de tributação, a partir da identificação da primeira premissa. Assim, da análise do expediente negocial denominado *crowdfunding-reward* pode ser sugerida a hipótese de uma operação econômica por meio de um modelo de financiamento em que, pessoas físicas ou jurídicas, de forma voluntária, apoiam uma determinada causa, ideia ou projeto, mediante contribuição em dinheiro, e recebem, em contrapartida, algum tipo de recompensa por tal gesto.

Em seguida, o trabalho identificou que a operação econômica do *crowdfunding* com recompensa não parece seguir a lógica jurídica do contrato de doação “onerosa” ou com encargo. Isso por duas razões: primeiro, porque não se verifica no *crowdfunding* com recompensa o *animus donandi* previsto no Código Civil, já que toda a estruturação do negócio se fosse comparada à doação, seria realizada pelo donatário e não pelo doador. E segundo lugar, porque o próprio donatário é quem estipularia o valor do encargo que ele mesmo iria cumprir.

Por sua vez, promessa de recompensa, prevista no art. 854 do Código Civil, traz consigo efeitos que parecem aplicáveis à operação de *crowdfunding* com recompensa, já que estabelece (i) o vínculo obrigacional do idealizador do projeto no instante em que ele dá publicidade a promessa; (ii) o direito do apoiador de receber o prêmio se comprovar a realização do ato exigido; (iii) a possibilidade de revogação da promessa antes do ato divulgado, desde que esta seja feita com a mesma publicidade; (iv) e até a possibilidade de concorrerem ao prêmio ou dividi-lo mais de um credor.

Nesse contexto, por se tratar de uma operação que parece se aproximar mais do negócio unilateral da promessa de recompensa, do que propriamente da doação, o negócio de *crowdfunding* no sistema de recompensa tende a ser tratado, para fins tributários, de forma semelhante à compra e venda de bens e serviços, tendo em vista o elemento da onerosidade presente nos dois negócios. A prevalecer esse entendimento,

os bens e serviços ofertados em recompensa deveriam ser tributados, quando aplicável, pelo ICMS, IPI, ISSQN, PIS e COFINS. Como no *crowdfunding* como recompensa não está presente o conteúdo volitivo de liberalidade, um dos elementos previstos no Código Civil para a caracterização da doação, parece-nos incorreta a hipótese de cobrança do ITCMD nesse tipo de negócio.

Sob a perspectiva do apoiador, os valores ofertados como colaboração deveriam ser tratados, num primeiro momento, como adiantamentos para futuras aquisições de bens e serviços. Ato contínuo, sendo bem sucedido o projeto, o adiantamento seria automaticamente convertido em pagamento na aquisição de bens ou serviços. Já a empresa de plataforma virtual se sujeitaria à incidência de ISSQN, PIS e COFINS, por desenvolver atividades de prestação de intermediação de negócios. Assim, os valores de terceiros que transitam na conta bancária da plataforma virtual não deveriam ser tributados, por não se tratar de receita própria da pessoa jurídica.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 1- ABRAMOVAY, Ricardo. “O pinguim leva a melhor sobre o Leviatã”. Artigo publicado no Valor Econômico em 06.09.2011.
- 2- BENKLER, Yochai. *The Penguin and the Leviathan: How Cooperation Triumphs over Self Interest*. New York: Crown Business, 2011.
- 3- DINIZ, Maria Helena. *Tratado teórico e prático dos contratos*. V. 2. 4. ed. ampl. e atual. de acordo com o novo Código Civil. São Paulo: Saraiva, 2002.
- 4- LORENZETTI, Ricardo. *Tratado de los contratos*. Buenos Aires: Rubinzal-Culzoni, 2004.
- 5- LUCCA, Newton de. *Comentário ao novo código civil*. Dos Atos Unilaterais. Dos Títulos de Crédito. Rio de Janeiro: Forense, 2003.
- 6- NETO, Alain Rodrigues. *Financiamento por crowdfunding pode estar isento de ITD* < <http://www.conjur.com.br/2014-jan-24/alain-rodrigues-financiamento-crowdfunding-estar-isento-itd> > acesso em 25.02.2015.
- 7- PEREIRA, Caio Mário da Silva. *Instituições de direito civil*. 8ª ed. Rio de Janeiro: Forense.
- 8- RODRIGUES, Silvio. *Direito Civil*. São Paulo: Saraiva, 2002.
- 9-
- 10- VENOSA, Silvio de Salvo. *Direito civil: contratos em espécie*. 5ª edição. São Paulo: Atlas, 2005 – Coleção Direito Civil; v.3

11-VENOSA, Silvio de Salvo. *Código Civil Interpretado*. 2ª edição. São Paulo.
Editora Atlas S.A, 2011.