

IX ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

DIREITO, ARTE E LITERATURA

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte destes anais poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

Diretoria - CONPEDI

Presidente - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Naspolini - FMU - São Paulo

Diretor Executivo - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC - Santa Catarina

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 - Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UNICAP - Pernambuco

Representante Discente: Prof. Dr. Abner da Silva Jaques - UPM/UNIGRAN - Mato Grosso do Sul

Conselho Fiscal:

Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho - UFMA - Maranhão

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara - SKEMA/ESDHC/UFMG - Minas Gerais

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UFERSA - Rio Grande do Norte

Prof. Dr. Fernando Passos - UNIARA - São Paulo

Prof. Dr. Edinilson Donisete Machado - UNIVEM/UENP - São Paulo

Secretarias

Relações Institucionais:

Prof. Dra. Claudia Maria Barbosa - PUCPR - Paraná

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

Profa. Dra. Daniela Marques de Moraes - UNB - Distrito Federal

Comunicação:

Prof. Dr. Robison Tramontina - UNOESC - Santa Catarina

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

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

Relações Internacionais para o Continente Americano:

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

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

Prof. Dr. Felipe Chiarello de Souza Pinto - UPM - São Paulo

Relações Internacionais para os demais Continentes:

Profa. Dra. Gina Vidal Marcilio Pompeu - UNIFOR - Ceará

Profa. Dra. Sandra Regina Martini - UNIRITTER / UFRGS - Rio Grande do Sul

Profa. Dra. Maria Claudia da Silva Antunes de Souza - UNIVALI - Santa Catarina

Educação Jurídica

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

Prof. Dr. Rubens Beçak - USP - SP

Profa. Dra. Livia Gaigher Bosio Campello - UFMS - MS

Eventos:

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

Profa. Dra. Norma Sueli Padilha - UFSC - Santa Catarina

Prof. Dr. Juraci Mourão Lopes Filho - UNICHRISTUS - Ceará

Comissão Especial

Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UFRJ - RJ

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

Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta - Fumec - MG

Prof. Dr. Rogério Borba - UNIFACVEST - SC

D597

Direito, arte e literatura [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI

Coordenadores: Iara Pereira Ribeiro; Marcelo Campos Galuppo; Ricardo Marcelo Fonseca – Florianópolis: CONPEDI, 2026.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5274-596-5

Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações

Tema: Constituição, Processo e Justiça Social: o papel da jurisdição constitucional na efetivação de direitos

2. Direito. 3. Arte e literatura. IX Encontro Virtual do CONPEDI (2: 2026: Florianópolis, Brasil).

CDU: 34



Conselho Nacional de Pesquisa
e Pós-Graduação em Direito Florianópolis
Santa Catarina – Brasil
www.conpedi.org.br

IX ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

DIREITO, ARTE E LITERATURA

Apresentação

No cenário acadêmico brasileiro, o jurista vem cada vez mais tomando consciência de que a esfera jurídica tem uma tal complexidade que demanda, para a sua adequada compreensão, que se leve em consideração a profunda historicidade do direito, bem como as suas relações com a esfera da arte e da literatura.

Depois de tanto tempo embriagado seja por concepções principiológicas que inevitavelmente remetiam a uma esfera atemporal ou seja por concepções formalistas que sobrepunham critérios abstratos à riqueza do mundo empírico, agora, finalmente, parece que os estudos jurídicos brasileiros estão se dando conta da inevitabilidade do olhar diacrônico e aberto a outras sensibilidades. Isso implica em novas atitudes diante do nosso campo: olhar para trás, ver o caminho trilhado, localizar-se nas longas e tortuosas sendas do jurídico, deixar as concepções metafísicas para trás, colocar os pés no chão, estar atento à inesgotável e surpreendente riqueza da empiricidade e das pontes que o mundo das artes em geral pode fazer com o direito.

Trata-se de uma boa notícia: o cenário jurídico brasileiro está em rápida transformação. Ao invés de confirmar e ratificar o direito vigente, a disciplina da história do direito passa a ter mais a função de “estranhamento” com o passado (talvez também pelas difusas influências do saber antropológico), de uma relativização dos percursos no tempo. Assim, a relação com o presente também é diferente: embora seja um ponto de chegada (ou de partida...) inevitável, o conhecimento histórico-jurídico tem muitas vezes a função de criticar e desdogmatizar as opções do direito presente, mostrando sua contingência e sua precariedade. Nesta outra ponta, portanto, a história do direito se mostra claramente como uma disciplina crítica. Para

analisados: como um retrato deste processo de consolidação e amadurecimento de olhares novos e como sintoma da pujança de um ímpeto em olhar o fenômeno jurídico com lentes renovadas.

**POLÍTICA PÚBLICA DE FOMENTO À CULTURA E PARTICIPAÇÃO PRIVADA:
O ACORDO DE PATROCÍNIO NO MARCO REGULATÓRIO DA LEI Nº 14.903
/2024**

**PUBLIC POLICY FOR PROMOTING CULTURE AND PRIVATE
PARTICIPATION: THE SPONSORSHIP AGREEMENT IN THE REGULATORY
FRAMEWORK OF LAW NO. 14.903/2024**

Priscilla Neves Costa Lemos ¹

Resumo

O presente estudo analisa a política pública de fomento à cultura instituída pela Lei nº 14.903/2024, com enfoque no acordo de patrocínio privado direto como instrumento de captação de recursos sem incentivo fiscal. O problema de pesquisa consiste em compreender de que maneira o Marco Regulatório do Fomento à Cultura alterou a relação entre Administração Pública e agentes privados no financiamento das políticas culturais, diante da insuficiência dos regimes jurídicos tradicionalmente aplicados ao setor. O trabalho justifica-se pela relevância jurídica e institucional da recente legislação, bem como pela necessidade de investigar seus impactos sobre os mecanismos de financiamento cultural e a atuação estatal no campo das políticas públicas. O objetivo consiste em analisar as mudanças promovidas pela Lei nº 14.903/2024 quanto ao tratamento normativo do patrocínio privado em ações culturais públicas. Metodologicamente, desenvolveu-se pesquisa exploratória e explicativa, de abordagem qualitativa, mediante levantamento bibliográfico e documental, com análise de legislação, doutrina, jurisprudência e produção acadêmica pertinente. Os resultados indicam que o marco regulatório ampliou a segurança jurídica, flexibilizou instrumentos de financiamento e reconheceu expressamente o acordo de patrocínio privado direto como mecanismo adequado às peculiaridades do fomento cultural.

Palavras-chave: Política pública, Ações culturais, Fomento, Patrocínio privado, Administração pública

Abstract/Resumen/Résumé

changes introduced by Law No. 14,903/2024 regarding private sponsorship in public cultural initiatives. The research adopts an exploratory and explanatory approach, using qualitative methods based on bibliographic and documentary review, including legislation, legal doctrine, case law, and academic literature. The findings indicate that the regulatory framework expanded legal certainty, increased flexibility in financing instruments, and expressly recognized the direct private sponsorship agreement as a mechanism better suited to the specificities of cultural promotion.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Public policy, Cultural activities, Promotion, Private sponsorship, Public administration

INTRODUÇÃO

A formulação e implementação de políticas públicas culturais demandam instrumentos jurídicos capazes de compatibilizar a atuação estatal, a participação social e a mobilização de recursos financeiros necessários à execução das ações de fomento. No direito brasileiro, a relação entre Administração Pública e iniciativa privada esteve historicamente vinculada aos modelos tradicionais de contratação pública, especialmente às normas licitatórias, aos convênios, às parcerias administrativas e às hipóteses de doação. Entretanto, a dinâmica própria do setor cultural revelou limitações desses regimes jurídicos para disciplinar, de forma adequada, a participação privada no financiamento de atividades culturais públicas.

Nesse contexto, emerge o seguinte problema de pesquisa: de que maneira a Lei nº 14.903/2024, Marco Regulatório do Fomento à Cultura, modificou a relação entre Administração Pública e agentes privados no financiamento das políticas públicas culturais, especialmente quanto ao acordo de patrocínio privado direto?

O tema assume relevância diante da crescente necessidade de diversificação das fontes de financiamento cultural e das críticas dirigidas aos modelos tradicionalmente empregados, notadamente à concentração de investimentos vinculados aos mecanismos de incentivo fiscal e à inadequação de instrumentos jurídicos concebidos para relações de interesses contrapostos. Assim, o estudo insere-se no debate acerca da política pública cultural, do financiamento da cultura e dos regimes jurídicos aplicáveis à participação privada no âmbito da Administração Pública.

A pesquisa justifica-se pela atualidade e importância institucional da Lei nº 14.903/2024, que inaugurou um regime próprio de fomento cultural, introduzindo novos mecanismos jurídicos voltados à desburocratização, ampliação do acesso aos recursos e fortalecimento das políticas culturais. Entre essas inovações, destaca-se o acordo de patrocínio privado direto, previsto como instrumento de captação de recursos privados sem incentivo fiscal, matéria ainda pouco explorada pela doutrina jurídica nacional.

Diante disso, o objetivo geral do presente trabalho consiste em analisar as alterações promovidas pelo Marco Regulatório do Fomento à Cultura na relação entre Administração Pública e agentes privados, com enfoque no acordo de patrocínio privado direto como instrumento jurídico de financiamento das políticas culturais.

Para alcançar tal finalidade, realizou-se pesquisa de natureza exploratória e explicativa, com abordagem qualitativa. Utilizou-se o método de levantamento bibliográfico

e documental, abrangendo legislação nacional, doutrina especializada, jurisprudência, artigos científicos e demais produções acadêmicas relacionadas à política pública cultural, ao patrocínio privado, aos regimes jurídicos administrativos e à Lei nº 14.903/2024. A interpretação dos dados orientou-se pela análise crítica do arcabouço normativo aplicável ao financiamento cultural e das transformações introduzidas pelo novo marco regulatório.

1 A QUESTÃO DO PATROCÍNIO

Historicamente, muitos acreditam que a origem do “patrocínio” deriva das mecenas¹ (pequenas contribuições por mera liberalidade em benefício de terceiros ou sociedade). Segundo Amaro (2019), o comportamento de Mecenas tornou-se um modelo ao longo da história, indicando uma pessoa dotada de poder ou dinheiro que fomenta concretamente, por meio do incentivo financeiro, a produção de atividades culturais, como exposições de arte, feiras de livros, peças de teatro, produções cinematográficas, restauro de obras de arte e monumentos, dentre outros.

Nesse ponto, ao trazer à colação a definição de patrocínio, verifica-se uma diferenciação na natureza jurídica entre o mecenato e o patrocínio. Para tanto, utilizar-se-á da definição do dicionário de comunicação, trazida por Rabaça e Barbosa (Amaro, 2019):

Patrocínio

(...)

(mk) Investimento geralmente financeiro em atividade – cultural, esportiva, científica, comunitária, assistencial etc. – não necessariamente ligada ao campo de atividades do patrocinador, visando influenciar o público favoravelmente em relação a esse patrocinador ou atingir outros objetivos de marketing. Patrocínio não é apenas apoio, nem unicamente propaganda ou promoção, mas pode abranger os três itens. (...)

Ressaltando ainda mais esta diferença do mecenato, o patrocínio é definido pela International Chamber of Commerce (ICC) como sendo:

Qualquer acordo comercial por meio do qual um patrocinador, para benefício mútuo do patrocinador e da parte patrocinada, fornecer contratualmente financiamento ou outro meio de apoio a fim de estabelecer uma associação entre a imagem do patrocinador, suas marcas ou produtos e uma propriedade de patrocínio em troca de

¹O termo “mecenas” deriva de Caio Cílnio Mecenas, um cidadão romano, ministro e amigo do Imperador Augusto, que, por volta do ano 70 a.C., colaborou com diversos escritores e artistas. Foi um grande político, estadista e patrono das letras. Disponível em: http://www.migalhas.com.br/depeso/300523/o_contrato_de_patrocínio_no_direito_brasileiro. Acesso em: 16 maio 2026.

direitos de promover tal associação e/ou conceder benefícios diretos ou indiretos previamente acordados (apud Amaro, 2019)

Consequentemente, ao contrário do mecenato, o qual muito se aproxima de uma doação, por não possuir nenhuma contrapartida material; o patrocínio é um investimento do agente particular, com aporte de recursos financeiros, visando algum retorno, seja financeiro, reconhecimento da marca, visibilidade social e mercadológica, é uma questão de estratégia, considerando a necessidade da marca (Becker, 1997). Para Amaro (2019), pode ser uma publicidade voltada à obtenção de credibilidade e melhoria, ou manutenção da reputação empresarial.

Compartilhando do mesmo pensamento, Inês Fernandes Correia (2010) entende que o mecenato seria um apoio à atividade artística feito de maneira espontânea, objetivando contraprestações intangíveis, como prestígio social; enquanto que o patrocínio seria uma “tentativa de reforçar ante ao consumidor a marca ou a identidade do patrocinador” (2010, p. 88-89). A autora ainda traz a figura do “marketing cultural”, o qual seria o uso do ferramental do marketing tradicional para viabilizar economicamente a produção de bens e serviços culturais, abrangendo a obtenção do aporte econômico-financeiro para a sua materialização, bem como a comercialização dos produtos finais (2010, p. 87).

E, é este pensamento de investimento empresarial na área cultural que permeia todas as críticas a atividade de fomento proporcionada pela Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991, conhecida como a Lei Rouanet. Com essa lei, o Estado delegou o poder decisório sobre o financiamento público nacional de Cultura para as empresas privadas, que baseiam as suas escolhas de investimento a partir de sua estratégia empresarial de marketing, deixando as políticas culturais em segundo plano (Costa e Rocha, 2013).

Consequentemente, a destinação dos rumos dos recursos públicos, decorrentes da renúncia fiscal, ficou nas mãos da iniciativa privada, afastando do governo a decisão de sua alocação (Sarreta, 2016) em fomentar uma política cultural pública. Dessa maneira, o financiamento cultural tende a concentrar-se somente em regiões de interesse do mercado, incentivando e concentrando as produções culturais nas Regiões Sul e Sudeste do Brasil, fomentando, assim, desigualdades regionais:

[...] apesar de todos os pontos positivos, a Lei Rouanet vem sendo duramente criticada pela sua falta de abrangência e pelo seu modelo de destinação. Os estados mais pobres e distantes dos grandes centros são pouco atingidos pelos incentivos desta lei, justamente pela falta de interesse dos empresários e do pouco fomento do governo. A lei ainda é pouco difundida, e aqueles que a procuram o fazem em

grande parte por promoção própria. Trata-se de uma forma legalizada de usar o dinheiro público para o marketing cultural privado (Sarreta, 2016, p. 314).

Nessa toada, Costa e Rocha (2013) asseveram que, ao lado dessa concentração regional, há, ainda, o apoio recorrente a artista já consagrados no mercado, em detrimento dos artistas periféricos, que fazem a verdadeira arte popular. Por consequência, a política cultural, com a Lei Rouanet, saiu da tutela estatal para a tutela da iniciativa privada.

Portanto, a Lei Rouanet, embora tenha seus méritos por fomentar a industrial cultural, não pode ser considerada como uma real política pública à cultura nacional.

2 DA UTILIZAÇÃO DE RECURSOS PRIVADOS ANTES DO MARCO DE FOMENTO

A utilização de recursos privados antes da Lei nº 14.903/2024, mesmo quando uma empresa privada quisesse patrocinar um evento cultural público, seja por mera liberalidade ou por interesses específicos, funcionava de maneira fragmentada e baseada sobretudo em normas administrativas esparsas e contratos administrativos atípicos.

A legislação que regulava do assunto era, principalmente, a Lei 14.133, de 1º de abril de 2023, Lei de Licitações e Contratos e a Lei nº 13.019, de 31 de julho de 2014 que institui normas gerais para as parcerias entre a administração pública e organizações da sociedade civil.

De fato, não havia na legislação uma figura jurídica típica que permitisse o recebimento, pela Administração Pública, de um patrocínio privado sob seus eventos culturais. Na realidade, não se havia certeza quanto a sua natureza jurídica. Era um contrato administrativo? Um convênio? Uma doação? Uma prestação de serviço? Principalmente quando a liberalidade partia da própria iniciativa privada.

O art. 2º da Lei 14.133/2021 descreve os instrumentos contratuais jurídicos nos quais a referida lei é aplicada, senão vejamos:

Art. 2º Esta Lei aplica-se a:

- I - alienação e concessão de direito real de uso de bens;
- II - compra, inclusive por encomenda;
- III - locação;
- IV - concessão e permissão de uso de bens públicos;
- V - prestação de serviços, inclusive os técnico-profissionais especializados;
- VI - obras e serviços de arquitetura e engenharia;
- VII - contratações de tecnologia da informação e de comunicação.

Pelo que se pode observar, a possibilidade de receber um patrocínio de uma empresa privada para a realização de um evento cultural do poder público não se encontra contemplado expressamente na lei de licitações. Até mesmo porque tal liberalidade por parte da empresa privada não seria algo desinteressado, muito pelo contrário, poderia exigir da Administração Pública uma contrapartida da divulgação da sua marca no evento, ou seja, não seria a título gratuito, mas oneroso.

De fato, a situação exige a instrumentalização de um acordo formal, mas não um contrato típico por essa lei, inclusive o Supremo Tribunal Federal (STF, 2011) já decidiu que o contrato de patrocínio não se caracteriza como contrato administrativo submetido à licitação, dada a inoccorrência de pacto administrativo para lançar serviços ou contratar bens.

O Tribunal de Contas da União (TCU), no acórdão nº 1623/2010, de Relatoria do Min. Weder de Oliveira, no que tange ao percebimento de patrocínio privado pela administração pública para seus eventos, apenas destacou que tais receitas devem ser recolhidas à conta única do Tesouro Nacional e as despesas a elas vinculadas regularmente executadas:

TOMADA DE CONTAS. EXERCÍCIO DE 2006. EXECUÇÃO ORÇAMENTÁRIA/FINANCEIRA. RECURSOS ORIUNDOS DE AJUSTES FIRMADOS COM INSTITUIÇÃO FINANCEIRA OFICIAL. 1. As receitas provenientes de convênios, contratos de patrocínios ou ajustes similares devem ser recolhidas à conta única do Tesouro Nacional e as despesas a elas vinculadas regularmente executadas, segundo a legislação orçamentária em vigor (TRIBUNAL DE CONTAS DA UNIÃO, 2010)

Nessa testilha, Oliveira (2025a) destaca que este tipo de contrato é tipificado como um contrato de Direito Privado da Administração Pública, atípico, oneroso e submetido ao regime jurídico predominantemente privado. O ente público visa o auxílio financeiro para ajudar nas despesas de realização do evento e o particular, por outro lado, a divulgação do seu nome, imagem e/ou marca.

De fato, assevera-se que a natureza jurídica da avença aqui discutida encontra guarida no art. 425 do Código Civil (Art. 425. É lícito às partes estipular contratos atípicos, observadas as normas gerais fixadas neste Código), por ser considerado um contrato atípico.

Como muito bem destacado por Oliveira, a consequência de não ser um contrato administrativo tipicamente regulado pela lei de licitações, é que inexistente “a aplicação automática de cláusulas exorbitantes na avença, o que afasta a aplicação preponderante do Direito Público, inclusive do procedimento licitatório” (2025,b).

O problema é que, ainda sim, exige uma publicização prévia, por causa dos princípios da legalidade e da impessoalidade. Legalidade, porque a administração pública só poderá fazer o que é previsto em lei, por sua vez, na impessoalidade, a administração não pode escolher a quem contratar, sem que antes o contratado tenha passado por um processo com regras previamente estabelecidas, segundo critérios objetivamente fixados.

Para Di Pietro (2020, p.17), “só pode fazer o que a lei autoriza, não podendo agir além do que a lei permite ou omitir-se quando a lei impõe a prática de um ato”. Por outro lado, a autora explica a impessoalidade em uma dupla acepção, significando a vedação de um tratamento desigual sem justificativa legal, bem como que o administrador atue em nome do interesse público, sem favorecer ou prejudicar a si próprio ou terceiros (Di Pietro, 2020).

Diante deste cenário, de acordo com Oliveira (2025a) devido a tais exigências normativas, é previsto à administração realizar um processo administrativo seletivo simplificado, por meio de um edital de chamamento público, onde restarão definidas as regras para todos os interessados. Contudo, o citado autor, não traz a tona que tal situação somente é permitida para as empresas públicas e sociedades de economia mistas, conforme o §3º, do art. 27 da Lei nº 13.303, de 30 de junho de 2016.

Por outro lado, a pela Lei nº 13.019/2014, se a entidade privada for sem fins lucrativos e tipificada como uma Organização da Sociedade Civil, desde que consecução de finalidades de interesse público e recíproco, pode-se celebrar um convênio.

Aqui, é importante primeiro esclarecer o que vem a ser as Organizações da Sociedade Civil. A Lei nº 13.019/2014 assim as define:

Art. 2º Para os fins desta Lei, considera-se:

I - organização da sociedade civil:

a) entidade privada sem fins lucrativos que não distribua entre os seus sócios ou associados, conselheiros, diretores, empregados, doadores ou terceiros eventuais resultados, sobras, excedentes operacionais, brutos ou líquidos, dividendos, isenções de qualquer natureza, participações ou parcelas do seu patrimônio, auferidos mediante o exercício de suas atividades, e que os aplique integralmente na consecução do respectivo objeto social, de forma imediata ou por meio da constituição de fundo patrimonial ou fundo de reserva; (BRASIL, 2014)

Neste caso, traz-se à colação os ensinamentos de Meirelles (2007) a ratificar que, diferente de um contrato onde há a oposição de interesses colidentes, quando da celebração de um convênio administrativo, tem-se a efetivação de interesses em comum, ou seja, ambos os envolvidos querem a realização do evento, porém a administração quer um auxílio no

financiamento do mesmo e o particular a divulgação social da sua marca. Portanto, convênio é um tipo de acordo, não contrato:

Convênios administrativos são acordos firmados por entidades públicas de qualquer espécie, ou entre estas e organizações particulares, para realização de objetivos de interesse comum dos partícipes. Convênio é acordo, mas não é contrato. No contrato as partes têm interesses diversos e opostos; no convênio os partícipes têm interesses comuns e coincidentes. Por outras palavras: no contrato há sempre duas partes (podendo ter mais de dois signatários), uma que pretende o objeto do ajuste (a obra, o serviço etc.), outra que pretende a contraprestação correspondente (o preço, ou qualquer outra vantagem), diversamente do que ocorre no convênio, em que não há partes, mas unicamente partícipes com as mesmas pretensões. Por essa razão, no convênio a posição jurídica dos signatários é uma só, idêntica para todos, podendo haver apenas diversificação na cooperação de cada um, segundo suas possibilidades, para a consecução do objetivo comum, desejado por todos (Meirelles, 2007, p. 408).

A parceira indicada pela Lei nº 13.019/2014 pode assumir a forma de termos de colaboração, em termos de fomento ou em acordos de cooperação, contudo, para o caso do recebimento de patrocínio privado pela Administração Pública, o instituto jurídico mais adequado é o acordo de cooperação. Neste, não há a transferência de recursos entre os participantes que se encontram em posição de igualdade, os quais podem ofertar entre si um serviço, ou um bem de modo a concretizar o objetivo comum cultural entre as partes.

Por outro lado, quando se há a transferência de recursos, estar-se-á diante de um termo de fomento ou termo de colaboração. Em tais termos, a transferência do recurso é feita pela Administração Pública para o particular, o que denota ser uma ideia contrária ao que se pretende discutir neste patrocínio.

Aqui, a figura do chamamento público é prevista no bojo legal como uma forma de celebrar a imparcialidade e isonomia requeridas constitucionalmente, sendo aberta para todos aqueles que se enquadrem nos requisitos.

Por seu turno, caso haja apenas uma liberalidade há a figura da doação do particular ao ente público, prevista no Decreto nº 9.764, de 11 de abril de 2019. O seu recebimento, seja em bens móveis ou serviços, ao ente público pode ser sem ônus ou encargo ou com ônus ou encargo, desde de que seja para atender a um interesse público.

Tanto os art. 20 e 21 pontuam que, a sua formalização, se dará por meio do contrato de doação ou termo de doação ou declaração firmada pelo doador, independente de ser pessoa física ou jurídica, sendo que a diferença entre tais tipos encontra-se no tipo de doação, se com encargo ou não:

Art. 20. As doações de bens móveis e de serviços por pessoa jurídica aos órgãos e às entidades da administração pública federal direta, autárquica e fundacional serão formalizadas:

I - no caso de doação com ônus ou encargo, por meio de contrato de doação; ou

II - no caso de doação sem encargos, por meio de termo de doação ou de declaração firmada pelo doador, sendo esta última aplicável na hipótese de as doações corresponderem a valor inferior aos estabelecidos nos incisos I e II do **caput** do art. 24 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993.

Art. 21. As doações de bens móveis por pessoa física aos órgãos e às entidades da administração pública federal direta, autárquica e fundacional serão formalizadas:

I - no caso de doação com ônus ou encargo, por meio de contrato de doação; ou

II - no caso de doação sem encargos, por meio de termo de doação. (Brasil, 2019)

Enfim, neste tópico procurou-se abordar os instrumentos jurídicos e as bases legais existentes que contemplassem a possibilidade do particular patrocinar atividades culturais públicas antes da publicação da Lei nº 14.903/2024.

3 APÓS O MARCO CULTURAL DE FOMENTO À CULTURA

A Lei nº 14.903/2024 veio revolucionar o fomento à cultura, a sua forma de financiamento com o fito de desburocratizar e simplificar, criando novos instrumentos jurídicos e, assim, facilitar o acesso às ações culturais. É importante destacar que o marco regulatório não descartou ou revogou os instrumentos até então existentes, ele apenas acrescentou mais uma possibilidade a “caixa de ferramentas” presente sobre o assunto, conforme a justificativa apresentada em seu projeto de lei:

O desenho técnico-jurídico da “caixa de ferramentas” disponível para a administração pública no fomento cultural deve ser adequado às relações do Poder Público com os agentes da sociedade civil (como organizações, como empresas e como indivíduos) em uma política pública em que estes devem ser os protagonistas, para que haja efetividade e garantia de pluralidade em um contexto de Estado democrático de direito.

.....
Há, portanto, no conjunto de instrumentos jurídicos em vigor, uma histórica defasagem de mecanismos que regulem o fomento cultural a partir de suas diversas peculiaridades. Atualmente, quando o contorno de uma relação de fomento cultural não encontra amparo em outras legislações específicas, há uma tendência hermenêutica em enxergá-la como similar ao instituto do convênio e aplicar subsidiariamente o que preconiza a antiga Lei 8.666/1993, hoje substituída pela Lei 14.133/2021, gerando enormes problemas concretos pela inadequação desse regime (pensado para situações de interesses contrapostos) diante da realidade da cultura, em que os interesses são coincidentes no sentido da realização de um projeto ou atividade cultural (Brasil, 2021).

Tanto é que, ratificando ainda mais essa lógica da “caixa de ferramentas”, de possuir inúmeros instrumentos à disposição, os quais podem ser empregados conforme as peculiaridades do caso concreto, que o art. 2º cita os regimes jurídicos que podem ser contemplados para tratarem das ações culturais, ficando a critério do gestor público, conforme o alcance das metas dos planos de cultura que se pretendem alcançar:

Art. 2º A União executará as políticas públicas de fomento cultural por meio do regime próprio de que trata o Capítulo II desta Lei, dos regimes previstos nas Leis nº 8.685, de 20 de julho de 1993, nº 11.437, de 28 de dezembro de 2006, nº 13.018, de 22 de julho de 2014, e nº 13.019, de 31 de julho de 2014, e na Medida Provisória nº 2.228-1, de 6 de setembro de 2001, ou de outros regimes estabelecidos em legislação federal específica.

§ 1º Os Estados, o Distrito Federal e os Municípios poderão executar as políticas públicas de fomento cultural por meio de um dos regimes previstos no caput deste artigo ou de outros regimes jurídicos estabelecidos no âmbito de sua autonomia.

§ 2º Cada política pública cultural poderá ser implementada com o uso de mais de um dos regimes jurídicos referidos no caput e no § 1º deste artigo, observados os seguintes requisitos:

I - o regime jurídico aplicável em cada caso, com os respectivos instrumentos, deverá ser especificado pelo gestor público no processo administrativo em que for planejada a celebração de determinado instrumento, de acordo com os objetivos almejados; e

II - a escolha do regime jurídico pelo gestor público deverá ser orientada para o alcance das metas dos planos de cultura referidos no inciso V do § 2º do art. 216-A da Constituição Federal, observados os princípios constitucionais da eficiência e da duração razoável do processo (Brasil, 2024).

Outro ponto que merece ser destacado é que, por duas vezes, o marco de fomento veda a aplicação da lei de licitações, tanto no §4º do art. 2º, quanto no §2º do art. 3º. Por consequência, clarifica o que até então já era pacífico na doutrina e a jurisprudência e que foi demonstrado no tópico anterior, não somente pela inadequação da via eleita no que tange ao acordo de patrocínio, mas também pelo engessamento, típicas da lei de licitações, com a natureza jurídica dinâmica das avenças culturais.

A Lei nº 14.903/2024 possui a natureza jurídica de política pública regulatória econômica, pois veio corrigir as falhas no mercado de fomento cultural, como a incompatibilidade do processo de contratação pela lei de licitações, bem como a desigualdade na concentração dos patrocínios em artistas consagrados e nas regiões privilegiadas (Borja, 2025), fruto do poder conferido pela Lei Rouanet ao setor privado.

Moura (2025) observou que, com a Constituição Federal de 1988, houve um amplo processo de constitucionalização das políticas públicas com a veiculação pela norma constitucional de diversos programas constitucionais, bem como, uma interpretação voltada à

pela concretização das ações governamentais enquanto veiculadora de direitos e garantias fundamentais.

Por sua vez, com relação ao acesso dos recursos das políticas públicas de fomento à cultura, o marco regulatório, no art. 35, cita, de forma exemplificativa, as fontes ou mecanismos dos sistemas de financiamento à cultura, dentre as quais: dotações orçamentárias; fundos públicos destinados às políticas públicas culturais; captação de recursos privados, com ou sem incentivo fiscal; captação de recursos complementares; rendimentos obtidos durante a execução da ação cultural; e outras fontes ou mecanismos previstos em legislação específica.

No caso então da captação do recurso privados, sejam eles decorrentes de pessoas físicas ou jurídicas, hipótese contemplada no inciso III do supracitado artigo, pode ser com ou sem incentivo fiscal, o que já abre uma possibilidade além da Lei Rouanet.

A captação com incentivo fiscal seguirá os trâmites previstos na Lei Rouanet, Lei nº 8.313/1991, bem como em outras leis de incentivo à cultura descritos no art. 2º, tais como: o fomento a atividade audiovisual (Lei nº 8.685, de 20 de julho de 1993); financiamento de programas e projetos voltados para o desenvolvimento das atividades audiovisuais (Lei nº 11.437, de 28 de dezembro de 2006); Política Nacional de Cultura Viva (Lei nº 13.018, de 22 de julho de 2014); Política Nacional do Cinema, cria o Conselho Superior do Cinema e a Agência Nacional do Cinema - ANCINE (Medida Provisória nº 2.228-1, de 6 de setembro de 2001). É o que define o art. 38:

Art. 38. Nas políticas públicas de fomento cultural apoiadas por meio de programas e de mecanismos de incentivo fiscal, inclusive o mecanismo previsto no Capítulo II da Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991 (Lei Rouanet), a administração pública poderá optar por qualquer regime jurídico previsto no art. 2º desta Lei.

Parágrafo único. Nos programas e nos mecanismos de que trata o caput deste artigo, a administração pública poderá optar pela aplicação de procedimentos de execução de recursos e de prestação de contas previstos no regime próprio de fomento cultural estabelecido nesta Lei, conforme previsão em regulamento do ente federativo (Brasil, 2024).

Sobre esta modalidade, Rocha (2025) clarifica que esta captação de recursos privados com incentivo fiscal tem por o objetivo incentivar as atividades culturais, faculta às pessoas físicas ou jurídicas a opção pela aplicação de parcelas do Imposto sobre a Renda, em projetos culturais, previamente aprovados pelo Ministério da Cultura, a título de doações ou patrocínios.

Por sua vez, se for sem o incentivo fiscal, os instrumentos de captação de recursos, de acordo com o art. 39 são o acordo de patrocínio privado direto, instrumentos celebrados por agentes culturais para a sua captação e outros instrumentos celebrados pela administração pública.

Art. 39. São instrumentos de captação de recursos privados sem incentivo fiscal:

I - acordo de patrocínio privado direto do regime jurídico próprio de fomento cultural, celebrado pela administração pública com patrocinadores;

II - instrumentos celebrados por agentes culturais para captação de recursos privados complementares para ações culturais apoiadas por políticas públicas de fomento;

III - outros instrumentos celebrados pela administração pública para captação de recursos privados para políticas públicas (Brasil, 2024).

No caso em comento, objeto deste estudo, o acordo de patrocínio privado direito, previsto no inciso I, do art. 39, pode decorrer de propostas previstas pela administração pública por meio de proposta avulsa, apresentada por iniciativa de um interessado ou por intermédio de um chamamento público, por meio do qual a administração pública sairá em busca de patrocinadores à sua ação cultural, nos termos do art. 40.

Art. 40. O acordo de patrocínio privado direto do regime jurídico próprio de fomento cultural poderá decorrer de propostas recebidas pela administração pública por meio de um dos seguintes procedimentos:

I - proposta avulsa, quando um interessado tem a iniciativa de apresentar à administração pública oferta de apoio a ações culturais;

II - chamamento público, quando ocorre a divulgação de edital de patrocínio privado direto, com finalidade de buscar apoio a ações culturais promovidas por agentes culturais ou por órgãos e entidades da própria administração pública.

§ 1º Nos casos de recebimento de proposta avulsa, deverá ser divulgado aviso público em meio oficial de publicidade da administração pública, com abertura de prazo mínimo de 5 (cinco) dias úteis para apresentação de propostas alternativas por eventuais interessados.

§ 2º O autor da proposta selecionada fornecerá os dados da pessoa física ou jurídica que celebrará o acordo de patrocínio privado direto com a administração pública (Brasil, 2024).

Pelo que se pode extrair da leitura deste dispositivo é que qualquer pessoa física ou jurídica, com ou sem fins lucrativos, pode patrocinar a ação cultural pública, não precisando ter uma qualificação especial, diferente da Lei 13.019/2014, que somente permitia a participação de organizações da sociedade civil, ou seja, entidade privada sem fins lucrativos.

Mesmo a proposta avulsa, por causa do princípio da publicidade e da impessoalidade dos atos públicos, ambos de envergadura constitucional, o gestor público deverá publicar um aviso público, por meio oficial, ou seja, Diário oficial da União (sítio eletrônico da Imprensa Nacional ou aplicativo DOU), Portal Nacional das Contratações Públicas e o Portal Gov.br. A intenção é verificar se haverá a apresentação de propostas alternativas por eventuais interessados.

Uma novidade trazida pelo marco de fomento, precisamente no art. 41, é que esse acordo de patrocínio privado direto do regime próprio de fomento cultural deverá prever os deveres do patrocinador, bem como as compensações autorizadas pelo poder público. As compensações - observe que a lei não usa o termo “direitos”, de natureza inflexível, diferente de “compensações” que parecer ser de maleável interpretação – e os deveres encontram-se consubstanciados no Caderno de Deveres do Patrocinador, o qual traz em seu bojo uma lista de deveres:

Art. 41. O acordo de patrocínio privado direto do regime próprio de fomento cultural deverá prever os deveres do patrocinador e as compensações autorizadas pelo poder público.

§ 1º O Caderno de Deveres do Patrocinador, anexo ao instrumento de acordo, deverá prever a obrigação do patrocinador de executar com recursos próprios, sem incentivo fiscal, lista de deveres, que poderá incluir:

- I - fornecimento de bens ou prestação de serviços;
- II - financiamento de premiação cultural;
- III - depósito em favor de fundo público de cultura;
- IV - realização de obras destinadas ao patrimônio cultural;
- V - outros deveres adequados às necessidades da execução das políticas culturais.

§ 2º O poder público poderá autorizar as seguintes compensações ao patrocinador:

- I - veiculação de publicidade, inclusive mediante ativação de marca;
- II - uso de espaço ou de bem da administração pública;
- III - outras compensações solicitadas pelo patrocinador, avaliadas pelo poder público em juízo de conveniência e oportunidade (Brasil, 2024).

Pelo que se pode observar, o acordo de patrocínio não prevê o recebimento de dinheiro em espécie pela administração pública, na realidade seria um suporte indireto à atividade. Por sua vez, as compensações ao patrocinador já vieram explícitas, o que oferece segurança jurídica para o gestor público de que a medida adotada encontra respaldo legal.

Ademais, pela leitura do dispositivo, a lista de deveres e compensações trata-se de um rol exemplificativo, devido aos incisos V, do §1º e III, do §2º, ambos do art. 41. Para as obrigações, foi deixada a possibilidade de se escolher outras adequadas às necessidades de execução das políticas culturais, já para as compensações, poder-se-á acrescentar outras de

escolha do patrocinador, desde que autorizadas pelo juízo discricionário, avaliado pelo poder público.

CONCLUSÃO

A presente pesquisa teve por objetivo analisar as alterações promovidas pela Lei nº 14.903/2024 na relação entre Administração Pública e agentes privados no financiamento das políticas públicas culturais, com enfoque no acordo de patrocínio privado direto enquanto instrumento jurídico de captação de recursos sem incentivo fiscal.

A investigação demonstrou que, antes da instituição do Marco Regulatório do Fomento à Cultura, a participação privada no financiamento de ações culturais públicas encontrava-se submetida a um cenário de dispersão normativa e de inadequação instrumental. A ausência de disciplina específica conduzia à utilização de mecanismos jurídicos concebidos para finalidades distintas, como contratos administrativos, convênios, acordos de cooperação e doações, o que gerava insegurança jurídica, excessiva burocratização e dificuldades de compatibilização com as peculiaridades das políticas culturais.

Nesse contexto, verificou-se que a Lei nº 14.903/2024 promoveu relevante transformação no desenho institucional da política pública de fomento à cultura ao reconhecer expressamente o acordo de patrocínio privado direto como instrumento próprio de financiamento cultural sem incentivo fiscal. Tal inovação normativa evidencia uma tentativa de adequação do regime jurídico às especificidades do setor cultural, afastando a aplicação automática de modelos tradicionais de contratação pública e conferindo maior flexibilidade procedimental à atuação administrativa.

Também se constatou que o novo marco regulatório amplia as possibilidades de financiamento das políticas culturais ao admitir a participação de pessoas físicas e jurídicas na condição de patrocinadoras, sem restringir essa atuação a mecanismos baseados exclusivamente em renúncia fiscal. Dessa forma, a legislação contribui para a diversificação das fontes de recursos e para o fortalecimento da capacidade estatal de implementação das políticas públicas culturais.

Todavia, embora a Lei nº 14.903/2024 represente significativo avanço normativo e institucional, sua efetividade dependerá da consolidação de regulamentações complementares, da construção interpretativa da doutrina e da jurisprudência, bem como da adequada operacionalização dos instrumentos pelos gestores públicos. Permanecem relevantes os desafios relacionados à delimitação prática das compensações autorizadas, aos

critérios de publicidade e impessoalidade e à harmonização entre flexibilidade administrativa e observância do interesse público.

Conclui-se, portanto, que o Marco Regulatório do Fomento à Cultura inaugura um novo paradigma para a política pública cultural brasileira, ao oferecer instrumentos mais compatíveis com a dinâmica do financiamento cultural contemporâneo, reforçando a segurança jurídica, a pluralidade de mecanismos de fomento e a capacidade de articulação entre Administração Pública e iniciativa privada.

REFERÊNCIAS

AMARO, C. **O contrato de patrocínio no direito brasileiro**. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/depeso/300523/o-contrato-de-patrocínio-no-direito-brasileiro>.

BECKER, I. A. **Os caminhos do patrocínio cultural: uma contribuição para a prática do marketing cultural no Brasil**. 1997. Dissertação (Mestrado em Administração) – Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas, São Paulo.

BORJA, B.; LIMA, B.; ELLER, C.; ALVES, F. O Sistema de Financiamento da Cultura no Brasil: um debate sobre o orçamento federal e a PNAB, In: ENECULT 21. XXI Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, 2025. Salvador, BA. **Anais [...]**. Disponível em: <https://www.enecult.ufba.br/modulos/submissao/Upload-751/162059.pdf>. Acesso em 11 jan. 2026.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Diário Oficial da União, 1988. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 11 dez. 2025.

_____. **Lei nº 14.903, de 27 de junho de 2024**. Estabelece o marco regulatório do fomento à cultura. Brasília, DF: Diário Oficial da União, 2024. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2024/lei/114903.htm. Acesso em 30 abr. 2026.

_____. **Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021**. Lei de Licitações e Contratos Administrativos. DF: Diário Oficial da União, 2021. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2021/lei/114133.htm. Acesso em 30 abr. 2026.

_____. **Lei nº 13.303, de 30 de junho de 2016**. Dispõe sobre o estatuto da empresa pública, da sociedade de economia mista e de suas subsidiárias, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios. DF: Diário Oficial da União, 2016. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2016/lei/113303.htm. Acesso em 30 abr. 2026.

_____. **Lei nº 13.019, de 31 de julho de 2014**. Estabelece o regime jurídico das parcerias entre a administração pública e as organizações da sociedade civil, em regime de mútua cooperação, para a consecução de finalidades de interesse público e recíproco, mediante a

execução de atividades ou de projetos previamente estabelecidos em planos de trabalho inseridos em termos de colaboração, em termos de fomento ou em acordos de cooperação; define diretrizes para a política de fomento, de colaboração e de cooperação com organizações da sociedade civil; e altera as Leis nºs 8.429, de 2 de junho de 1992, e 9.790, de 23 de março de 1999. (Redação dada pela Lei nº 13.204, de 2015), DF: Diário Oficial da União, 2021. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/113019.htm. Acesso em 05 maio 2026.

_____. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002.** Institui o Código Civil Brasileiro. DF: Diário Oficial da União, 2002. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406compilada.htm. Acesso em 20 abr. 2026.

_____. Câmara dos Deputados. **Projeto de Lei nº 3905/2021.** Ementa: Estabelece o marco regulatório do fomento à cultura, no âmbito da administração pública da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios. Brasília, DF: Câmara dos Deputados, 2024. Disponível em: . Acesso em: 12 fev. 2026.

_____. **Decreto nº 9.764, de 11 de abril de 2019.** Dispõe sobre o recebimento de doações de bens móveis e de serviços de pessoas físicas ou jurídicas de direito privado pelos órgãos e pelas entidades da administração pública federal direta, autárquica e fundacional. (Redação dada pelo Decreto nº 10.314, de 2020). DF: Diário Oficial da União, 2019. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2019/decreto/d9764.htm. Acesso em 05 maio 2026.

CORREIA, I. F. Do mecenato ao marketing cultural: a evolução do patrocínio no Brasil. **ORGANICON**. Ano 7, n. 13. 2º Semestre de 2010, p. 80-91.

COSTA, L.; ROCHA, R. Muito Barulho Por Nada? Maria Bethânia, a Lei Rouanet e a mídia brasileira. In: **Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura**, IX ENECULT, Salvador, 2013. Disponível em: . Acesso em: 29 jan. 2022.

DI PIETRO, M. Z. P. **Direito Administrativo**. 33. ed. São Paulo: Atlas, 2020.

OLIVEIRA, R.C.R. **Contrato de patrocínio na Administração Pública:** Desafios e boas práticas. (2025a) Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/coluna/esquinas-do-direito-municipal/446519/contrato-de-patrocínio-na-administração-publica-desafios>. Acesso em 16 mai. 2026.

_____, _____. **Licitações e contratos administrativos:** teoria e prática, 14 ed. Rio de Janeiro: Forense, 2025b.

MEIRELLES, H.L. **Direito administrativo brasileiro**, 33ª ed., São Paulo: Malheiros, 2007.

MOURA, E. A. da C. A constitucionalização das políticas públicas e o federalismo assimétrico: arranjos interinstitucionais nas competências dos Municípios nas políticas urbanas. **Revista Carioca de Direito**, Rio de Janeiro, vol. 5, n.2, jul./dez. 2024, p. 20-40.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

ROCHA, S. L. F. **O marco regulatório do fomento à cultura no âmbito da administração pública e as novidades introduzidas pela Lei nº 14.903, de 27 de junho de 2024**.

Disponível em: <http://revistaconsinter.com/index.php/ojs/2019>. Acesso em 15 maio 2026.

SARRETA, C. R. L. O direito à Cultura como fundamental: considerações em relação à aplicabilidade da Lei Rouanet. **Revista Brasileira de Direitos e Garantias Fundamentais**, Brasília, v. 2, n. 1. p. 297-317, 2016. Disponível em: . Acesso em: 29 jan. 2022.