



## INVESTIMENTOS E PATROCÍNIOS CORPORATIVOS: PERSPECTIVAS DOS INCENTIVOS FISCAIS FEDERAIS À CULTURA

Patrícia Silva de Almeida<sup>1</sup>  
Jonathan Barros Vita<sup>2</sup>

**Resumo:** O propósito do ensaio trata da crescente participação do setor privado nos financiamentos e incentivos à cultura, em âmbito nacional. São apresentados os mecanismos de financiamento utilizados pelo setor privado, previstos pela legislação brasileira e as possibilidades de parceria de aportes financeiros, através de doações e dos patrocínios corporativos, instrumentos utilizados no desenvolvimento da área cultural - em contrapartida aos benefícios fiscais -, levando-nos a questionar se tais incentivos não seriam representativos de renúncias fiscais. A metodologia de trabalho optou-se pelo uso do método hipotético-dedutivo, um estudo descritivo de base referencial bibliográfica.

**Palavras-chaves:** Incentivo fiscal; Investimento empresarial; Lei Rouanet; Mecenato; Patrocínio cultural.

## CORPORATE INVESTMENT AND SPONSORSHIP: PERSPECTIVES OF FEDERAL TAX INCENTIVES TO CULTURE

**Abstract:** The purpose of this essay is to increase the private sector's participation in funding and incentives for culture at the national level. The financing mechanisms used by the private sector, as provided for by Brazilian law and the possibilities of partnership of financial contributions, corporate investments, sponsorship and corporate patronage, instruments used in the development of the cultural area, as a counterpart to the fiscal benefits, are presented to question whether such incentives would not be representative of tax waivers. The work methodology was chosen using the hypothetical-deductive method, a descriptive study based on bibliographical references.

**Key-words:** Business investment; Corporate patronage; Rouanet Act; Patronage; Tax incentive.

## INTRODUÇÃO

<sup>1</sup> Doutoranda pelo Programa de Doutorado em Direito pela Universidade de Marília - UNIMAR/SP. Mestre em Direito pela Universidade de Marília - UNIMAR/SP. Especialista em Direito Público pela Escola de Magistratura Federal do Rio Grande do Sul - ESMAFE/RS. Oficiala Registradora e Tabela de Notas do Município de Santa Salete, Estado de São Paulo. E-mail: patriciadealmeida3110@gmail.com; CV Lattes: <<http://lattes.cnpq.br/5522757486165755>>.

<sup>2</sup> Doutor e Mestre em Direito pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUCSP. Mestre em Segundo Nível em Direito Tributário de Empresa pela Università Commerciale Luigi Bocconi – Milão (Itália). Especialista em Direito Tributário pelo Instituto Brasileiro de Estudos Tributários – IBET. Coordenador e Professor Titular do Programa de Doutorado e Mestrado em Direito da Universidade de Marília – UNIMAR/SP. Advogado. Consultor Jurídico. Contador. E-mail: jbvita@gmail.com; CV Lattes: <<http://lattes.cnpq.br/6200020135164378>>.



A cultura se desenvolve, ao redor do mundo, através de financiamentos públicos e privados. Não obstante exista a participação da esfera privada no desenvolvimento da arte e do complexo de bens culturais, no Brasil, a benevolência corporativa em relação a cultura, ainda engatinha.

Ao contrário do que ocorre e alguns países da Europa, lugares onde o estímulo à cultura é percebido como investimento, há um nítido retrocesso da participação do poder público nas questões que envolvem políticas de estudos e expansão cultural no Brasil, que apesar dos estímulos tributários, nosso empresariado expande a sua participação na área por via doações e patrocínios, tão somente se houverem incentivos fiscais favoráveis.

E, habitualmente, esse tem sido o principal instrumento estratégico utilizado como política cultural para o desenvolvimento econômico-social da área, o qual vem apresentando distorções.

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

O Brasil vem operando na esfera cultural com maior dirigismo estatal, envolvendo a oportunidade e a discricionariedade, sobre os projetos selecionados para o investimento dos privados.

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

Dentro das constatações até então realizadas, frente as possibilidades de incentivos e benefícios fiscais direcionados a área cultural, o despertar da nossa temática de pesquisa, nos direciona a indagar: a participação do empresariado brasileiro junto ao desenvolvimento e sustentabilidade da cultura no Brasil, por intermédio das doações e dos patrocínios destinados a área, seriam figurativos de uma proposta de incentivo ou de verdadeira renúncia fiscal? Se a cultura na modernidade é vista como recurso sustentável de desenvolvimento econômico e



social, nos termos como vem sendo executado tais recursos – de acordo com o modelo proposto pela Lei Rouanet -, seria a mais adequada forma de financiamento? Existem novas vias de financiamento viáveis à área cultural?

Para tanto, didaticamente, o desenvolvimento do artigo far-se-á da seguinte forma. Primeiramente, abordar-se-á no tópico “*A participação privada na área cultural*”, descrevendo a crescente participação do empresariado brasileiro nas questões que envolvem as doações e os investimentos destinados à área, uma adequação participativa entre o setor público e o setor privado, frente aos interesses econômicos individuais e a necessidade de investimentos privados ao desenvolvimento do setor artístico no Brasil.

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

O próximo tópico “*O uso de leis de incentivos fiscais federais destinados às pessoas jurídicas: as doações e os patrocínios dedutíveis de Imposto de Renda da Pessoa Jurídica*”, destaca-se a realidade do Brasil quanto aos incentivos praticados referentes a tributação, contemplando, as empresas tributadas pelo lucro real, com perspectivas a expansão dos benefícios fiscais aos demais tipos de pessoas jurídicas.

E, por último, no tópico “*Incentivo ou renúncia fiscal? Perspectivas*”, parte-se de uma análise acerca do uso do recurso público pela iniciativa privada, sendo que na maioria das vezes, os incentivos fiscais concedidos são na verdade instrumentos de renúncia fiscal, uma vez que as empresas divulgam suas marcas (se auto denominando “patrono das artes”) em grande parte se valem do erário público. Ademais, em que pese todo o esforço em desenvolver a cultura no país, trazemos à baila, novas perspectivas de incentivo e de financiamento a área.

Como metodologia geral, optou-se pelo método hipotético-dedutivo, e quanto ao procedimento técnico, trata-se de um apanhado essencialmente bibliográfico, analítico-documental, realizado com base em doutrina nacional.

Em suma, por todos esses questionamentos e firmando a importância do tema para a ciência do direito e as perspectivas de desenvolvimento da cultura em nosso país, tecemos algumas observações e conclusões quanto ao tema, descritos a seguir.



## 1 A PARTICIPAÇÃO PRIVADA NA ÁREA CULTURAL

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

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

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

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

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

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



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

Ao levarmos em consideração que uma empresa privada surge com a propensão de gerar lucros, a qualquer custo, vários empresários e grandes corporações descobriram no viés cultural, um meio de expansão econômica, com aduz George Yúdice (2006, p, 14): “Cada vez mais, tanto nos recursos culturais quanto nos naturais, gerenciamento é o nome do jogo”.

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

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

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

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

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

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



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

Nos moldes como foi posto, o patrocínio corporativo (confundido erroneamente com o instituto do mecenato) se apresenta por intermédio da pessoa jurídica – não na pessoa do empresário e de seus familiares – o agente patrocinador e esse grau de institucionalização, ou seja, a decisão de custear as artes, parte da função estratégica corporativa, que embora eficiente, fragiliza-se diante das mudanças de tomada de decisões do *staff* diretivo, ocorrendo com frequência o abandono de projetos, impedindo sua continuidade (DURAND; GOUVEIA; BERMAN, 1997).

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

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

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

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

O estudo comparativo das legislações brasileiras de incentivo federais à cultura se afigura numa trajetória não linear e descontínua, um percurso marcante de interesses específicos que culminaram com surgimento das históricas legislações fiscal direcionadas às



artes, tendo em conta o seu respectivo alcance – público destinado -, e o desenvolvimento (de teor democrático) pretendido à área.

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

Com esse intuito, arrolamos através da análise contextual histórico-brasileira, as legislações de âmbito federal de incentivos, às quais passamos a inventariar.

## 2.1 A Lei Sarney: a primeira legislação federal de incentivos

Certamente, no Brasil, a primeira lei de incentivos fiscais à cultura foi a Lei Federal nº 7.505, de 02 de julho de 1986, batizada “Lei Sarney”, a elaboração da referida legislação percorreu o longo caminho de quatorze anos até a sua aprovação. O projeto original (Projeto de Lei nº 54) colocado em análise junto ao Congresso Nacional em 1972, mas somente obteve a sua aprovação em 1986, quando o autor do projeto, tornou-se o Presidente da República, concretizando-o por definitivo.

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

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

Nesse sentido, a intenção de proteção e de concessões de incentivos a área deixada de lado por anos a fio de período ditatorial militar, a Lei Sarney realizou um incipiente trabalho: a aproximação entre o poder público e a esfera privada, por intermédio da concessão da parcela dos recursos postos à disposição do privado, abrindo mão de parte da arrecadação



dos impostos devidos, para que empresas fossem estimuladas a investir seus recursos em bens culturais.

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

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

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

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

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

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

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

## 2.2 A Lei Rouanet e os propósitos liberais de financiamento à Cultura



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

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

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

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

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

Outro dispositivo, o Fundo de Investimento Cultural e Artístico – FICART – surge com a finalidade de estimular a indústria cultural brasileira (art. 8 e o art. 17) na forma de investimentos, sendo fiscalizado pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM), contemplando diversas formas de investimentos a tais empreendimentos, uma espécie de condomínio cultural administrado por instituições financeiras, que de acordo com Ana Paula de Oliveira Gomes (2013), a compreensão da utilização dos respectivos fundos criados pela



Lei Rouanet, reporta a uma explicação orçamentária, contida no art. 71, da Lei Federal nº 4.320/1964, a qual versa sobre normas gerais do orçamento público.

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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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

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



ou outros decorrentes, destinados ou circunscritos a circuitos privados ou a coleções particulares, competindo à Secretaria da Receita Federal efetuar o acompanhamento no que se refere à aplicação dos incentivos fiscais no âmbito cultural.

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

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

Com efeito, sob esse prisma, passamos a questionar acerca da realidade incidente sobre os incentivos fiscais, bem como traçamos perspectivas quanto as novas vias de financiamento à cultura.

#### **4 INCENTIVOS OU RENÚNCIA FISCAL?**

##### **4.1 Da natureza jurídica dos incentivos fiscais destinados à cultura**

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

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

Os incentivos fiscais direcionados à cultura e os efeitos ocasionados nas empresas que investem em ações dessa natureza de um todo são questionáveis, uma vez que qualquer



incentivo fiscal passa pela seguinte premissa: o uso do dinheiro oriundo da esfera pública – na medida em que deixa de arrecadar -, para estimular o investimento (ganhos) da esfera privada.

E dentro do entendimento sobre o funcionamento das leis brasileiras de incentivos à cultura, existe a nítida percepção de que os reais incentivos à cultura não ocorrem, tendo em vista que a legislação, se permite que empresas venham a deduzir do imposto a pagar o percentual de até 100%, do valor aplicado nas atividades culturais; como se não bastasse, essa mesma lógica se estendeu a outras esferas.

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

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

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

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

É o caso, outro caso emblemático, seria o megaevento Rock in Rio, orçado em cifras generosas no ano de 2013, com apoio do Ministério da Cultura para captação de recursos aproximados R\$ 11,79 milhões de reais, utilizando-se da Lei Rouanet. A época, a arrecadação estimou perto de R\$ 88 milhões de reais, com a venda de ingressos e obteve R\$ 100 milhões de reais em patrocínios. E como retrata o empresário Roberto Medina, presidente da empresa



que organiza o evento, “[...] a renúncia fiscal é um instrumento que qualquer empresário pode e deve usar [...], que sempre recorreu a legislação de incentivos fiscais (LUZ, 2013).

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

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

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

#### 4.2 Perspectivas

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

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

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



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

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

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

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

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



amplitude da cultura nacional em todos os níveis (local, regional ou nacional), em tempo de crise.

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

## **CONCLUSÃO**

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

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

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

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



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

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

Destarte, se temos de um lado a necessidade de estímulo as práticas de incentivo à cultura, de outro temos o dever de conscientização da mudança na mentalidade do cidadão brasileiro, de que só é possível auxiliar a produção cultural no Brasil, na base da contrapartida do uso do erário público, podendo, ao olhar de muito, típica ambição, de aproximação as práticas culturais desenvolvidas ao redor do mundo.

## REFERÊNCIAS

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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