

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO SUDOESTE DA BAHIA – UESB
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – DCSA
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

CLEIDIANE BATISTA PRADO

**INCENTIVOS FISCAIS DESTINADOS AO FOMENTO DA CULTURA - ESTUDO
BIBLIOGRÁFICO COM BASE EM PUBLICAÇÕES NOS PERIÓDICOS
CONTÁBEIS RANQUEADOS PELA (CAPES) NO PERÍODO DE 2009 A 2012**

VITÓRIA DA CONQUISTA – BA,

2015

CLEIDIANE BATISTA PRADO

**INCENTIVOS FISCAIS DESTINADOS AO FOMENTO DA CULTURA - ESTUDO
BIBLIOGRÁFICO COM BASE EM PUBLICAÇÕES NOS PERIÓDICOS
CONTÁBEIS RANQUEADOS PELA (CAPES) NO PERÍODO DE 2009 A 2012**

Monografia apresentado ao Departamento de Ciências Sociais Aplicadas (DCSA) como requisito necessário para obtenção do Grau de Bacharel em curso de Ciência Contábeis, da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB).

Área de Concentração: Contabilidade Tributária e Contabilidade Social

Orientador(a): Prof. Flávio José Dantas da Silva.

VITÓRIA DA CONQUISTA – BA,

2015

P916i

Prado, Cleidiane Batista.

Incentivos fiscais destinados ao fomento da cultura – estudo bibliográfico com base em publicações nos periódicos contábeis ranqueados pela (CAPES) no período de 2009 a 2012 / Cleidiane Batista Prado, 2015. 52f.

Orientador (a): Flávio José Dantas da Silva.
Trabalho de Conclusão de Curso (graduação),
Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, Vitória da Conquista, 2015.

Inclui referências.

1. Contabilidade social. 2. Incentivo fiscal - Cultura.
I. Silva, Flávio José Dantas. I. Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia. III.T.

CDD: 657.98

CLEIDIANE BATISTA PRADO

**INCENTIVOS FISCAIS DESTINADOS AO FOMENTO DA CULTURA - ESTUDO
BIBLIOGRÁFICO COM BASE EM PUBLICAÇÕES NOS PERIÓDICOS
CONTÁBEIS RANQUEADOS PELA (CAPES) NO PERÍODO DE 2009 A 2012**

Monografia apresentado ao Departamento de Ciências Sociais Aplicadas (DCSA) como requisito necessário para obtenção do Grau de Bacharel em curso de Ciência Contábeis, da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB).

Área de Concentração: Contabilidade Tributária e Contabilidade Social

Vitória da Conquista, 25/02/2015.

BANCA EXAMINADORA

Flávio José Dantas da Silva
Especialista em Auditoria Fiscal Contábil (UFBA)
Professor da UESB
(Orientador)

Paulo Fernando de Oliveira Pires
Mestre em Contabilidade pela FVC
Professor Adjunto - UESB

Edson Pereira da Silva
Especialista em Auditoria e Gestão Financeira Contábil pela UNIDERP
Professor Anhanguera Educacional S/A, CESUP

Bem-aventurado o homem que acha sabedoria, e o homem que adquire conhecimento. Provérbios 3:13

RESUMO

O desenvolvimento cultural é uma das formas de manter a identidade de um povo, mas a cultura no Brasil ainda é pouco trabalhada. A partir da década de oitenta passa a existir no Brasil a lei de incentivos fiscais para a promoção da cultura por empresas que queiram desenvolver projetos no setor cultural. Partindo dessas informações o presente estudo tem por objetivo pesquisar (determinar) as produções científicas de contabilidade veiculadas (relacionadas) aos incentivos fiscais para o fomento da cultura publicadas pela CAPES no período de 2009 a 2012, são também Identificadas as principais características dos incentivos fiscais, sobretudo aqueles destinados a cultura, e evidenciando o efeito patrimonial que o incentivo fiscal proporciona para as empresas. Para a sua efetivação foi realizada uma pesquisa descritiva, exploratória de caráter qualitativo com revisão de literatura no site da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES. Dentre os resultados, Destaca-se, primeiramente, a escassez de publicações relacionadas no período escolhido; A investigação mostra que esse incentivo pode beneficiar tanto pessoas físicas quanto jurídicas e que investimentos podem ser realizados de duas maneiras: Doação ou patrocínio, além disso, vê-se que nas organizações, os efeitos patrimoniais são classificados como melhoria dos lucros para as organizações devido ao aumento do número de clientes, a diminuição da carga tributária e a melhoria da imagem da empresa em relação aos seus investidores e clientes. Conclui-se, portanto, que a empresa que adere aos incentivos fiscais com projetos sociais possui vantagens competitivas e financeiras.

Palavras chave: Características. Contabilidade social.Cultura. Incentivos fiscais.

ABSTRACT

Cultural development is one of the manners to maintain the identity of a nation, but culture in Brazil is still undertaken. In the decade of 1980's it is created in Brazil the Lei de Incentivos Fiscais, a cultural incentive law created to the promotion of culture by enterprises that may wish to develop cultural-related projects. With those in mind, this study aims at discovering scientific accounting productions related to tax incentives to the encouragement of culture productions published by CAPES in the period between 2009 and 2012, an identification of the main features of the tax incentives is also done, especially those aimed at culture, highlighting the equity effect brought by the tax incentives to the companies. This work is a descriptive, exploratory and qualitative literature review study on the documents available in the website of the Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES. Among the results, firstly, it is important to mention that publications about the proposed subject and period are scarce. The investigation shows that the incentive may benefit both natural person and legal person, and that investments can be done either by donating or sponsorship, furthermore, one may observe that in companies, the equity effects can be classified as an improvement of the profit to the companies due to the increase in the number of customers, tax burden reduction and improvement in the image of the companies before their clients and investors. Thus, we conclude, that the enterprise that adopts the tax incentives with social projects may possess competitive and financial advantages.

Keywords: Features. Social accounting. Culture. Tax incentive

LISTA DE SIGLAS

CAPES	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CF	Constituição Federal
CNIC	Comissão Nacional de Incentivos à Cultura
ECA	Estatuto da Criança e do Adolescente
FDD	Fundo de defesa dos Direitos Difusos
FUNCINES	Fundos de Financiamentos da Indústria Cinematográfica Nacional
FUNCRIANÇA	Fundo dos Direitos da Criança e do Adolescente
PAT	Programa de Alimentação do Trabalhador
PRONAC	Programa Nacional de Apoio à Cultura
PRONATEC	Programa Nacional de Apoio à Tecnologia
PROUNI	Programa Universidade para Todos
OSCIP	Organização da Sociedade Civil de Interesse Público

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Artigos sobre a temática incentivo fiscal que foram encontrados nos periódicos consultados	42
---	----

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Revistas pesquisadas no período de 2009 a 2012	40
Tabela 2 –Quantidade de artigos publicados por revistas a cada ano	41

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
1.1 TEMA.....	11
1.2 OBJETIVOS.....	11
1.3 PROBLEMATIZAÇÃO.....	11
1.4 JUSTIFICATIVA	12
1.5 RESUMO METODOLÓGICO	12
1.6 VISÃO GERAL.....	13
2 REFERÊNCIAL TEÓRICO.....	14
2.1 MARCO CONCEITUAL.....	14
2.2 ESTADO DA ARTE	14
2.3 MARCO TEÓRICO	17
2.4 PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO	25
2.5 IMPOSTO DE RENDA	28
2.6 CULTURA	31
2.7 A CONTABILIDADE.....	32
3 METODOLOGIA.....	37
3.1 MÉTODO DE ABORDAGEM.....	37
3.2 DELIMITAÇÃO DA PESQUISA	37
3.3 TIPOLOGIA DA PESQUISA	37
3.4 TÉCNICAS E PROCEDIMENTOS OPERACIONAIS	38
3.5 INSTRUMENTOS E LEVANTAMENTO DE DADOS.....	38
4 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS	40
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	45
REFERÊNCIAS	47

INTRODUÇÃO

No cenário brasileiro, os incentivos fiscais têm sido um mecanismo para viabilizar políticas públicas direcionadas a diversos setores da economia. Propiciam, dentre outros benefícios, práticas de responsabilidade social, desenvolvimento industrial e regional permitindo que grande parte da sociedade, sobretudo aos menos favorecidos, tenha acesso à educação, saúde, esporte, cultura e tantos outros itens que permita seu crescimento.

Em meio a grande variedade de incentivos fiscais, atualmente em vigor no país, o destinado ao fomento da cultura assume caráter de extrema importância, pois agrega uma parcela significativa da sociedade. Além de promover o crescimento humano, a cultura é considerada como fonte de riqueza, geradora de empregos, da diversidade e pluralidade cultural, estimula a comunicação humana que, são elementos indispensáveis ao processo de transformação social.

Embora assumam tal importância, e tenham aparatos legais que facilitam o financiamento de suas atividades, os incentivos fiscais direcionados à difusão da cultura, ainda são pouco utilizados no Brasil, razão pela qual justifica ser o objeto de estudo deste trabalho.

Nesta pesquisa serão abordados os incentivos fiscais destinados à cultura e os efeitos causados por eles nas empresas que investem em ações desta natureza, haja vista que seus patrimônios são diretamente afetados por essas variáveis.

Neste contexto, a utilização da ciência contábil é um fator determinante para tal fim, já que esta é uma ciência que estuda os fenômenos ocorridos no patrimônio e suas variações.

A questão da elevada carga tributária no Brasil é, constantemente, motivo de discussões, polêmica e longos debates, quase sempre oriundos do segmento empresarial, que efetivamente vem, ao longo dos anos, buscando alternativas que minimizem o desembolso com impostos. Diante disso, informações advindas da pesquisa serão úteis para os contribuintes e para os profissionais da área contábil, uma vez que esclarecerá sobre as deduções do Imposto de Renda e os impactos que isso acarreta.

Com o advento da lei federal conhecida como Lei Rouanet, as pessoas jurídicas tributadas com base no lucro real puderam aplicar recursos, mediante dedução do imposto de renda a projetos destinados à cultura. Ao longo desta pesquisa serão abordados suas características, aspectos contábeis e seus efeitos, bem como os estudos com base em periódicos contábeis ranqueados pela CAPES no período de 2009 a 2012.

1.1 TEMA

O incentivo fiscal é uma forma que o governo tem, dentro da legalidade, de fomentar determinado setor de atividade através da redução da receita pública. Portanto, o presente estudo tem como tema o incentivo fiscal no setor da cultura e o papel do governo e das empresas para este fim.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo geral

- Pesquisar as publicações científicas sobre incentivos fiscais para o fomento da cultura em periódicos brasileiros de contabilidade no período de 2009 a 2012.

1.2.2 Objetivos específicos

- Apresentar as principais características dos incentivos fiscais, sobretudo aqueles destinados a cultura.
- Evidenciar sobre o efeito patrimonial que o incentivo fiscal proporciona para as empresas
- Identificar como é realizado o incentivo à cultura no Brasil.
- Pesquisar a produção científica sobre incentivos fiscais vinculados à cultura

1.3 PROBLEMATIZAÇÃO

1.3.1 Problema

O que tem sido produzido e publicado cientificamente no Brasil sobre incentivos fiscais destinados à cultura no período de 2009 a 2012?

1.3.2 Questão secundária

Os incentivos fiscais favorecem o desenvolvimento cultural com o fomento da cultura no Brasil?

1.4 JUSTIFICATIVA

Ao iniciar as buscas por um tema, a pesquisadora preocupou-se primeiramente em abordar uma temática de caráter relevante e que, acima de tudo, tivesse uma estreita relação com o papel da contabilidade frente às problemáticas de cunho social. Nessa busca, o que chamou atenção inicialmente, foram dois aspectos: a importância do assunto e a escassez de trabalhos acadêmicos que tratem sobre os efeitos dos incentivos fiscais de dedução do imposto de renda destinados ao fomento da cultura.

O estudo contribuirá para o conhecimento científico da temática em questão e análise das ferramentas que a contabilidade proporciona, pois discutirá informações que permeiam o financiamento do segmento cultural e a relação deste com a contabilidade, além da análise dos periódicos de contabilidade ranqueados por um site de altíssimo padrão, permitindo dessa forma, identificar tendências ou lacunas possibilitando questionamentos e novos caminhos de pesquisa.

A pesquisa também se justifica ao entendimento de como o processo de adesão aos incentivos fiscais à cultura se realiza, promovendo ainda, interesse aos estudantes acadêmicos e produtores culturais, possibilitando de forma indireta a divulgação dos seus benefícios e ainda ao aprimoramento na elaboração dos projetos culturais.

A temática torna-se pertinente, pois a decisão de obtenção de benefício fiscal afeta o processo decisório das organizações, caracterizando-se como importante, recomendável e necessário campo de pesquisa nas áreas de contabilidade e gestão. Trata-se de um tema relevante também, por aliar a temática de políticas públicas de incentivo a cultura à área contábil, permitindo uma multidisciplinaridade de conhecimentos e posteriores avanços nas diversas áreas de pesquisa.

1.5 RESUMO METODOLÓGICO

De abordagem qualitativa, a metodologia utilizada nessa pesquisa foi bibliográfica tendo como principal foco os incentivos fiscais no fomento da cultura no Brasil, através de estudos realizados nos veículos científicos de comunicação e no sítio da CAPES através das publicações realizadas no período de 2009 a 2012.

1.6VISÃO GERAL

O presente trabalho conta com cinco capítulos, sendo que o primeiro faz uma apresentação geral sobre o que se trata no estudo, relatando seus objetivos, problema de pesquisa e justificativa. O capítulo dois apresenta o referencial teórico no qual são abordados os incentivos fiscais, suas características e importância; trata do planejamento tributário, legislações pertinentes, bem como as deduções do imposto de renda e sobre a contabilidade inserida neste contexto. O terceiro capítulo trata da forma como foram coletados e tratados os dados para a realização do estudo. O quarto capítulo descreve os resultados dos dados coletados e suas respectivas análises. Por fim, o último capítulo apresenta as considerações finais da pesquisa, as limitações do estudo e as sugestões de construção de novos trabalhos.

2 REFERÊNCIAL TEÓRICO

2.1 MARCO CONCEITUAL

As empresas estão cada vez mais preocupadas em manter uma imagem social, ambiental e ecologicamente sustentável. Para que esses objetivos sejam alcançados, muitos mecanismos são utilizados, dentre eles os incentivos fiscais para o desenvolvimento da cultura em localidades onde o papel do governo muitas vezes é ausente.

Para se ter a imagem da empresa socialmente correta, sem perder de vista os lucros empresariais, a contabilidade social e gerencial tem contribuído com o planejamento tributário a fim de angariar os incentivos fiscais e repassar para a comunidade alguma forma de cultura, o que seria pago ao governo em forma de impostos e tributos. A utilização adequada desses recursos pode contribuir para a empresa se desenvolver e gerar lucros, bem como proporcionar o desenvolvimento cultural da comunidade na qual está inserida.

Vivemos um momento em que ‘aplicar os recursos escassos disponíveis com a máxima eficiência’ tornou-se, dadas as dificuldades econômicas (concorrência, etc.), uma tarefa nada fácil. A experiência e o *feeling* do administrador não são mais fatores decisivos no quadro atual; exige-se um elenco de informações reais, que norteiem tais decisões. E essas informações estão contidas nos relatórios elaborados pela Contabilidade. (MARION, 2009, p. 26)

O que se observa é que as empresas que tratam de sustentabilidade cultural ou de outras formas de ações sociais estão mais evidenciadas, em especial pelo uso do marketing social que visa ampliar o número de clientes que se interessam em ações desenvolvidas pelas empresas, mas a maioria desconhece o fato dessas ações serem descontadas e consideradas vantajosas também pelas empresas através dos incentivos fiscais.

2.2 ESTADO DA ARTE

Os trabalhos coletados no meio eletrônico mostram que são poucos os que tratam do tema em estudo, na maioria deles se estuda o que vem a ser incentivos fiscais, sua evolução e a importância da lei para contribuição da cultura no Brasil. Em cada trabalho pesquisado foram feitas análises através do método dedutivo, buscando correlações dos assuntos abordados com o tema central da presente pesquisa.

Foi realizado um estudo com levantamento bibliográfico sobre o tema em questão com o uso de livros e sites para averiguar as publicações sobre o tema e os principais autores.

TIPO	TÍTULO	AUTOR (ES)	ANO	NÍVEL	INSTITUIÇÃO/ EDITORA	IDEIA PRINCIPAL	LINK/LUGAR	DATA DE ACESSO
Monografia	Aspectos tributários e sociais dos incentivos fiscais do governo federal à cultura.	STRÖMDAHL, Rudney Lars	2006	Graduação	Universidade Federal de Santa Catarina	Este trabalho tem como objetivo, mostrar como funciona o modelo de distribuição das garantias constitucionais de acesso à cultura e, através de renúncia fiscal, abordando seus reflexos sociais e tributários.	http://tcc.bu.ufsc.br/Contabeis294183	20 out.2014
Mestrado	Análise econômica das políticas de incentivo à cultura no Brasil.	CAVALCANT, Gabriel Estellita Lins	2006	Mestrado	Fundação Getúlio Vargas	Este trabalho tem como objetivo trilhar o caminho das leis de incentivo, desde a sua criação, com a Lei Sarney, até a Lei Rouanet, analisando inclusive as Leis estaduais e municipais, que também surgiram como respostas a descontinuidades no processo.	http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/343	25 Out.2014
Monografia	Políticas públicas de incentivo à cultura: da elaboração de um projeto cultural aos aspectos tributários	PEREIRA, Diego de Medeiros	2008	Graduação	Universidade Federal de Santa Catarina	Esta pesquisa consiste de uma análise qualitativa dos mecanismos de incentivo à cultura existentes atualmente no Brasil. Além disso, busca-se traçar as principais ações necessárias à elaboração, captação de recursos e prestação de contas de um projeto cultural.	https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/126097	04 Nov 2014

Monografia	Aplicação da <i>leirouanet</i> : destinação do imposto de renda pessoa jurídica com ênfase no desenvolvimento do <i>marketing</i> social institucional	BERNARDO, Gilberto Rezendes	2012	Graduação	Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC	Esta monografia aborda o estudo de aplicação da <i>leirouanet</i> para o desenvolvimento do <i>marketing</i> social institucional, por meio de destinação de Imposto de Renda para empresas tributadas pelo Lucro Real.	http://repositorio.unesc.net/handle/1/1735	09 nov. 2014
------------	--	-----------------------------	------	-----------	---	---	---	--------------

Fonte: Elaboração da autora (2015)

2.3 MARCO TEÓRICO

2.3.1 Os incentivos fiscais

Ao longo do desenvolvimento do Brasil diversos fatores, tais como, ciclos econômicos desarticulados e desordenado processo de urbanização desencadearam desigualdades sociais no país. Na tentativa de corrigir essas desigualdades e promover um desenvolvimento econômico equilibrado entre as diversas regiões brasileiras o Estado vem se utilizando de algumas políticas para minimizar tais efeitos, dentre elas a concessão de incentivos fiscais.

O incentivo fiscal é um instrumento que os Governos utilizam para que possa atingir seus interesses, abrindo mão de parte da arrecadação para que as empresas indiretamente possam incentivar algumas áreas, permitindo o acesso à parcela cada vez maior da população à saúde, educação, esporte, cultura, entre outros fatores que possam influir no desenvolvimento econômico e social.

Diante deste quadro, a concessão de incentivos fiscais, por parte dos entes tributantes, se apresenta como uma alternativa às empresas brasileiras, oportunizando uma considerável redução dos tributos a recolher mediante contraprestação de cunho social.

O fator motivador para a concessão de incentivos fiscais surge com a Constituição Federal (CF) de 1988, mais precisamente no artigo 151, o qual, em uma regra de natureza inibitória, de forma a admitir que o Estado conceda incentivos fiscais para garantir que o país se desenvolva por igual.

Ao tratar de incentivo fiscal, bem como sua importância e características, deve-se inferir a diferença deste ao benefício fiscal, que comumente podem ser confundidos como sinônimos.

O incentivo fiscal é o meio pelo qual o Estado busca concretizar as finalidades de ordem econômica, que tem por fim assegurar a todos a redução das desigualdades regionais e sociais, dispostas no artigo 170 da CF, sempre em prol do bem comum mediante a deveres e obrigações previamente estabelecidas.

Segundo Almeida (2000, p.28, *apud* PARANAIBA; MIZIARA, p.1 e 2) “Incentivo fiscal é o benefício tributário que estimule os agentes a agir de determinada forma, objetivando a atingir um alvo econômico ou social previamente estabelecido”.

Os benefícios tributários citados acima, dizem respeito aos dispositivos legais que permitem a isenção ou redução dos impostos que constituem a receita que é obtida através da arrecadação tributária, com objetivos específicos de beneficiar grupos relativamente restritos.

O incentivo fiscal, desta forma, não visa a privilegiar o contribuinte, mas promover ações ou comportamentos em prol da sociedade, mas sempre com o intuito de exigir uma contrapartida por parte do contribuinte.

Já o benefício fiscal são privilégios outorgados pelo Estado a determinados contribuintes, que abrangem fatos geradores e obrigações tributárias já ocorridas e consolidadas no tempo. Ao contrário dos incentivos os benefícios fiscais que não exigem vinculação a qualquer contraprestação.

De forma geral, o que há de comum entre benefício fiscal e incentivo fiscal é que ambos pertencem à matéria tributária e atuam no sentido de atenuar ou eliminar os efeitos da tributação.

O incentivo, no nível de análise da regra jurídica, trata-se de um elemento pragmático com o propósito consciente de intervir positivamente no comportamento dos contribuintes, que permite agrupar os diferentes instrumentos tributários sob essa denominação comum. Assim sendo, não existe uma única forma jurídica que caracterize todo o conjunto dos incentivos fiscais. São vários os instrumentos jurídicos que se incluem na categoria e podem ser empregados com o objetivo de fomento. Mas todos têm em comum, do ponto de vista da eficácia interna, a capacidade de reduzir o encargo fiscal, em sentido amplo, e assim produzir algum efeito de incentivo e relação à conduta visada.

Manifestam-se sob várias maneiras, não existindo uma forma ou estrutura única que caracterizem todos eles. Vão desde a forma imunitória até a de investimentos privilegiados, passando por isenções, alíquotas reduzidas, moratória de impostos, bonificações, créditos especiais e outros tantos mecanismos, cujo fim será sempre o de impulsionar ou atrair o desenvolvimento econômico, social e cultural.

Os aspectos culturais dos incentivos fiscais, objeto de estudo deste trabalho, parte do pressuposto constitucional de que o governo garantirá e apoiará as manifestações culturais e a sua difusão como exposto no artigo 215 da Constituição Federal.

Conforme o art. 215, o Estado garantirá a todos o pleno exercício dos direitos culturais e acesso às fontes da cultura nacional, e apoiará e incentivará a valorização e a difusão das manifestações culturais.

§ 1º O Estado protegerá as manifestações das culturas populares, indígenas e afro-brasileiras, e das de outros grupos participantes do processo civilizatório nacional.

§ 2º A lei disporá sobre a fixação de datas comemorativas de alta significação para os diferentes segmentos étnicos nacionais.

§ 3º A lei estabelecerá o Plano Nacional de Cultura, de duração plurianual, visando ao desenvolvimento cultural do País e à integração das ações do poder público que conduzem à:

I - defesa e valorização do patrimônio cultural brasileiro;

II - produção, promoção e difusão de bens culturais;

III - formação de pessoal qualificado para a gestão da cultura em suas múltiplas dimensões;

IV - democratização do acesso aos bens de cultura;

V - valorização da diversidade étnica e regional. (BRASIL, 1988)

A primeira delas é a Lei Federal de Incentivo à Cultura (Lei nº 8.313 de 23 de dezembro de 1991). A segunda forma é através da Lei do Audiovisual (Lei nº 8.685/93 de 23 de dezembro de 1991), algo bastante semelhante à primeira. Já a terceira é através de editais voltados para projetos específicos e que são lançados periodicamente em diferentes meios.

Considerando a essência econômica, os incentivos fiscais visam a promoção de um efeito positivo sobre o patrimônio ou a renda de um ou de um grupo de contribuintes, ou seja, procura fortalecer a economia ou alguns de seus setores estratégicos específicos. Juntamente com a análise econômica devem ser levados em consideração os aspectos de caráter sociais – a avaliação se de fato para a sociedade o retorno está sendo potencializado, através, por exemplo, de indicadores de retorno social, criação de emprego e renda, difusão da cultura.

Quanto ao aspecto contábil/tributário, inferem-se as fases que vão desde o reconhecimento, passando pela mensuração até a evidenciação dos fenômenos econômicos. Isso ocorre devido a fatores como a competitividade, que têm exigido por parte das empresas uma transparência, ou seja, informações mais abrangentes sobre sua inserção na comunidade e meio ambiente na qual está inserida. Isso tem gerado um aumento significativo na demanda por relatórios como o balanço social, permitindo dessa forma que o aspecto contábil esteja ainda mais atrelado ao contexto do incentivo fiscal.

2.3.2 Incentivo fiscal à cultura no Brasil

As primeiras manifestações que surgiram no Brasil, voltadas para o que se podia chamar de políticas públicas de cultura, ocorreram durante o governo de Getúlio Vargas entre o período de 1930 a 1945. Nesta época, existiu um número razoável de trabalhos que tratavam da ação do estado sobre a cultura.

Dentre as iniciativas tomadas para o setor cultural, no período mencionado, está a criação do Instituto Nacional de Cinema Educativo (INCE); do Instituto Nacional do Livro (INL) e do primeiro Conselho Nacional de Cultura.

No período seguinte, compreendidos entre 1945 e 1964, o Estado manteve a estrutura até então constituída, porém não promoveu ações do poder público para o setor.

Em 1953 ocorre o surgimento dos Ministérios da Saúde (MS) e o da Educação e Cultura (MEC), fator que pode ter contribuído para o grande desenvolvimento na área cultural no campo da iniciativa privada. Algumas instituições privadas passaram a receber subvenções do governo federal, porém sempre de maneira descontinuada, nada que podia chamar de financiamento ou de manutenção de instituições culturais.

Ao longo de várias décadas, até meados de 1980, ocorreu um processo de fortalecimento do papel da área cultural. Mas o grande marco surge então em 1985, com a criação do Ministério da Cultura, durante o governo do Presidente José Sarney. Com a criação do Ministério da Cultura houve a necessidade de se criar novas fontes de recursos para impulsionar o campo das artes, e após um ano, em 1986, foi promulgada a primeira lei de incentivos fiscais para a cultura no Brasil.

A Lei nº 7.505, de 02 de junho de 1986, conhecida como Lei Sarney, promulgada pelo então presidente José Sarney, foi o primeiro esboço de uma lei que visava incentivar o investimento privado nas artes, baseado na renúncia fiscal.

A Lei previa a dedução de impostos para as organizações brasileiras, tornando possível a captação e execução de projetos importantes, e as empresas públicas e privadas tornaram-se financiadoras da arte brasileira. Permitia a dedução de 10% do Imposto de Renda de pessoas físicas e de 2% de pessoas jurídicas dos recursos aplicados na produção cultural.

De acordo com Olivieri (2012, *apud* REZENDES, 2004, p.41)

A lei Sarney foi criada para buscar mais verbas para o custeio das produções culturais, permitindo que o próprio mercado realizasse a escolha da atividade cultural que poderia ser patrocinada. No entanto, previa a concessão de benefícios fiscais federais para as empresas que investissem em cultura, na forma de mecenato.

O Mecenato é um dos mecanismos implementados pelo Programa Nacional de Apoio à Cultura e consiste em uma forma de captar recursos junto às pessoas físicas e jurídicas, por meio de dedução do imposto de renda, para projetos culturais previamente aprovados pelo Ministério da Cultura. Seu nome vem de Mecenas, personagem de suma importância na história da arte.

No mecenato os projetos são viabilizados através da parceria entre o Estado e empresa privada, ficando a escolha do bem a ser patrocinado e a retribuição publicitária inteiramente para o patrocinador privado.

A Lei Sarney não possuía dispositivos que exigissem aprovação técnica para que o projeto usufruísse do benefício fiscal. A lei exigia apenas um registro institucional junto ao Ministério da Cultura e não dispunha de critérios para a tipificação do caráter cultural das entidades que se registravam. Apenas estar cadastrada no Ministério da Cultura permitia o abatimento nos impostos devidos. Em virtude disso, a lei foi alvo de grandes críticas chegando a receber inúmeras acusações de supostos crimes fiscal, o que a caracterizou como fraudulenta.

Devido à grande vulnerabilidade às fraudes e dos descontroles sobre a aplicação das verbas, dentre outros fatores, a Lei Sarney foi revogada, sendo extinta em 1990, juntamente com a transformação do Ministério da Cultura em secretaria diretamente vinculada à Presidência da República, através da aprovação da Lei Federal nº 8.028/90, na gestão de Fernando Collor de Melo.

Apesar das críticas, a Lei Sarney teve um papel importante na história das políticas públicas de incentivo à cultura no Brasil, pois foi à primeira iniciativa governamental a desenvolver um mecanismo de esforço conjunto do governo federal com a iniciativa privada.

Ainda no período Collor, em 1991, o então secretário de cultura Sergio Paulo Rouanet, com a intenção de sanar os problemas que a Lei Sarney causava, foi instituída a Lei nº 8.313/91 batizada com o nome de seu criador, conhecida por Lei Rouanet.

2.3.3 Lei Rouanet

A Lei Rouanet, regulada pela Lei nº 8.313 de 23 de dezembro de 1991, é considerada a base de toda a política de incentivos praticada atualmente no Brasil, com posterior atualização no ano de 1999, pela lei 9.874/99.

A referida lei instituiu o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac), com a finalidade de captar recursos para investimentos em projetos culturais e é implementado, de acordo com art. 2º, através do Fundo Nacional de Cultura (FNC), Fundos de Investimento Cultural e Artístico (Ficart) e Incentivo a projetos culturais (conhecido como Mecenato).

O FNC destina seus recursos para projetos culturais através de cessão a fundo perdido ou empréstimos reembolsáveis. O Ficart permite a criação de fundos de investimentos culturais e artísticos. Já o Mecenato permite benefícios fiscais para investidores que apoiarem, através de doação ou patrocínio, projetos culturais.

Este mecanismo de incentivo permite ao contribuinte escolher diretamente o projeto no qual quer investir. O modelo pressupõe uma parceria entre governo e a iniciativa privada

no papel de identificar e selecionar bons projetos. Ainda, permite aos contribuintes uma seleção de acordo com obras e idéias que venham a proporcionar maior sinergia com seu negócio, seja pelo tema ou local de realização, se tornando assim um investimento mais atrativo. Contudo exige, por parte do governo, um forte controle na aprovação de projetos culturais, mantendo assim um maior rigor sobre a liberação dos incentivos fiscais.

Os produtores culturais interessados em realizar obras com o benefício da Lei Rouanet devem apresentar seus projetos ao Ministério da Cultura a fim de serem analisados pela Comissão Nacional de Incentivo à Cultura (CNIC).

O mecanismo de incentivo a projetos culturais, via Renúncia Fiscal, é utilizado para competir no mercado por meio de apoio junto às pessoas físicas pagadoras de Imposto de Renda (IR) e empresas tributadas com base no lucro real, por meio de benefícios fiscais sobre o valor incentivado.

O inciso II do art. 1º da Lei 8.313/1991 estabelece que o PRONAC tenha a finalidade de captar e canalizar recursos para o setor cultural, de modo a “promover e estimular a regionalização da produção cultural e artística brasileira, com valorização de recursos humanos e conteúdos locais” (BRASIL, 1988). Desta forma, cabe ao Pronac estimular a desconcentração da produção cultural e promover a distribuição regional equitativa dos recursos, em consonância, inclusive, com um dos objetivos fundamentais da República, que é reduzir as desigualdades sociais e regionais, conforme o inciso III do art. 3º da CF. No entanto, verifica-se uma grande concentração de recursos na região Sudeste, cujos produtores culturais utilizaram em 2010 cerca de 81% e 91% dos recursos captados, respectivamente, na Lei Rouanet e na Lei do Audiovisual. (BRASIL, 2013, p. 259-260)

A legalidade para os incentivos decorrentes do apoio à cultura da Lei nº. 8.313, de 23 de dezembro de 1991, "restabelece os princípios da Lei nº. 7.505, de 2 de julho de 1986, institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (PRONAC) e dá outras providências". Os artigos 18 e 26 desta lei fundamentam os incentivos decorrentes. Eis as respectivas redações:

Art. 18. Com o objetivo de incentivar as atividades culturais, a União facultará às pessoas físicas ou jurídicas a opção pela aplicação de parcelas do Imposto sobre a Renda, a título de doações ou patrocínios, tanto no apoio direto a projetos culturais apresentados por pessoas físicas ou por pessoas jurídicas de natureza cultural, como através de contribuições ao FNC, nos termos do art. 5º, inciso II, desta Lei, desde que os projetos atendam aos critérios estabelecidos no art. 1º desta Lei.

§1º. Os contribuintes poderão deduzir do imposto de renda devido as quantias efetivamente despendidas nos projetos elencados no §3º, previamente aprovados

pelo Ministério da Cultura, nos limites e nas condições estabelecidos na legislação do imposto de renda vigente, na forma de:

- a) doações; e
- b) patrocínios.

§2º. As pessoas jurídicas tributadas com base no lucro real não poderão deduzir o valor da doação ou do patrocínio referido no parágrafo anterior como despesa operacional.

Art. 26. O doador ou patrocinador poderá deduzir do imposto devido na declaração do Imposto sobre a Renda os valores efetivamente contribuídos em favor de projetos culturais aprovados de acordo com os dispositivos desta Lei, tendo como base os seguintes percentuais:

I – no caso das pessoas físicas, oitenta por cento das doações e sessenta por cento dos patrocínios;

II – no caso das pessoas jurídicas tributadas com base no lucro real, quarenta por cento das doações e trinta por cento dos patrocínios.

§1º. A pessoa jurídica tributada com base no lucro real poderá abater as doações e patrocínios como despesa operacional.

§2º. O valor máximo das deduções de que trata o caput deste artigo será fixado anualmente pelo Presidente da República, com base em um percentual de renda tributável das pessoas físicas e do imposto devido por pessoas jurídicas tributadas com base no lucro real.

§3º. Os benefícios de que trata este artigo não excluem ou reduzem outros benefícios, abatimentos ou deduções em vigor, em especial as doações a entidades de utilidade pública efetuadas por pessoas físicas ou jurídicas. [...]

§5º. O Poder Executivo estabelecerá mecanismo de preservação do valor real das contribuições em favor de projetos culturais, relativamente a este Capítulo. (BRASIL, 1988).

Os projetos culturais podem ser enquadrados, para efeito de obtenção de incentivos, na disciplina do art. 18 ou do art. 26. O enquadramento em um ou outro artigo da Lei é feito pela Comissão Nacional de Incentivos à Cultura (CNIC), órgão consultivo do Ministério da Cultura (MinC), vinculado ao gabinete do Ministro.

Tais deduções estão previstas no art. 26 da Lei nº. 8.313/91:

Art. 26. O doador ou patrocinador poderá deduzir do imposto devido na declaração do Imposto sobre a Renda os valores efetivamente contribuídos em favor de projetos culturais aprovados de acordo com os dispositivos desta Lei, tendo com base os seguintes percentuais:

I – no caso das pessoas físicas, oitenta por cento das doações e sessenta por cento dos patrocínios;

II – no caso das pessoas jurídicas tributadas com base no lucro real, quarenta por cento das doações e trinta por cento dos patrocínios.

§1º. A pessoa jurídica tributada com base no lucro real poderá abater as doações e patrocínios como despesa operacional.

§2º. O valor máximo das deduções de que trata o caput deste artigo será fixado anualmente pelo Presidente da República, com base em um percentual da renda tributável das pessoas físicas e do imposto devido por pessoas jurídicas tributadas com base no lucro real. (BRASIL, 1991).

O patrocínio é a transferência definitiva e irreversível de dinheiro ou serviços, ou a cobertura de gastos, ou a utilização de bens móveis, ou imóveis do patrocinador, sem a transferência de domínio. Pode ser dado a pessoas físicas, ou jurídicas, com ou sem fins

lucrativos. Ao patrocinador é permitido divulgar sua marca. A doação, por sua vez, é a transferência definitiva e irreversível de dinheiro ou bens em favor de pessoas físicas ou jurídicas de natureza cultural, sem fins lucrativos, para a execução de programa, projeto ou ação cultural aprovado pelo Ministério da Cultura.

Os conceitos acima mencionados encontram-se no Decreto 5761/06, em seu art4, alíneas IV e V.E ainda considera as seguintes definições:

- I - proponente: as pessoas físicas e as pessoas jurídicas, públicas ou privadas, com atuação na área cultural, que proponham programas, projetos e ações culturais ao Ministério da Cultura;
- II - beneficiário: o proponente de programa, projeto ou ação cultural favorecido pelo PRONAC;
- III - incentivador: o contribuinte do Imposto sobre a Renda e Proventos de qualquer natureza, pessoa física ou jurídica, que efetua doação ou patrocínio em favor de programas, projetos e ações culturais aprovados pelo Ministério da Cultura, com vistas a incentivos fiscais

Esses termos identificam as pessoas físicas e jurídicas participantes do processo de captação de recursos para a cultura pela via dos incentivos fiscais.

O valor da dedução de investimentos à cultura, via doação ou patrocínio, feitos através do FNC ou do Mecenato são para pessoas jurídicas: Doação 40%, patrocínio 30%, já para pessoas físicas doação 80% e patrocínio 60%.

A Lei nº 9.874/99 promoveu uma mudança importante ao eliminar a dedução da doação e patrocínio como despesa operacional e permitir a dedução integral do valor desembolsado até o limite de 4% do imposto devido diretamente no imposto a ser pago, desde que realizados os projetos aprovados exclusivamente para os seguintes seguimentos:

- Artes Cênicas
- Livros de valor artístico, literário ou humanístico
- Música erudita ou instrumental
- Circulação de exposições de artes plásticas
- Doação de acervos para bibliotecas públicas e para museus
- Construção e manutenção de salas de cinemas e teatro, que poderão funcionar também como centros culturais comunitários com menos de cem mil habitantes.

O apoio a um determinado projeto pode ser revertido no total ou em parte para o investidor do valor desembolsado deduzido do imposto devido, dentro dos percentuais

permitidos pela legislação tributária. Para empresas, até 4% do imposto devido; para pessoas físicas, até 6% do imposto devido.

Proponentes pessoas físicas podem ter até dois projetos. Já os proponentes da pessoa jurídica podem inscrever até cinco projetos ativos no Sistema de Apoio à Lei de Incentivo (Salic), compreendidos entre a apresentação de proposta e do relatório final de cumprimento do objeto.

Segundo o Ministério da Cultura, acima desse limite e até o número máximo de quatro projetos para pessoa física e 10 projetos para pessoa jurídica, somente serão admitidas propostas para o proponente que tiver liberação da movimentação dos recursos captados em ao menos 33% das propostas apresentadas, considerado o número de propostas apresentadas nos últimos três anos.

2.4 PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO

Planejamento tributário nada mais é que o Planejamento empresarial, tendo como objetivo os tributos e os reflexos na organização, visando obter economia de impostos. Segundo Latorraca (2000, p. 58), “costuma-se denominar de planejamento tributário a atividade empresarial que, desenvolvendo-se de forma estritamente preventiva, projeta os atos e fatos administrativos com o objetivo de informar quais os ônus tributários em cada uma das opções” previstas pela lei.

O planejamento tributário é constituído por um conjunto de sistemas legais que tem como objetivo a diminuição do pagamento de tributos, e no qual o contribuinte busca estruturar o seu negócio visando o maior lucro possível através da diminuição dos custos de seu empreendimento, com foco nos tributos.

Na concepção de Borges (2002, p. 152):

Planejamento Tributário é como uma técnica gerencial que visa projetar as operações industriais, os negócios mercantis e as prestações de serviços, visando conhecer as obrigações e os encargos fiscais inseridos em cada uma das respectivas alternativas legais pertinentes para, mediante meios e instrumentos legítimos, adotar aquela que possibilita a anulação, redução ou adiantamento do ônus fiscal.

Sendo assim, deve ser entendido como preventivo, pois nada mais é do que tentar prever um ato futuro para que não ocorra práticas ilícitas. Entende-se como ato ilícito, quando não tem amparo jurídico, podendo caracterizar sonegação ou fraude fiscal.

O planejamento é um direito garantido na Constituição Federal de 1988 (CF/88), tão importante que passou a ser consagrado pela legislação brasileira através da Lei nº 6404/76, no seu art.153:

Não é apenas um direito, mas sim um dever legal que determina que o empresário conduza o seu negócio de maneira a empregar, no exercício de suas funções, o cuidado e diligência que todo homem ativo e probo costuma empregar na administração da empresa.

Campos (1987, p.25) define planejamento tributário como um processo de escolha porque “pressupõe necessariamente a existência e a análise dos efeitos fiscais de duas ou mais alternativas possíveis”. Caracteriza-se por uma ação ou omissão do sujeito passivo da obrigação tributária, impedindo ou retardando a ocorrência futura do fato gerador, ou reduzindo, de alguma forma, seus efeitos econômicos.

O Código Tributário Nacional (2007) define, em seu artigo 114º, que o fato gerador da obrigação principal é a situação definida em lei como necessária e suficiente à sua ocorrência. Tal ação ou omissão deve obrigatoriamente ser lícita, ou seja, prevista ou não proibida por lei.

O conceito de sujeito passivo, segundo o Código Tributário Nacional, é o seguinte:

Art. 121 - O sujeito passivo da obrigação principal diz-se:

I - contribuinte, quando tenha relação pessoal e direta com a situação que constitua o respectivo fato gerador;

II - responsável, quando, sem revestir a condição de contribuinte, sua obrigação decorra de disposição expressa de lei.

Fabretti (2001, p. 30) ainda afirma que “o estudo feito previamente, ou seja, antes da realização do fato administrativo, pesquisando-se seus efeitos jurídicos e econômicos e as alternativas legais menos onerosas, denomina-se planejamento tributário”.

A elisão e a evasão fiscal podem ser consideradas como forma de evitar o pagamento do tributo de forma lícita ou ilícita. Machado (2005) defende que só é possível eliminar algo quando esse já existe, e por isso, com esse pensamento a elisão acaba por ser entendida como algo ilícito.

A finalidade da elisão fiscal é de obter a maior economia fiscal possível, reduzindo a carga tributária para o valor realmente devido por lei. Por essa razão, é importante estudar e identificar todas as alternativas legais aplicáveis ao caso ou a existência de lacunas na lei

vigente, que possibilitem realizar essa operação da forma menos onerosa possível para o contribuinte, sem contrariar a lei (MACHADO, 2005).

Entende-se, portanto, que a elisão fiscal é legítima e lícita, pois é alcançada por escolha feita de acordo com o ordenamento jurídico. Corroborando Fabretti (2001, p.126) diz que a elisão fiscal é legítima e lícita, pois é alcançada por escolha feita de acordo com o ordenamento jurídico, adotando alternativa legal menos onerosa ou utilizando lacunas da lei.

Ainda conforme Higuchi (2010, p. 676) a elisão fiscal é a prática de ato, com total observância de leis, para evitar a ocorrência do fato gerador de tributos, ou seja, trata-se de planejamento tributário para economia de tributos.

Já a evasão fiscal, também chamada de sonegação fiscal, consiste em utilizar procedimentos que violem diretamente a lei ou o regulamento fiscal. É uma fraude dificilmente perdoável porque é flagrante e, também, porque o contribuinte se opõe conscientemente à lei, sendo considerada pela maioria dos juristas como repreensível. Segundo Oliveira (2009, p.185)

A evasão fiscal ainda pode ser conceituada como toda e qualquer ação ou omissão tendente a elidir, reduzir ou retardar o cumprimento de obrigação tributária. Pode ser definida ainda como a fuga do cumprimento da obrigação tributária já existente, a tentativa de sua eliminação por forma ilícita.

Portanto, a evasão fiscal, ao contrário da elisão, consiste em uma maneira ilegal de gerenciar os tributos, sendo geralmente cometida após a ocorrência do fato gerador da obrigação tributária com o objetivo de reduzi-la ou ocultá-la.

Está previsto na Lei dos Crimes Contra a Ordem Tributária, Econômica e Contra as Relações de Consumo e exposto na Lei nº8.137/90

Constitui crime contra a ordem tributária suprimir ou reduzir tributo, ou contribuição social e qualquer acessório, mediante as seguintes condutas: - omitir informação, ou prestar declaração falsa às autoridades fazendárias; - fraudar a fiscalização tributária, inserindo elementos inexatos, ou omitindo operação de qualquer natureza, em documento ou livro exigido pela lei fiscal; - falsificar ou alterar nota fiscal, fatura, duplicata, nota de venda, ou qualquer outro documento relativo à operação tributável; - elaborar, distribuir, fornecer, emitir ou utilizar documento que saiba ou deva saber falso ou inexato; - negar ou deixar de fornecer, quando obrigatório, nota fiscal ou documento equivalente, relativa a venda de mercadoria ou prestação de serviço, efetivamente realizada, ou fornecê-la em desacordo com a legislação.

Segundo Higuchi (2010, p. 676), na evasão fiscal, como o fato gerador já ocorreu, esta ocorrência é acobertada com roupagem jurídica simulada ou dissimulada, estando sempre presente a figura de simulação ou dissimulação.

A terceira maneira de organizar tributos é a elusão fiscal, que caracteriza-se pela atitude do contribuinte de assumir o risco do resultado, visando a uma tributação menos onerosa pela utilização de meios atípicos de modo a evitar a ocorrência do fato gerador.

Conforme Oliveira (2009, p. 187) a elusão fiscal se refere aos atos atípicos do contribuinte a fim de evitar a subsunção do negócio praticado ao fato típico impositivo, diferindo da elisão, que é lícita, e da evasão, por essa se utilizar de ilícitos típicos. Por conseguinte, não se trata de economia de tributos e, ainda, ocorre sem que tal atitude constitua-se em uma modalidade de simulação, em agir impulsionado por escapatória, ardil, escamoteação, estratagem, subterfúgio, dispondo-se a prejudicar a aplicação da legislação tributária.

Diante disso, fica evidente que o planejamento tributário, tem como objetivo fundamental a economia tributária de impostos, procurando atender às possíveis formas de legislação fiscal, evitando perdas desnecessárias para a organização.

2.5 IMPOSTO DE RENDA

Para manter o Estado é preciso que se tenha a arrecadação para pagamentos de despesas do governo, essa arrecadação é realizada através dos tributos que são classificados como taxas, impostos e contribuições.

A palavra tributo vem do latim *tributum* significa dar, conceder, fazer elogios e era considerado o principal imposto pago e arrecadado pelos povos submetidos ao poder de Roma. É possível afirmar que os povos antigos arrecadavam tributos através da cobrança interna sobre os povos dominados (FRANCO, 1998).

Já a Receita Pública, de acordo com Angélico (2005, p. 44), é “o recolhimento de bens aos cofres públicos” também pode ser considerada como: a soma das entradas de impostos, taxas, contribuições e outras fontes de recursos, arrecadados para atender às despesas públicas. Assim, o tributo e as demais contribuições servem para fazer com que o governo tenha condições de realizar os direitos fundamentais do cidadão, que são saúde, educação e segurança

O tributo está definido como:

Toda prestação pecuniária compulsória, em moeda ou cujo valor nela se possa exprimir, que não constitua sanção de ato ilícito, instituída em lei e cobrada mediante atividade administrativa plenamente vinculada. (CTN, Art. 3º).

Os impostos e os tributos arrecadados servem para fazer o pagamento dos servidores públicos, e arcar com os serviços de saúde, educação e segurança em todo o território nacional, além de outros benefícios que devem ser revertidos para o povo como estradas e saneamento básico, entre outros tantos fatores que podem favorecer significativamente a qualidade de vida da população em geral.

Para CNT *apud* Ichihara (2000, p.75) “O imposto é o tributo cuja obrigação tem por fator gerador uma situação independente de qualquer atividade estatal específica, relativa ao contribuinte”. Sendo assim o imposto não poderia ter uma palavra ou conotação mais adequada, ele é imposto ao contribuinte como imposição, não havendo como sonegar e permanecer dentro da lei como cidadão.

O Art. 157 da constituição Federal defende que o produto da arrecadação do imposto da união sobre a renda e proventos de qualquer natureza, incidente na fonte, sobre rendimentos pagos a qualquer título.

O Imposto de Renda é um imposto adotado universalmente que obriga cada pessoa ou empresa destinar um determinado percentual de sua renda média anual para o governo.

A matéria do imposto sobre a renda depara-se em dois vértices quanto à tributação, quais sejam, alcança a renda e os proventos adquiridos pelas pessoas físicas (IRPF) como pelas pessoas jurídicas (IRPJ).

2.5.1 Deduções do Imposto de Renda

O Regulamento do Imposto de Renda (RIR), estabelecido pelo Decreto nº 3.000 de 1999, ao tratar de dedução do Imposto de Renda apurado, em seu art. 90, afirma que o doador ou patrocinador poderá deduzir do imposto devido na declaração de rendimentos sobre a renda, os valores efetivamente contribuídos em favor de projetos culturais e artísticos.

Os projetos mencionados acima deverão ser observados as limitações e condições estabelecidas pela legislação que rege a matéria e na regulamentação do Programa Nacional de Apoio à Cultura (PRONAC). A legislação relativa a este benefício fiscal está consolidada nos arts. 475 a 486 do RIR/99.

As contribuições poderão ser efetuadas em favor de projetos que se enquadram nos termos do disposto no art. 26 da Lei nº 8.313/91 ou nos termos do art. 18 da Lei nº 8.313/91 (com redação dada pela Lei nº 9.874/99). O tratamento tributário e os limites e condições para fins de dedução do imposto de renda devido vão depender deste enquadramento.

Para dedução do imposto de renda devido a pessoa física as contribuições aos projetos culturais e artísticos, nos termos do art. 26 da Lei nº 8.313/91, estarão sujeitas aos seguintes limites:

- a) 80% (oitenta por cento) do valor, caso seja uma doação;
- b) 60% (sessenta por cento) do valor, caso seja um patrocínio.

As pessoas físicas podem abater o valor integral, conforme o que dispõe o artigo 18 da Lei 8.313/91, apesar de limitado a 6% do investimento em cultura, não importando se existem outras deduções. Segue abaixo um exemplo do cálculo do imposto de renda pessoa física com e sem o incentivo fiscal de apoio à cultura da modalidade de doação.

É importante destacar que a dedução dos 6% do IR computa também, em soma, outras doações que a pessoa física tenha feito para outros projetos culturais, conforme previsto no art. 22 da Lei nº 9.532/97, combinada com art. 12, I a III da Lei nº 9.250/95.

Outra modalidade de dedução do IR para pessoas físicas é através do patrocínio. No patrocínio as pessoas apoiadoras do projeto cultural poderão abater 60% do valor investido.

As pessoas jurídicas que fizerem patrocínio ou doação em favor de projeto cultural que tenha sido aprovado pelo Ministério da Cultura, de acordo com a legislação específica, também poderão deduzir o valor da doação ou patrocínio do imposto sobre a renda devida.

O imposto deve ser apurado na sistemática de Lucro Real e o limite é de 4% do Imposto sobre a Renda, calculado sob a alíquota de 15%. O incentivo fiscal aplica-se apenas à parcela do imposto sobre a renda calculado sob a alíquota de 15% não podendo ser incluídos ao adicional quando exceder os limites estabelecidos pelo RIR/99.

No regime de apuração do Lucro Real o IRPJ e a CSLL são apurados sobre o lucro contábil. Nesse regime de tributação, as pessoas jurídicas podem ser tributadas seja por opção ou por estarem legalmente obrigadas a tal regime. A obrigatoriedade da opção pelo Lucro Real e dar para as empresas cuja receita total, no ano-calendário anterior, seja superior ao limite de R\$ 78.000.000,00 (setenta e oito milhões de reais) ou a R\$ 6.500.000,00 (seis milhões e quinhentos mil reais) multiplicado pelo número de meses de atividade do ano-calendário anterior, quando inferior a 12 (doze) meses (limite estabelecido pela Lei 12.814/2013).

Para dedução do imposto de renda devido, as contribuições aos projetos culturais e artísticos nos termos do art. 26 da Lei nº 8.313/91 estarão sujeitas aos seguintes limites:

- a) 40% (quarenta por cento) do valor se for uma doação;
- b) 30% (trinta por cento) do valor se for um patrocínio.

No caso de contribuições a projetos culturais e artísticos aprovados nos termos do art. 18 da Lei nº 8.313/91, a dedução do imposto de renda devido terá como base a totalidade das quantias efetivamente despendidas, independentemente de ser uma doação ou um patrocínio.

Todavia, as contribuições referenciadas no parágrafo anterior não poderão ser deduzidas como despesas operacionais na apuração do Lucro Real. Ambas as categorias de contribuições (com base no art. 26 da Lei nº 8.313/91 e com base no art. 18 da Lei nº 8.313/91) a projetos culturais ou artísticos estarão sujeitas ao limite individual de 4% do Imposto de Renda devido à alíquota normal (15%).

2.6 CULTURA

Cada localidade e região possui sua própria cultura, a definição de cultura é complexa e envolve diversos aspectos. O fomento da cultura local implica em desenvolver a regionalidade das localidades distintas e não impor uma nova cultura dominante.

Para Cuche (1999, p. 45)

Cada cultura é dotada de um “estilo” particular que se exprime através da língua, das crenças, dos costumes, também da arte, mas não apenas dessa maneira. Este estilo, este “espírito” próprio a cada cultura influi sobre o comportamento dos indivíduos. Boas pensava que a tarefa do antropólogo linguista era também elucidar o vínculo que liga o indivíduo à sua cultura.

Cada cultura possui sua própria configuração, sua historicidade, estilo e modelo. Por essa razão não se pode ter uma cultura homogeneizada. A cultura baiana, por exemplo, não é igual a gaúcha, cada uma tem suas especificidades e devem ser trabalhadas de maneira diferenciada. Sobre esse aspecto Para Cuche (1999, p. 77-78) afirma que

Cada cultura se caracteriza (...) por seu pattern, isto é, por uma certa configuração, um certo estilo, um certo modelo. O termo implica a ideia de uma totalidade homogênea e coerente. Toda cultura é coerente, pois está de acordo com os objetivos por ela buscados, ligados a suas escolhas, no conjunto das escolhas culturais possíveis. Ela busca estes objetivos à revelia dos indivíduos, mas através deles, graças às instituições (sobretudo as educativas) que vão moldar todos os seus comportamentos, conforme os valores dominantes que lhes serão próprios.

A cultura é o elemento essencial que dá unidade a uma sociedade e se cria com base em relações que fazem sentido nesse contexto. (...) “A cultura define a sociedade pela capacidade que ela desenvolve de criar elementos que permitem à própria sociedade se reconhecer” (CESNIK; BELTRAME, 2005, p. 4).

Quando uma empresa investe em cultura ela deve ter um planejamento direcionado para atender as necessidades culturais da região e promover o bem estar social. O papel do estado é favorecer essas empresas a fomentarem a cultura em cada localidade, assim justificando a lei de incentivos fiscais para promoção da cultura onde o estado não se faz tão presente.

Denominamos cultura todo o conjunto etnográfico, do ponto de vista da investigação, apresenta, com relação a outros, afastamentos significativos. Se se procura determinar afastamentos significativos entre a América do Norte e a Europa, tratar-se-ão as duas como culturas diferentes: mas supondo-se que o interesse tenha por objeto afastamentos significativos entre, digamos, Paris e Marselha, estes dois conjuntos urbanos poderão ser provisoriamente construídos como duas unidades culturais. Como o objetivo ultimo das pesquisas estruturais são as constantes ligadas a tais afastamentos, a noção de cultura pode corresponder a uma realidade objetiva, apesar de permanecer função do tipo de pesquisa considerado. (MELLO, 1986 p 26).

Portanto, a finalidade dos projetos culturais é promover a cultura de cada localidade mantendo as suas especialidades e fazendo com que o povo tenha uma história e uma identidade cultural.

2.7 A CONTABILIDADE

O estudo da contabilidade é bastante antigo, pois desde tempos remotos o homem já se preocupava em controlar sua riqueza. Afinal, à medida que se desenvolvia um patrimônio era necessário que fossem desenvolvidos procedimentos para determinar as suas posses e avaliá-las.

Devido a isso, e outras razões advindas da evolução científica, a contabilidade procurou acompanhar essas tendências e, ao longo dos anos, percorreu por várias correntes de pensamento dentro do contexto econômico e social.

De acordo com Hilário Franco:

A contabilidade é a ciência que estuda os fenômenos ocorridos no patrimônio das entidades mediante o registro, a classificação, a demonstração expositiva, a análise e a interpretação desses fatos, com o fim de oferecer informações e orientação – necessárias à tomada de decisões – sobre a composição do patrimônio, suas

variações e o resultado econômico decorrente da gestão da riqueza patrimonial. (FRANCO 1997, p.21).

Inegável que, conforme evidenciado pelo direcionamento dos estudos desenvolvidos pelas diferentes escolas da contabilidade, houve também divergências sobre o objeto, conceitos e aplicações na área. Hoje se constata que há uma convergência de que o objeto da contabilidade é o patrimônio das entidades.

Fabretti (2001, p.7) define contabilidade como:

Uma ciência que estuda, registra e controla o patrimônio e as mutações que nele operam os atos e fatos administrativos, demonstrando no final de cada exercício social o resultado obtido e a situação econômico-financeira da entidade.

Assim, ao focar o patrimônio como seu objeto, a ciência contábil, através dos seus princípios fundamentais, vale para todos os patrimônios, independentemente das entidades a que pertençam e das finalidades para as quais são usados, inclusive da forma jurídica da qual estão revestidas.

Em virtude disso, a contabilidade pode ser de grande utilidade, podendo atuar como um órgão de apoio administrativo, principalmente quando atua em consonância com os objetivos estratégicos da empresa.

Para atender as demandas atuais do mundo globalizado, com tantas mudanças políticas e sociais, as organizações precisam estar atentas para se manterem no mercado, razão pela qual tem permitido que a contabilidade (em suas diversas ramificações e especificidades) seja uma ferramenta para uma gestão empresarial competitiva e eficiente.

Neste contexto, a gestão financeira e um planejamento adequado é um fator determinante para garantia e continuidade das organizações. Mediante esse aspecto a redução de custos é a estratégia mais empregada nos dias atuais. Sem dúvida, para obter o melhor resultado em uma economia instável com altas taxas de tributação como a brasileira, um dos mais significativos instrumentos de que as empresas dispõem é o planejamento tributário.

A finalidade principal de um bom planejamento tributário é, sem dúvida, a economia de impostos. Por esta razão aderir ao uso dos incentivos fiscais destinados ao fomento da cultura é uma alternativa a mais que pode ser usada a favor do contribuinte e em contrapartida também para a sociedade.

O investimento em cultura não é só um bom negócio, mas também uma eficiente estratégia de valorização da imagem das empresas junto à comunidade.

A cultura é um setor estratégico quando se procura complementar o posicionamento da marca. Assim, observa-se que o marketing cultural é um elemento da estratégia de comunicação corporativa. Por meio do marketing cultural, agrega-se ao produto vendido uma carga simbólica das atividades culturais que oferece aos consumidores mais do que o valor da própria utilidade. O marketing cultural, utilizando-se do estabelecimento de relações entre realidades distintas, associa as necessidades e desejos de expressão do artista ou agente cultural às características, necessidades e vontades de expressão empresarial.

Para tanto, a contabilidade assume um papel de importante destaque nesse contexto, uma vez que visa estudar as transformações da riqueza patrimonial. Fator que acaba sendo afetado quando uma empresa apoia projetos culturais, visto que, além de agregar valor social à imagem da empresa, oferece significativa economia fiscal. As pessoas físicas e jurídicas podem deduzir do Imposto de Renda devido até 100% dos valores aplicados em projetos culturais específicos, observando-se os limites de dedutibilidade, que, no caso das pessoas jurídicas, até 4% do Imposto de Renda devido.

Contudo, mais do que agregar valor econômico, as organizações que apoiam a cultura cumprem com o papel social, possibilitando aumento na quantidade de clientes, muitas vezes garantindo lucro e aumento de riqueza patrimonial.

Dada a sua importância, conforme expõe Marion (2003, p. 24), "a contabilidade é a linguagem dos negócios. Mede os resultados das empresas, avalia o desempenho dos negócios, dando diretrizes para tomada de decisões. Assim, cresce a necessidade de fazer da contabilidade não uma ciência isolada, com o foco apenas no seu objeto de estudo, mas associá-la às mais diversas áreas do conhecimento.

A temática dos incentivos fiscais de fomento a cultura, portanto, deve ser associada não apenas a área contábil, mas também aos aspectos jurídico, sociológico, tributário e gerencial.

Sob o ponto de vista social, os benefícios afetam indiretamente um universo de pessoas. Geração de emprego e renda, facilidade de acesso à cultura, desenvolvimento da consciência e o respeito aos valores culturais propiciando até mesmo a redução de vulnerabilidades sociais.

2.7.1 Contabilidade e responsabilidade social

A contabilidade social surge como resposta aos reflexos da evolução e das novas demandas do mundo globalizado. Essa subdivisão da contabilidade busca estudar os impactos

dos fenômenos patrimoniais na sociedade e no meio ambiente. De acordo com Lopes de Sá (2009, p.100) “a Contabilidade Social é o estudo da contabilidade aplicada à sociedade; inovação introduzida por alguns estudiosos no sentido de se levantarem pelo sistema contábil fenômenos do patrimônio social”.

Trata-se da mensuração de atividade econômica e social em seus múltiplos aspectos. Deve ser entendida como um sistema contábil que permite a avaliação da atividade econômica em um determinado período.

As inter relações entre a função econômica e a função social cultural apontam para a grande extensão da responsabilidade social. Na visão contábil, sob a óptica dos incentivos fiscais de fomento a cultura, a multiplicação do lucro implica diretamente na destinação de valores (que seriam designados ao governo) aos projetos culturais, contribuindo desta forma para o desenvolvimento das comunidades envolvidas, que resulta no aprimoramento de seus valores.

Mais do que agregar valor econômico, por conta do marketing social envolvido, as organizações precisam assumir fundamentalmente a sua verdadeira preocupação com o ambiente social. Na relação empresa e sociedade, existem obrigações implícitas, tais como: a preservação do meio ambiente, a difusão da produção cultural e artística, a criação e manutenção de empregos, a contribuição para a formação profissional e tantos outros aspectos não exigidos por lei, mas que se espera de uma organização socialmente responsável.

A responsabilidade social surge, portanto, para a adoção de uma postura clara e transparente, no que diz respeito aos objetivos e compromissos éticos da empresa, fortalecendo a legitimidade social de suas atividades, refletindo-se positivamente no conjunto de suas relações.

Ela está diretamente ligada à consciência social e ao dever cívico, e se caracteriza por não ser individual, já que reflete a ação de uma empresa em prol da cidadania. Busca ainda estimular o desenvolvimento do cidadão e fomentar a cidadania individual e coletiva, na qual a ética social é centrada na ânsia de alcançar uma sociedade mais justa e humanitária, uma vez que são estendidas a todos que participam da vida em sociedade, indivíduos, governo, empresas, grupos sociais, igreja, partidos políticos e outras instituições.

A utilização dos incentivos fiscais atente aos preceitos de uma empresa que se preocupa em investir uma fatia de seus impostos a projetos que serão devolvidos em prol da comunidade. Dentre os benefícios que a Lei Rouanet proporciona à sociedade, podemos listar os seguintes:

- Facilita o acesso à cultura que é um **direito de todo cidadão**;

- Estimula as produções culturais e artísticas regionais e nacionais, valorizando conteúdos locais;
- Zela pela sobrevivência e aparecimento de novas expressões culturais na sociedade brasileira;
- Preserva os bens tanto materiais quanto imateriais do nosso **patrimônio cultural** e histórico;
- Ajuda a desenvolver a consciência e o respeito aos valores de outros povos e nações;
- Estimula o senso crítico, trazendo mais conhecimento a sociedade

3 METODOLOGIA

3.1 MÉTODO DE ABORDAGEM

Para a realização desse estudo se fez uso da pesquisa com método de abordagem qualitativa. Este método é um processo de investigação descritiva e exploratória. Segundo Gil (2002, p. 41), a pesquisa exploratória, tem por objetivo:

Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições. Na maioria dos casos, essas pesquisas envolvem: (a) levantamento bibliográfico; (b) entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado; e (c) análise de exemplos que estimulem a compreensão.

As pesquisas de âmbito exploratório permitem a obtenção geral de um determinado fato, por vezes pouco estudado. Gil (2002, p. 32) explica ainda que a pesquisa exploratória tem como objetivo “proporcionar mais familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou construir hipóteses”.

Para complemento da pesquisa utilizou-se como apoio o estudo bibliográfico e documental. De acordo com Lakatos e Marconi (2010, p. 166) a pesquisa bibliográfica, ou fontes secundárias, abrange toda bibliografia já tornada pública em relação ao tema em estudo, com a finalidade de colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito sobre determinado assunto.

3.2 DELIMITAÇÃO DA PESQUISA

Este estudo se desenvolveu utilizando pesquisa exploratória e descritiva visando investigar a produção científica em periódicos e obter dados que analisam os incentivos fiscais destinados ao fomento da cultura no Brasil.

3.3 TIPOLOGIA DA PESQUISA

Para a realização desse estudo se fez uso da pesquisa descritiva e exploratória com revisão sistemática de literatura. De um modo geral, a revisão sistemática da literatura tem início com a definição adequada da questão que se pretende investigar que é o problema. Portanto, “trata-se de uma fase aparentemente simples, mas que é o mais relevante do trabalho

a ser desenvolvido, pois é onde se pretende chegar, o processo de resolução do problema só será satisfatório se a questão for apropriadamente definida” (GALVÃO 2004, p. 12).

Segundo Gil (2010, p. 29)

A pesquisa bibliográfica é elaborada com base em material já publicado. Tradicionalmente, esta modalidade de pesquisa inclui material impresso, como livros, revistas, jornais, teses, dissertações e anais de eventos científicos. Todavia, em virtude da disseminação de novos formatos de informação, estas pesquisas passaram a incluir outros tipos de fontes, como discos, fitas magnéticas, CD's, bem como material disponibilizado pela Internet.

Para Gil (2010), as pesquisas de âmbito exploratório permitem a obtenção geral de um determinado fato, por vezes pouco estudado. Gil (2002, p. 32) explica ainda que a pesquisa exploratória tem como objetivo “proporcionar mais familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou construir hipóteses”.

3.4 TÉCNICAS E PROCEDIMENTOS OPERACIONAIS

Para a elaboração deste trabalho, foram realizados estudos bibliográficos sob dois enfoques: um para as pesquisas da produção científica dos periódicos em contabilidade ranqueados pela CAPES e outro para a elaboração do referencial teórico abrangendo toda bibliografia pesquisada desde livros, monografias, revistas e teses.

3.5 INSTRUMENTOS E LEVANTAMENTO DE DADOS

Para o levantamento dos dados da pesquisa foi utilizado o *site* de periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES. O portal de periódicos da Capes, criado em novembro de 2000, é um dos mais importantes instrumentos existentes no Brasil para a sistematização e divulgação da produção científica.

No site da CAPES os periódicos são classificados de maneiras diferentes. Segundo a CAPES (2015, p. 2) “A classificação de periódicos é realizada pelas áreas de avaliação e passa por processo anual de atualização. Esses veículos são enquadrados em estratos indicativos da qualidade - A1, o mais elevado; A2; B1; B2; B3; B4; B5; C - com peso zero”.

A pesquisa foi desenvolvida por meio de consultas no sistema integrado da CAPES chamado SICAPES. Para o resultado da consulta, foram selecionadas por cliques a classificação dos periódicos por área de avaliação (Administração, Ciências Contábeis e Turismo) e estratos (B1 e B2).

Foram consultados todos os periódicos no período de 2009 a 2012 elencados pelos estratos B1 e B2. O total de publicações científicas na área de contabilidade deste período foi de 11 (onze) periódicos, sendo 7 (sete) deles classificado como B1 e 4 (quatro) como B2, dos quais foi possível verificar 844 artigos que serviram para a elaboração deste estudo.

4 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

O objetivo desta pesquisa foi obter resultados que possibilitassem verificar sobre a produção científica na área de contabilidade no período compreendido de 2009 a 2012, através do portal da CAPES. A tabela 1 apresenta as revistas pesquisadas, a sua classificação no *Qualis* Capes, os números de edições analisadas, assim como a quantidade de artigos pesquisados e o número de artigos relacionados aos incentivos fiscais no período em questão.

Tabela 1 – Revistas pesquisadas no período de 2009 a 2012

(continua)

Nome do periódico	Classificação do <i>Qualis</i> Capes	Periodicidade	Número de artigos sobre Incentivo Fiscal	Número total de artigos publicados
Contabilidade Vista & Revista	B1	Quadrimestral/Trimestral	0	96
Revista Contemporânea de Contabilidade	B1	Trimestral	0	88
Revista de Contabilidade e Organizações	B1	Trimestral	1	96
Revista Universo Contábil	B1	Quadrimestral	0	86
Contabilidade, Gestão e Governança	B2	Trimestral	0	85
Enfoque: Reflexão Contábil	B2	Trimestral	0	68
Perspectivas Contemporâneas	B2	Semestral	0	58
RACE: Revista de Administração, Contabilidade e Economia	B2	Anual/Semestral	1	51
Revista Ambiente Contábil	B2	Semestral	1	54
Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade	B2	Trimestral/Quadrimestral /Edição especial	0	76

Sociedade, Contabilidade e Gestão	B2	Semestral/Trimestral	0	86
Total			3	844

Fonte: Elaboração própria, 2012.

Para possibilitar um detalhamento na quantidade de artigos publicados por cada ano analisado, elaboramos a tabela 2 com as respectivas quantidades de publicações por revista.

Tabela 2 - Quantidade de artigos publicados por revistas a cada ano

(continua)

Nome do periódico	Nº de artigos publicados em 2009	Nº de artigos publicados em 2010	Nº de artigos publicados em 2011	Nº de artigos publicados em 2012	Total
Contabilidade Vista & Revista	24	24	24	24	96
Revista Contemporânea de Contabilidade	24	24	24	16	88
Revista de Contabilidade e Organizações	24	24	24	24	96
Revista Universo Contábil	20	20	20	26	86
Contabilidade, Gestão e Governança	18	19	24	24	85
Enfoque: Reflexão Contábil	15	17	18	18	68
Perspectivas Contemporâneas	10	18	15	15	58
RACE: Revista de Administração, Contabilidade e Economia	14	15	15	7	51
Revista Ambiente	10	10	15	19	54

Contábil					
Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade	15	15	22	24	76
Sociedade, Contabilidade e Gestão					
Sociedade, Contabilidade e Gestão	17	27	24	18	86

Fonte: Elaboração própria, 2014.

Com base na pesquisa realizada nos periódicos acima descritos, entre os anos de 2009 a 2012, foi possível identificar quais os periódicos na área contábil que possuem a maior incidência de artigos publicados.

O quadro 1, a seguir, apresenta os títulos, autores e o ano dos 03 (três) artigos que apresentaram o tema de incentivo fiscal e os periódicos em que os mesmos foram publicados.

Quadro 1 - Artigos sobre a temática incentivo fiscal que foram encontrados nos periódicos consultados

Periódico	Título	Autores	Ano de publicação
Revista de Contabilidade e Organizações	Subvenções e assistências governamentais (SAG): evidencição e rentabilidade das maiores empresas brasileiras.	LOUREIRO, Débora Queiroz; GALLON, Alessandra Vasconcelos; DE LUCA, Márcia Martins Mendes	2011
RACE: Revista de Administração, Contabilidade e Economia	O financiamento da inovação tecnológica por meio de programas governamentais de apoio às empresas brasileiras.	MACANEIRO, Marlete Beatriz; CHEROBIM Ana Paula Mussi	2009
	Evidencição das subvenções e assistências governamentais recebidas pelas oscips: uma análise empírica nos estados da Paraíba e do Rio Grande do Norte.	CHAGAS, Milton Jarbas Rodrigues; ARAÚJO Aneide de Oliveira; DAMASCENA, Luzivalda Guedes.	2011

Fonte: Elaboração própria, 2014.

Como pode ser constatado no quadro 1, a produção científica dos periódicos analisados, com a temática dos incentivos fiscais, foi bem reduzida e em todos eles a temática esteve voltada para as Subvenções e Assistências Governamentais (SAG).

Na Revista de Contabilidade e Organizações foi encontrado um artigo com título “Subvenções e assistências governamentais (SAG): evidenciação e rentabilidade das maiores empresas brasileiras”, o qual tem como objetivo de estudo tratar de investigar a divulgação das informações e os efeitos econômicos decorrentes do reconhecimento das Subvenções e Assistências Governamentais (SAG) nas demonstrações contábeis das maiores empresas abertas no Brasil, conforme Pronunciamento CPC 07, alterado pelo CPC 07(R1), em 2010. No material o autor aborda o conceito das SAGs e por meio da citação de Taveira (2009) explica que programas delineados, gerenciados e concedidos pelos governos (União, Estados, DF e Municípios) tem o intuito de incrementar operações, atrair investimentos para determinadas regiões menos desenvolvidas e financiar a promoção de atividades de interesse público.

No periódico de nome RACE - Revista de Administração, Contabilidade e Economia, foi publicado no segundo semestre do ano de 2009 o artigo “O financiamento da inovação tecnológica por meio de programas governamentais de apoio às empresas brasileiras” que trata do financiamento da inovação tecnológica por meio dos programas governamentais de apoio às empresas brasileiras. De acordo com o autor os programas governamentais operados pelas agências brasileiras de fomento à inovação atuam na forma de concessão de bolsas de pesquisa, de subvenção econômica, de financiamento e na promoção do capital empreendedor. As conclusões do estudo evidenciam que no período de 2000 a 2008 foram intensificados esforços no sentido de apoio direto em projetos de P&D que viabilizassem três questões principais: o desenvolvimento e fortalecimento de micro e pequenas empresas; o crescimento e desenvolvimento das regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste.

E por fim, na revista Ambiente Contábil, no segundo semestre de 2011, foi publicado o artigo “Evidenciação das subvenções e assistências governamentais recebidas pelas OSCIPs: uma análise empírica nos estados da Paraíba e do Rio Grande do Norte” no qual os autores objetivam verificar se as subvenções e assistências governamentais auferidas pelas OSCIPs da Paraíba e Rio Grande do Norte foram evidenciadas conforme o Pronunciamento Técnico 07 do CPC e a NBC T 19.4 do CFC.

Todas as abordagens encontradas referenciam às concessões de incentivos fiscais, que fazem parte da espécie Subvenções. Em se tratando do incentivo fiscal de fomento à cultura, especificamente, e considerando tais resultados, fica evidente a necessidade de pesquisas que

abordem sobre o assunto. Apesar de se limitar a um grupo de periódicos, este estudo gera evidências de que a produção sobre o tema de incentivos fiscais é bastante carente. Assim, é importante a realização de demais estudos sobre o tema, bem como suscitar discussões na comunidade contábil sobre as causas de tal deficiência.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para se manter competitiva e atraente para os investidores a empresa precisa investir em uma estratégia de marketing voltada para o social e o ambiental, enfatizando os programas que já tem e lançando promoções que viabilizem a presença do consumidor e do colaborador como pessoas importantes e como responsáveis pelo meio ambiente e pela alegria de contribuir para a sustentabilidade ambiental e, sobretudo, social e cultural.

O marketing social é uma das formas de promoção da empresa para o fomento de atividades culturais no Brasil. Na década de 80 surge então a lei de incentivos fiscais para o fomento à cultura.

Com o presente estudo realizado se atingiu o objetivo geral de forma satisfatória no qual pesquisou-se publicações científicas em periódicos brasileiros de contabilidade, veiculadas a temática de incentivos fiscais para o fomento da cultura, no período de 2009 a 2012. Foram verificados 844 artigos e os resultados apontam que as publicações foram consideradas poucas com relevância de apenas três trabalhos que tratam da temática incentivos fiscais.

Com relação aos objetivos específicos foi possível averiguar as principais características dos incentivos fiscais, sobretudo aqueles destinados à cultura, no qual pessoas físicas e pessoas jurídicas podem aderir ao uso dos incentivos fiscais à cultura por meio de doações e patrocínio. Vale ressaltar que a doação é a transferência definitiva e irreversível de dinheiro ou bens em favor de pessoas físicas ou jurídicas de natureza cultural, sem fins lucrativos. O investidor não pode utilizar publicidade nem exigir gratuitamente parte do produto cultural. Já o patrocínio é a transferência definitiva e irreversível de dinheiro ou serviços, ou a cobertura de gastos ou a utilização de bens móveis ou imóveis do patrocinador. Pode ser dado a pessoas físicas ou jurídicas de natureza cultural, com ou sem fins lucrativos. O objetivo geral do patrocinador é divulgar sua marca (publicidade).

Com relação a demonstração dos efeitos nas empresas que aderem aos incentivos fiscais no fomento a cultura listou-se a diminuição da carga tributária, a conquista de novos clientes, a fidelização de clientes da empresa e melhoria dos lucros e do patrimônio da empresa.

Por fim, o último objetivo específico identifica como é realizado o incentivo à cultura no Brasil. Esse movimento teve início com a Lei Sarney (Lei nº 7.505, aprovada em 02 de julho de 1986), que teve sua duração até o ano de 1990, e foi o primeiro mecanismo de

incentivo fiscal cultural do Brasil. Em seguida,, para evitar mais fraudes com a lei anterior foi criada a Lei Federal de incentivo à cultura (nº 8.313/91).

Essa lei incentiva as artes cênicas, livros de valor artístico, literário ou humanístico música erudita ou instrumental, exposição de artes visuais, doação de acervos para bibliotecas públicas, museus, cinematecas, produção de obras cinematográficas e videofonográficas de curta e média metragem, preservação do patrimônio cultural material e imaterial e o folclore.

Verificou-se também que os incentivos fiscais são importantes fontes de desenvolvimento cultural. É importante frisar que no Brasil a cultura tem sido mais desenvolvida depois dos incentivos fiscais como forma de favorecer as empresas a investirem em cultura no Brasil.

Portanto, se pode concluir que o incentivo a cultura no Brasil tem uma história relativamente curta, mas se mostra eficiente para as empresas que aderem aos mesmos por adquirirem vantagem competitiva em relação aos não optantes pelos incentivos.

Este estudo tem informações relevantes que podem ser amplamente utilizadas para a realização de estudos futuros com o mesmo tema. As limitações para a sua realização estão relacionadas a escassez de literatura. E a sugestão que fica é que seja realizado uma pesquisa de campo com uma empresa optante pelos incentivos fiscais de apoio a cultura para averiguar as vantagens na prática de uma empresa privada.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Francisco, Carlos R. Uma abordagem Estruturada da Renúncia de Receita Federal. Revista do Tribunal de Contas da União. Brasília, V.31 – abril/Junho. 2000.

ANGÉLICO, João. **Contabilidade Pública**. 8ª Ed. São Paulo: Atlas, 2005.

CAMPOS FILHO, Ademar. **Fluxo de Caixa em Moeda Forte: Análise, Decisão e Controle**. 2ª Ed. Atlas, 1987.

BERNARDO, Gilberto Rezendes. **Aplicação da lei rouanet**: destinação do imposto de renda pessoa jurídica com ênfase no desenvolvimento do *marketing* social. Disponível em: <<http://repositorio.unesc.net/handle/1/1735>>. Acesso em 09 nov. 2014

BORGES, Bonavides Humberto **Gerência de Impostos**. São Paulo: Ed. Atlas, 2002.

BRASIL. **Constituição da república federativa do Brasil** de 5 de dezembro 1988. _____. **Lei Nº 7.505, de 2 de julho de 1986**. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L7505.htm>. Último acesso em 12 de janeiro de

_____. **Instrução nº. 260, DE 9 de abril de 1997**. Dispõe sobre a emissão e distribuição de Certificados de Investimento para a produção, exibição e infraestrutura técnica de obras audiovisuais cinematográficas brasileiras. Disponível em: <<http://www.cvm.gov.br/asp/cvmwww/atos/exiatio.asp?File=\inst\inst260.htm>>. Último acesso em 12 de janeiro de 2015.

_____. **Instrução Normativa nº 17, de 07 de novembro de 2003**. Regula a elaboração, apresentação, e o acompanhamento de projetos aptos e se beneficiarem de recursos dos Fundos de Financiamento da Industria Cinematográfica – FUNCINES, conforme capítulo VII da Medida Provisória nº 2.228- 1, de 6 de setembro de 2001. Disponível em: <<http://www.ancine.gov.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?infolid=203&sid=71>>. Último acesso em 12 de janeiro de 2015.

_____. **Lei nº. 5.172, de 25 de outubro de 2001**. Dispõe sobre o Sistema Tributário Nacional e institui normas gerais de direito tributário aplicáveis à União, Estados e Municípios. Disponível em:<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L5172.htm>. Último acesso em 12 de janeiro de 2015.

_____. **Lei nº 6.321, de 14 de abril de 1976** e regulamentada pelo Decreto nº 5, de 14 de janeiro de 1991. Baixa instruções sobre a execução do Programa de Alimentação do Trabalhador – PAT. Disponível em: <<http://www.mte.gov.br/empregador/pat/Conteudo/7059.pdf>>. Último acesso em 12 de janeiro de 2015.

_____. **Lei n.6.404, de 15 de dezembro de 1976**. Institui sobre as sociedades por ações. Disponível em:< http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L6404consol.htm>. Último acesso em 12 de janeiro de 2015.

_____. **Lei n.8.137, de 27 de dezembro de 1990.** Institui crimes contra a ordem tributária, econômica e contra as relações de consumo, e dá outras providências. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 27 dez. 1990. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8137.htm>. Último acesso em 12 de janeiro de 2015.

_____. **Lei nº. 8.313, de 23 de dezembro de 1991.** Restabelece princípios da Lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986, institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura e dá outras providências. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br/ccivil/LEIS/L8313cons.htm>>. Último acesso em 12 de janeiro de 2015.

_____. **Lei n.9.249, de 26 de dezembro de 1995.** Altera a legislação do imposto de renda das pessoas jurídicas, bem como da contribuição social sobre o lucro líquido, e dá outras providências. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 26 dez. 1995. Disponível em: <<http://www.leidireto.com.br/lei-9249.html>>. Último acesso em 12 de janeiro de 2015.

_____. **Lei n.9.430, de 27 de dezembro de 1996.** Dispõe sobre a legislação tributária federal, as contribuições para a seguridade social, o processo administrativo de consulta e dá outras providências. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 27 dez. 1996. Disponível em: <<http://www.normaslegais.com.br/legislacao/tributario/lei9430.htm>>. Último acesso em 12 de janeiro de 2015.

_____. **Lei n.9.718, de 27 de novembro de 1998.** Altera a Legislação Tributária Federal. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 27 nov. 1998. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9718.htm>. Último acesso em 12 de janeiro de 2015.

_____. **Lei nº. 9.790, de 23 de março de 1999.** Dispõe sobre a qualificação de pessoas jurídicas de direito privado, sem fins lucrativos, como Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público, institui e disciplina o Termo de Parceria, e dá outras providências. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br/ccivil/LEIS/L9790.htm>>. Último acesso em 12 de janeiro de 2015.

CAVALCANT, Gabriel Estellita Lins. **Análise econômica das políticas de incentivo à cultura no Brasil.** Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/343>>. Acesso em 25 Out.2014.

CESNIK, F. S.; BELTRAME, P. A. **Globalização da cultura.** Barueri: Manole, 2005.

COBRA, Marcos. **Marketing Básico – uma perspectiva brasileira.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 1992.

CUCHE, D. **A noção de cultura nas ciências sociais.** Bauru: Edusc, 1999.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Miniaurélio: o minidicionário da língua portuguesa.** 6. ed. rev. e atual. Curitiba: Posigraf, 1986.

- FABRETTI, Láudio Camargo. **Contabilidade tributária**. 7. ed. São Paulo: Atlas S/A, 2001.
- _____. **Direito Tributário Aplicado**. 1 ed. São Paulo: Atlas S/A, 2006.
- FRANCO. S. C. GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2004.
- FRANCO, Hilário. **Contabilidade Geral**. 23ª edição. Ed Atlas São Paulo, 1997.
- FORTES. José Carlos. **Ética e responsabilidade profissional do contabilista**. Fortaleza: Fortes, 2002.
- GALVÃO. CM, Sawada NO, Trevizan MA. Revisão sistemática: recurso que proporciona a incorporação das evidências na prática da enfermagem. **Revista Latino americana de Enfermagem** 2004;12(3):549-56.
- GIL, A. C. **Como elaborar um projeto de pesquisa**. 3. ed. Atlas. São Paulo, 2002.
- _____. **Como elaborar um projeto de pesquisa**. 3. ed. Atlas. São Paulo, 2010.
- GITMAN, Lawrence J. **Princípios de administração financeira**. 3. ed. São Paulo: Harbra, 1987.
- GUIMARÃES, Heloísa Werneck Mendes. Responsabilidade social da empresa: uma visão histórica de sua problemática. **Revista de Administração de Empresas**. v. 24, n. 4, p. 211-219, out./dez 1984.
- HIGUCHI, Hiromi; HIGUCHI, Fábio Hiroshi; HIGUCHI, Celso Hiroyuki. **Imposto de Renda das Empresas: interpretação e prática**. 34. ed. São Paulo: IR Publicações LTDA, 2009.
- _____. **Imposto de Renda das Empresas: interpretação e prática**. 35. ed. São Paulo: IR Publicações LTDA, 2010.
- ICHIHARA. Yoshiaki. **Direito tributário**. Atlas, São Paulo 2000.
- IUDÍCIBUS, Sérgio de. **Contabilidade gerencial**. São Paulo: Atlas, 1998.
- KOTLER, Philip e ROBERTO, Eduardo. **Marketing Social: Estratégias Para Alterar o Comportamento Público** Rio de Janeiro, Campus, 1a.ed., 1992.
- KOTLER, ARMSTRONG, **Princípios de marketing**. 9ªed são Paulo: Pearson, 2003.
- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing de serviços**. São Paulo: Atlas, 1991.
- LATORRACA, Nilton. **Direito Tributário**. São Paulo: Ed. Atlas, 2001.
- MACHADO, Hugo de Brito. **Curso de Direito Tributário**. 26ª edição. São Paulo: Malheiros, 2005.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 7ª ed. Editora Atlas.

MARION, José Carlos. **Contabilidade Básica**. 10ª Ed. São Paulo: Atlas: 2009.

MELLO, Luiz Gonzaga de. **Antropologia Cultural**. Petrópolis: Vozes. 1986.

OLIVEIRA, Luís Martinset al. **Manual de Contabilidade Tributária**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

OLIVEIRA, José Arimatés de. Responsabilidade social em pequenas e médias empresas. **Revista de Administração de Empresas**.v. 24, n. 4, p. 203-210, out./dez. 1984.

PEREIRA, Diego de Medeiros. **Políticas públicas de incentivo à cultura**: da elaboração de um projeto cultural aos aspectos tributários. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/126097>>. Acesso em 04 Nov 2014

SÁ, Antonio Lopes de. **Dicionário de Contabilidade**. 11ª edição, editora Atlas, 2009.

STRÖMDAHL, Rudney Lars. **Aspectos tributários e sociais dos incentivos fiscais do governo federal à cultura**. Disponível em: <<http://tcc.bu.ufsc.br/Contabeis294183>>. Acesso em 20 out.2014