



**UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA**  
**"JÚLIO DE MESQUITA FILHO"**  
Faculdade de História, Direito e Serviço Social

# **INCENTIVOS FISCAIS AO AUDIOVISUAL BRASILEIRO**

MERCADO, PÚBLICO E SOCIEDADE

Roger Franchini

Franca - 2005

Orientador: Professor Doutor Elcio Trujillo Monografia aprovada em 03 de dezembro de 2005 para obtenção do título de Bacharel em Direito na Universidade Estadual Paulista - UNESP

# **Livros Grátis**

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.



## RESUMO

Após a explanação dos precedentes históricos dos incentivos governamentais para a produção audiovisual, verifica-se que nenhuma medida legislativa de fomento à produção audiovisual proposta pelos governos nacionais foi eficaz como política de incentivo.

Tratou-se as leis como se fossem a própria política cultural. Com o discurso de fazer surgir uma indústria Audiovisual sustentável financeiramente, o governo vincula a criação da obra à necessidade de mercado vigente. Isso obriga seus criadores a objetivarem respaldo de público garantido, já que os principais financiadores, apesar de apenas redirecionarem verbas certas do fisco, julgam ideais os determinados projetos que possuem grandes chances de divulgação, inserção midiática e retorno de bilheteria, sufocando assim pequenos realizadores que estão à margem de redes de distribuição e *marketing* de divulgação.

Agindo dessa forma, o ente Estatal viola sua evidente tarefa e os básicos princípios de sua fundamentação, como o do interesse público, que incorre ao Estado quando pratica atos prejudiciais ao particular em nome de um bem comum, exigindo que suas ações sejam sempre determinadas com o objetivo público, vedando a prática de ações unicamente convenientes para o interesse privado<sup>1</sup>.

O poder público atua de maneira a permitir que o mercado delineie os caminhos do audiovisual e não permite que uma nova possibilidade de incentivo a indústria audiovisual possa existir, sem que interesses econômicos se sobressaiam à democratização da produção cultural.

---

<sup>1</sup> MEIRELLES, Hely Lopes Direito Administrativo Brasileiro, 13 ed, São Paulo: 1995.

## 1. INTRODUÇÃO

Sendo uma das manifestações mais importantes de um povo, o cinema é parte do arcabouço cultural brasileiro, atuando como instrumento de reconhecimento da identidade nacional. Mister se faz, portanto, a definição do termo *Patrimônio Cultural*, preocupação corrente do legislador constituinte, que no art. 216 da Constituição federal de 1988, assevera:

*Constituem o patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência a identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, nos quais se incluem:*

*I as formas de expressão;*

*II Os modos de criar, fazer e viver;*

*III As obras, documentos, objetos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais;*

*IV os conjuntos urbanos e sítios de valor históricos, paisagísticos, artísticos, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico*

O cinema é determinado de acordo com a Lei número 9.610/98, conhecida por Lei do Direito Autoral, em seu art. 5º, VIII, i. como sendo:

*[...]a que resulta da fixação de imagens com ou sem som, que tenha a finalidade de criar, por meio de sua reprodução, a impressão de movimento, independentemente dos processos de sua captação, do suporte usado inicial ou posteriormente para fixá-lo, bem como dos meios utilizados para sua veiculação; [...]*

A indústria cinematográfica brasileira convive com um conflito que a persegue desde as primeiras tentativas de sistematização como setor produtivo e sustentável da economia. Podem-se identificar suas origens ainda na concepção da obra, pois em sendo produzida segundo critérios pessoais dos artistas envolvidos em sua criação, muitas vezes o seu resultado é intimamente vinculado à subjetividade de seu autor o que em ocasiões afasta o grande público atual, ansioso por entretenimento.

Por outro lado, a realização de obras audiovisuais tem um caráter oneroso e, por este motivo, a iniciativa privada não a recebe como um investimento seguro e habitual, principalmente quando percebe o pequeno respaldo de público que poderá vir a ter.

A crise surge nesse instante, no qual os realizadores se deixam influenciar pelos gostos do grande público, gostos estes já habituados ao clássico modelo da linguagem do cinema americano, e permitem que sua criação seja perturbada para ter um maior número de espectadores e, desta forma, concretizar no audiovisual um produto com maior facilidade de venda.

Deste modo, resta ao Estado subsidiar a produção de filmes e obras audiovisuais para promover a indústria nacional cinematográfica, suprimindo a ausência de investimentos privados no setor e garantir investimentos ao pequeno realizador.

O primeiro modelo que surgiu no Brasil, desde que o país era colônia, é o modelo Estatal, em que o governo tem o dever em investir em cultura. Isso é fato e está na Constituição Federal. Entre os diversos artigos que falam a respeito desse assunto, aparece como dever do Estado o de ter respeito à liberdade cultural do povo e promover ações para realizar o princípio da igualdade nesse campo. Há, portanto, política de proteção cultural, de formação cultural e de promoção cultural. Entre os papéis do Estado previsto pela lei está o de planejar, fiscalizar e incentivar.

Mas não é somente o setor público que aparece na esfera de apoio à cultura. O segundo modelo vigente que começou a aparecer no país, a partir de 1940, foi o privado, com o investimento de empresas em ações culturais, como a do empresário Francisco Matarazzo que resolveu investir na *Companhia de Cinema Vera Cruz* na década de 40.

O que surge, num terceiro momento, e mais atual, é o modelo misto com incentivos fiscais. Portanto, há mecanismos de financiamento à cultura que utilizam somente recursos públicos (como o Fundo Nacional de Cultura), subvenções do Poder Público e programas em geral; com investimento privado, como a Conversão da Dívida Externa ou o apoio às OSCIPs (Organização da Sociedade Civil de Interesse Público) ou Fundos Privados; e também os Incentivos Fiscais, como a Lei Rouanet, Lei do Audiovisual, Funcine, entre outros.

Para este fim, criaram-se inúmeros institutos legais (federais, estaduais e municipais) que fomentam investidores a destinarem parte de suas declarações do Imposto de Renda aos produtores audiovisuais para, mesmo que indiretamente, fazer surgir um folegar de recursos financeiros e fomentar a indústria nacional.

Com o discurso de fazer surgir uma indústria Audiovisual sustentável financeiramente, o governo vincula a obra à necessidade de mercado vigente. Isso obriga seus criadores a objetivarem respaldo de público garantido, já que os principais financiadores, apesar de apenas redirecionarem verbas certas do fisco, julgam ideais os projetos que possuem grandes chances de divulgação, inserção midiática e retorno de bilheteria, sufocando assim pequenos realizadores que estão à margem de redes de distribuição e marketing de divulgação.

Agindo dessa forma, o ente Estatal viola sua evidente tarefa e os básicos princípios de sua fundamentação, como o da finalidade, que impõe ao Estado que só pratique o ato para o fim legal para qual foi criado, exigindo que suas ações sejam sempre determinadas com o objetivo público, vedando a prática de ações unicamente convenientes para o interesse privado. Para Hely Lopes Meirelles, (...) Esse desvio de conduta de agentes públicos constitui uma das mais insidiosas modalidades de abuso de poder (...) <sup>2</sup>.

Tal fato demonstra a dificuldade do Estado para elaborar propostas de criação sem comprometer a diversidade artística. O atual objeto de apoio por ele criado opta por um cinema exclusivamente vinculado ao mercado, traduzindo claramente o conceito de indústria e cultura sobre o qual disserta *T. W. Adorno* em *A indústria Cultural* :

*A indústria cultural é a integração deliberada, a partir do alto, de seus consumidores. Ela força a união dos domínios, separados há milênios, da arte superior e da arte inferior. (...)A*

---

<sup>2</sup> Apud MEIRELES, Hely Lopes. Direito Administrativo Brasileiro. 13 ed, RT, São Paulo, 1995

*arte superior se vê frustrada de sua seriedade pela especulação sobre seus efeitos.(...) nesse processo a indústria cultural especula sobre o estado de consciência e inconsciência de milhões de pessoas às quais ela se dirige as massas não são, então, o fator primeiro, mas um elemento secundário, um fator de cálculo acessório da maquinaria.* <sup>3</sup>

Então, encontrando na proposta de análise crítica das legislações em vigor e analisando conceitos como indústria cultural (*culture industry*) e a cultura de massa (*mass media*), surge uma questão: qual modelo de mercado audiovisual pretende o governo?

Sendo o Estado a exclusiva entidade legisladora para este fim, é pertinente questionar a atual legislação frente ao mercado de produção. Legislação esta que se espelha na didática estadunidense de industrialização de obras audiovisuais em larga escala, visando público consumidor, o que impossibilita a diversidade cultural.

Qual a responsabilidade dos preceitos legais hodiernos para orientar um caminho de produção e até que ponto o poder normativo pode fazer surgir uma identidade nacional no audiovisual, conduzindo a criação de forma atada aos interesses mercadológicos?

Os incentivos fiscais formam um recurso de renúncia governamental em prol do bem comum, por isso é necessária a criação de mecanismos que realmente possibilitem a produção, independente de interesses capitais, e permita a facilidade de acesso às produções a toda a população.

Sem ensejar a discriminação, a convivência das diferentes formas de produção é pacífica, desde que intermediada pelo Estado quando realiza seu propósito máximo: a defesa do bem estar e o interesse do bem comum. Portanto, nada é mais recente e atual do que discutir sobre a intersubjetividade do mercado e a diversidade cultural a que o Estado deve respeitar e conduzir de forma harmoniosa.

Esta parece ser, na atualidade, a principal dificuldade dos governos neste começo de século. O papel adotado por eles neste momento de escolha será decisivo no tipo de sociedade que desejamos. Resta-nos analisá-los pela ótica normativa, base fundamental da edificação de uma sociedade.

---

<sup>3</sup> ADORNO, T.W. A Indústria Cultural. Saraiva, São Paulo 1987.

É relevante ressaltar que o direcionamento das políticas de incentivo conduzirão na construção de uma imagem brasileira dentro da sociedade de informação, hoje composta por recursos tecnológicos de rápida difusão, que abrangem imensos grupos humanos, definindo assim o conceito de nação e objetivos individuais.

A análise pretendida foge da mera explanação histórica dos instrumentos fomentadores criado pelo Estado. Busca, *a priori*, a identificação da crise surgida através dos institutos legais e a maneira com que os mesmos representam a intenção governamental em orientar o tipo de indústria audiovisual que pretende desenvolver.

## CAPITULO PRIMEIRO

## 1. INCENTIVOS ESTATAIS À CULTURA

### 1.1. Antecedentes Históricos

Ao efetuar uma visão panorâmica sobre as iniciativas do Estado Brasileiro em relação a incentivos ao nosso cinema, demonstra-se um desenvolvimento que consagra o modelo de incentivos fiscais como prioridade.

O cinema começou a se destacar como veículo de comunicação em massa na primeira metade do século XX, notadamente no início dos anos 20. Era então um meio de entretenimento barato e que também desempenhava um forte papel educacional e, principalmente, documental, antes de sua consolidação como produto de diversão.

Sua realização esteve, desde sempre, fortemente ligada à elite, detentora dos recursos financeiros que possibilitariam a produção, como, aliás, estava a maioria da produção cultural no início daquele século, segundo afirma a historiadora Márcia Camargo em seu livro<sup>4</sup> *Villa Kiryal Crônicas da Belle Époque Paulistana*

No Brasil, a cinematografia como indústria só vem desempenhar papel de destaque quando lhe acarreta a forma de veículo ideológico na década de 1930, com o presidente Getúlio Vargas no poder.

O Estado Novo percebe no cinema um instrumento de grande potencial para expandir sua ideologia através dos cinejornais, que fora reconhecido como um eficaz propagador de sistema de idéias dogmaticamente organizado como um instrumento de luta política com Hitler, primeiro ministro da Alemanha, graças a seu principal articulador, o secretário de governo Joseph Goebbels. Paralelamente às salas de exibição comerciais, é tomada iniciativa de inclusão de projetores em algumas escolas do então Distrito Federal.

Em 1934 é criado o Departamento de Propaganda e Difusão Cultural (DPDC), órgão essencialmente educativo. Continuando esta linha, anos depois, em 1937, nasce o INCE Instituto Nacional de Cinema Educativo. Criado por Roquete Pinto, que além de realizar exibições de obras educacionais nas escolas (de acordo com critérios próprios de abordagens pedagógicas do Instituto), inaugurou uma filmoteca.

---

<sup>4</sup> Apud REIS, Ana Carla Fonseca. Marketing Cultural e financiamento da Cultura. Pioneira Thomson Learning, São Paulo, 2003, 309 p.

A produção era do próprio Instituto, divididas em películas de 16mm para as escolas e de 35 mm para as salas de exibição.

A produção comercial nacional sofreu um duro golpe com o início do Estado Novo, em 1937, inaugurando um período de cerceamento da liberdade de expressão em prol do sucesso do regime ditatorial de Vargas. Inicia-se a fiscalização da produção cinematográfica nacional com o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) do Governo, criado em 1939.

Neste mesmo ano foi assinado convênio de regulamentação das relações entre produtores, exibidores e importadores. Como membros foram convidados representantes dos produtores brasileiros, distribuidores de filmes nacionais, dos sindicatos de exibidores e importadores.

Este convênio foi um dos primeiros passos para o estabelecimento de normas para estes setores, bem como o início da organização do Estado juntamente aos representantes daquelas classes para a promoção, regulamentação e fiscalização do cinema nacional. Foi o início também do protecionismo do Estado em relação ao cinema, ao determinar o número mínimo de exhibições de filmes nacionais.

O ano da extinção do DIP, 1945, é também o ano da criação do DNI Departamento Nacional de Informações. As metas são bem semelhantes: censura, estímulo da produção cinematográfica, premiação de obras relevantes, sempre de acordo com os critérios do regime. O DNI conseguiu aumentar de um para três o número de filmes brasileiros de longa-metragem exibidos anualmente.

Ainda em 1945, Jorge Amado, então deputado federal pelo extinto Partido Comunista, contribui para o cinema nacional quando sugere a criação do Conselho Nacional do Cinema, composto por onze integrantes, da seguinte forma: três produtores; um diretor de curta-metragem; um artista; um representante dos técnicos; um representante dos autores e os cenógrafos; dois representantes do Ministério da Educação e Saúde; um representante dos exibidores nacionais; um representante dos distribuidores nacionais.

O Conselho Nacional do Cinema propunha subvenções, empréstimos, prêmios, bolsas de estudo e aperfeiçoamento no estrangeiro. O material cinematográfico seria importado com isenção de impostos.

Por outro lado, os importadores de cinejornais deveriam exportar os nossos cinejornais, adquirindo-os por intermédio do CNC. O que, a primeira vista,

aparentava um plano governamental de incentivo ao cinema, era, na verdade, a expansão do comércio e da propaganda do governo no exterior.

Na década seguinte, nos anos 1950, foi enviado ao Congresso o projeto do INC Instituto Nacional do Cinema, elaborado por Alberto Cavalcanti, Vinicius de Moraes e Decio Vieira Otoni. Apenas em 1966, porém, o INC foi efetivamente criado.

O Instituto Nacional do Cinema deveria fiscalizar e cobrar taxas e impostos, incentivando a exibição com a construção de mais salas. Com a elaboração da lei 4.131/62, ou Lei de Remessas de Lucros , dava-se início aos incentivos para as co-produções: ou os distribuidores investiam parte da remessa para o exterior em filmes brasileiros, ou estes recursos faziam parte do orçamento do INC. Mesmo assim, o INC foi duramente criticado por artistas nacionais, pois, na opinião dos críticos, não defenderia o cinema brasileiro da dominação estrangeira.

## 1.2. O SURGIMENTO DA EMBRAFILME

A Empresa Brasileira de Filmes S.A. Embrafilme foi criada em 1969 pelo Regime Militar instaurado em 1964. A finalidade da empresa era a divulgação do filme brasileiro no exterior, mas este objetivo foi sendo gradualmente transformado. Em 1975, uma reforma na empresa modificou seu perfil e a tornou mais ágil para a disputa no mercado cinematográfico, produzindo e distribuindo filmes brasileiros.

Durante os anos seguintes, a produção nacional promovida pela empresa foi expressiva, tendo conquistado cerca de quarenta por cento do mercado. Esse fato incomodou tanto as companhias norte-americanas que elas recorreram a pressões diplomáticas contra o governo brasileiro para que este abrandasse o perfil protecionista da política cinematográfica adotada.

O INC é extinto e seus recursos são transferidos para a EMBRAFILME. Neste mesmo ano, 1974, são criados o CONCINE Conselho Nacional de Cinema e o CENTROCINE. O primeiro regulamentava o mercado e as relações entre os diversos setores, desempenhando um papel fiscalizador. O segundo tinha como responsabilidade pesquisar, preservar a memória da cultura cinematográfica, entre outros atributos.

Os financiamentos realizados pela EMBRAFILME não correspondiam a um contrato rigoroso de satisfação mútua entre o órgão fomentador-produtor, de forma que os empréstimos quase nunca eram saldados pelos produtores, ou por não ter obtido retorno financeiro, ou até mesmo pela falta de compromisso de alguns. O fato é que mesmo sendo atraentes os financiamentos, a EMBRAFILME não tinha retorno direto dos empréstimos.

Em 1977 o CONCINE, através da Resolução 10, estabelece a Lei da Dobra, que determinava: caso o filme nacional tivesse a mesma ou maior frequência do mesmo cinema, no semestre anterior, ele teria sua exibição garantida na segunda semana.

Juntamente com essa lei, outra medida que assegurava a exibição dos filmes nacionais era o número mínimo de dias estipulados para a ocupação de filmes nacionais nas salas de exibição, a chamada cota de tela, que em 1971 foi de 98 dias e em 1979, 140 dias<sup>5</sup>.

<sup>5</sup> Atualmente a cota de tela está fixada em 63 dias, conforme Decreto 4.945/04.

Com um discurso nacionalista de conquista de mercado para o filme nacional - os militares conquistaram a adesão de cineastas e produtores próximos da esquerda política e que, como artistas, detinham ampla legitimidade cultural em setores da classe média.

Boa parte desses cineastas era oriunda do chamado Cinema Novo, movimento artístico célebre nos anos sessenta, que postulava um cinema simultaneamente crítico e transformador da realidade brasileira.

Um dos aspectos mais curiosos da política cultural formulada pelos militares era oferecer as fundações e empresas estatais para serem geridas pelos próprios artistas. Deste modo, a Embrafilme foi comandada, de 1975 a 1978, pelo cineasta Roberto Farias e por Carlos Augusto Calil uma indicação do campo cinematográfico, entre 1985 e 1986.

Muito próxima dos cineastas, a empresa sempre oscilou em sua política de produção, indo do chamado filme comercial ao mais autoral.

Orientava-se muitas vezes pela subjetividade cultural acumulada por alguns diretores e produtores e não pelo fortalecimento da indústria cinematográfica como um todo, o que tornava-a atraente para investidores e fundos de rentabilidade, objetivo que estava colocado para a Embrafilme desde a sua fundação.

Com a crise econômica dos anos oitenta e a incapacidade do Estado em ampliar os investimentos na Embrafilme, aos poucos a empresa tornou-se incapaz de competir e regular o mercado cinematográfico.

Durante a restauração da democracia no país, com a chamada *Nova República*, esperava-se que a situação da Embrafilme e do Cinema Brasileiro ganhasse um novo impulso, mas deu-se o contrário. Setores da sociedade civil estavam incomodados com a interferência do Estado na economia, e a imprensa, capitulando tal fato, implodia as ações do governo na cultura.

Diante da crise econômica, a Embrafilme tinha adotado medidas destinadas a proteger produtores e cineastas, que aos olhos da imprensa apareciam como um incômodo protecionismo incompatível em uma economia de livre mercado.

Diversos editoriais do jornal *Folha de São Paulo* em 1986, propunham que a ação do Estado no setor se desse apenas na formação de profissionais e de

---

cinematecas. Quanto à produção e distribuição, estes seriam assuntos para a iniciativa privada, afirmava o jornal<sup>6</sup>.

Em 1987 foi adotada uma nova reforma que procurava dar agilidade à empresa, separando as funções comerciais e culturais, mas o resultado foi pouco expressivo.

O corporativismo presente entre cineastas e produtores que dificultava a adoção de uma política de produção mais independente o desinteresse do Estado em formular uma política cultural consistente e a forte crise econômica dos anos oitenta foram fatos que aos poucos esvaziou por completo a Embrafilme.

Seu final ocorreu na gestão do então presidente Collor de Mello, que encerrou definitivamente a empresa em 1990, relegando o Cinema Brasileiro à sua própria sorte, em um mercado dominado pelo filme norte-americano.

O Ministério da Cultura foi sempre o mais desprovido dos ministérios, contando com um orçamento<sup>7</sup> anual médio equivalente a 0,3 % dos recursos da União.

Logo após a criação do ministério, foi sancionada a Lei 7.505/86, a primeira de uma série de experiências de incentivos fiscais à cultura.

Ela permitia a dedução de 2% de dedução do Imposto de Renda de pessoas jurídicas e 10% de pessoas físicas, aplicados sobre a transferência de recursos para a atividade cultural.

Da maneira como foi formulada, ela permitia a transação direta do patrocínio entre empresas e promotores culturais, dando margem a acusações de desvios e fraudes.

Em 1990, durante a gestão do Presidente Fernando Collor de Mello, o Ministério da Cultura foi rebaixado a uma singela Secretária e a Lei Sarney foi revogada.

Esse foi um dos piores períodos para a cultura nacional, pois todos os órgãos de fomentação foram extintos, e os gastos públicos na área foram diminuídos em 65,5%. O que já era escasso passou a desaparecer.

---

<sup>6</sup> MICELI, Sérgio e GOUVEIA, Maria Alice. Política Cultural comparada. Funarte, 1985.

<sup>7</sup> Os gastos públicos com cultura no Brasil. Ministério da Cultura, disponível em [http://www.cultura.gov.br/politicas/dados\\_da\\_cultura/economia\\_da\\_cultura/index.php?p=10161&more=1&c=1&pb=1](http://www.cultura.gov.br/politicas/dados_da_cultura/economia_da_cultura/index.php?p=10161&more=1&c=1&pb=1) acesso em 18/04/2005.

De 1995 a 2001, a Secretaria de Desenvolvimento do Audiovisual tratou de gerir os projetos audiovisuais aprovados a captar recursos pelas leis de incentivo, que, ao mesmo tempo em que foram responsáveis pelo renascimento do cinema nacional, também levaram o governo a relevar ao segundo plano a necessidade de formulação de uma verdadeira política cultural.

### 1.3. ANOS 90 E O MERCADO LIBERAL

Após o descaso do início dos anos 90, quando apenas três filmes foram lançados em 1992 e quatro em 1993, com público representativo a 0,05% de participação no mercado, iniciou-se a chamada retomada do cinema nacional.

Os marcos institucionais dessa nova fase foram a efetivação da Lei Rouanet (lei 8.313, de 23 de dezembro de 1991), a aprovação da Lei do Audiovisual (lei 8.685, de 20 de julho 1993) e a criação da Secretaria para o Desenvolvimento do Audiovisual SDAV (atual SAV) em 1995.

Findo o mal sucedido governo Collor, o presidente Itamar Franco recria o Ministério da Cultura em 1992 e logo após promulga a Lei 8685 de 20/07/1993. Durante seu governo, as leis de incentivo eram consideradas ineficazes, pois os limites de isenção fiscal eram considerados baixos, e, além disso, a avaliação dos projetos era vista excessivamente burocrática e rigorosa. Por isso, até 1994 a utilização dos recursos governamentais de incentivos eram baixos.

No governo de Fernando Henrique Cardoso (1994-2001) uma nova política econômica contrapõe-se ao modelo intervencionista que vinha perdendo força. De acordo com essa nova ordem, conhecida por neoliberal, implementaram-se as Agências Reguladoras a partir de 1996 para fiscalizar as empresas estatais que saíram da órbita da administração pública e incentivar a desestatização da economia. Seus reflexos no audiovisual começam em setembro de 2001, através da Medida Provisória 2.228-1, quando foi criada a Agência Nacional do Cinema ANCINE, tendo como principais objetivos a regulação, a fiscalização e o fomento do setor audiovisual.

Inicialmente prevista para ser vinculada ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio, a ANCINE acaba saindo dos domínios da Casa Civil, onde estava locada provisoriamente, para ser vinculada ao Ministério da Cultura em dezembro de 2003. Com isto, o Ministério passou a ter dois órgãos a zelar pelo cinema nacional. Além da ANCINE, a já existente Secretaria do Audiovisual SAV.

O Decreto 4.456, de 4 de novembro de 2002, estabelece a divisão de competências entre a ANCINE e a SAV. Esta última ficou incumbida do caráter cultural do cinema, caracterizado pelo apoio aos filmes de curta e médias-

metragens, capacitação de mão-de-obra, elaboração de festivais e mostras nacionais, e preservação e difusão de acervos de obras audiovisuais.

Sob atenção da ANCINE ficam os projetos de curtas, médias e longas-metragens com autorização a captar recursos pelas leis 8.685/93 e 8.313/91, esta última quando de uso combinado com a primeira.

Em complemento à MP 2.228-1, a lei 10.454/02 vem normatizar a cobrança da CONDECINE (Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica), que incide sobre a exploração de obras audiovisuais no mercado nacional, incluindo a publicidade; e, acima de tudo, sobre a remessa de lucros ao exterior realizada pelas distribuidoras e programadoras de TV a cabo estrangeiras.

A cobrança da CONDECINE sobre a remessa impulsiona a opção pelo uso do Art. 3º da lei 8.685/93 pelas distribuidoras, que as isenta desta, e cria um novo mecanismo de fomento, pelo Art. 39 da MP, que também isenta as programadoras do pagamento da CONDECINE, desde que estas optem por aplicar o valor correspondente a 3% da remessa na co-produção de obras audiovisuais brasileiras independentes.

Além de gerir a utilização dos mecanismos de incentivo fiscal, a ANCINE também desempenha seu papel de fomentadora através de editais que premiam filmes nas diferentes etapas de produção: concepção, produção, finalização e distribuição.

Vale destacar também os acordos bilaterais e multilaterais de apoio ao cinema, como o edital de co-produção realizado com o Instituto de Cinema, Audiovisual e Multimídia de Portugal ICAM e o apoio à distribuição de filmes argentinos no Brasil e vice-versa, em conjunto com o INCAA Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuais da Argentina, além do Programa IBERMEDIA, realizado em conjunto com mais de 10 países da comunidade ibero-americana.

A partir do Decreto 5.054, de 23 de abril de 2004, a ANCINE adquiriu os poderes necessários para sua efetiva ação fiscalizadora, podendo aplicar multas e sanções. O decreto determina também que todos os agentes da atividade audiovisual devem fornecer à ANCINE os dados referentes à produção, exibição, distribuição, veiculação e comercialização de obras audiovisuais brasileiras e estrangeiras, em todos os segmentos de mercado.

As duas ações combinadas, controle e fiscalização, possibilitaram um aumento das receitas e uma mobilização empresarial para apoio à atividade; o enquadramento das empresas do setor audiovisual e a geração de dados e estatísticas.

Este conjunto de fatores propiciou ao governo a formulação de políticas e o início da implementação da tão almejada industrialização e profissionalização da atividade audiovisual no Brasil, utilizando-se como meio o papel regulador das Agências.

A vigência desta Lei pode ser considerada um marco da recuperação da vida e da política cultural no âmbito nacional. Sua sistemática, pautada num cadastramento rigoroso e formal dos proponentes, na análise dos projetos e nas prestações de contas, evitou, de imediato, a repetição de uma série de fraudes originadas durante a vigência da Lei Sarney (calcula-se que em quatro anos as fraudes somaram mais de R\$ 110 milhões de reais<sup>8</sup>).

Ao longo de mais de uma década, o quadro legal da Lei Rouanet permitiu que fossem realizados milhares de projetos e ações culturais por meio da existência de incentivo fiscal.

A lei foi regida inicialmente pela dedução parcial de impostos, estimulando tanto pessoas físicas como pessoas jurídicas a investirem recursos próprios, sendo que parte do investimento, fosse este doação ou patrocínio, pudesse ser resgatado através da redução do imposto de renda.

Na versão original da Lei Rouanet as pessoas físicas podiam abater do imposto de renda 60% do valor do patrocínio e as pessoas jurídicas somente 30%.

Os valores não podiam ultrapassar a alíquota de 2% de dedução fixada pelo Governo, fosse ela sobre a renda tributável das pessoas físicas ou ainda a renda tributável com base no lucro real das pessoas jurídicas.

Atualmente, alterada sucessivamente por alguns dispositivos da Lei do Audiovisual (nº 8.685, de 20.07.93), Lei 9532/97 (art. 6º, inciso II), Lei 9.874/99 e Medida Provisória 2.189-49/2001, a Lei de Incentivo à Cultura ou Lei Rouanet prevê uma alíquota 100% de dedução do valor do patrocínio do imposto de renda para projetos que atendem às artes cênicas, os livros de valor artístico, literário ou humanístico, a música erudita ou instrumental, a circulação de exposições de artes

---

<sup>8</sup> Apud REIS, Ana Carla Fonseca, op. cit., p. 164.

plásticas e as doações de acervos para bibliotecas públicas e para museus (4% do IR com base no lucro real das pessoas jurídicas).

Para os demais vale a regra geral dos benefícios da Lei nº 8.313. A Lei do Audiovisual estipula uma alíquota de dedução de 125%. O governo considerou que determinadas áreas setoriais da cultura, excluindo-se cinema e vídeo, eram prioritárias no desenvolvimento de projetos culturais e resolveu dar incentivo extra a seu fomento.

Para isso, editou a lei 9.874/99, que ampliou para 100% o abatimento de transferências destinadas para estes projetos.

Essa determinação significou que os contribuintes interessados em incentivar projetos nessas áreas foram desobrigados de ter qualquer contrapartida de recursos próprios, e que o governo, em vez de estabelecer as aclamadas parcerias com o setor privado, passou a absorver sozinho todos os custos com investimentos feitos pelas empresas nessas áreas.

Mais do que isso, as empresas ainda ganham, no caso de patrocínio, vantagens em propaganda e promoções, ao poderem utilizar em caráter gratuito até 20% do projeto em comunicação (sendo este o limite permitido por lei para gastos com mídia com projeto) e usufruir até 25% dos produtos culturais gerados (livros, ingressos, etc.) para distribuição promocional a quem lhes prouver.

Patrocinar um projeto cultural nestes termos tornou-se algo muito convidativo, por ser um ótimo negócio. Principalmente para as empresas que vêem na cultura um campo de atuação, ou melhor, investimento gratuito e com grande retorno de imagem e marca.

Isto é gritante no caso específico da indústria cinematográfica brasileira, onde é possível deduzir 100% do valor de patrocínio do imposto e ainda 25% como despesa operacional. Para conseguir, então, R\$ 60 destinados ao caixa do filme, são gastos R\$ 125,00 de dinheiro público, sem qualquer contrapartida privada<sup>9</sup>.

Isto significa que, nas suas atuais concepções, a Lei Rouanet e a Lei do Audiovisual propiciam uma administração pouco responsável e sem estratégia dos recursos públicos, uma vez que, concretamente, os projetos são financiados pelo dinheiro dos impostos devidos à União. Pode-se dizer que o Estado transferiu às empresas recursos de sua responsabilidade, sem exigir que:

---

<sup>9</sup> Ver anexo 03.

1) os investimentos feitos garantissem o interesse público. Basta lembrar que 75% dos patrocínios beneficiam projetos do Sudeste<sup>10</sup>, região que concentra não somente o maior número de empresas como também as grandes empresas; e que geralmente os projetos atendem o interesse do público alvo da(s) empresa(s) patrocinadora(s), dentro de uma estratégia de marketing institucional, beneficiando assim uma pequena parcela dos cidadãos brasileiros;

2) os investimentos garantissem o acesso pleno e gratuito do público. Quando, por exemplo, uma exposição de arte, que pode ser integralmente produzida por meio de patrocínio, é aberta no MASP, o público visitante tem que pagar o ingresso, preço este que muitas vezes excede um valor condizente com a realidade econômica da maioria dos brasileiros, para vê-la, sem ter direito a descontos ou ainda a um dia de gratuidade por semana. Ora, se nas suas essências as Leis visam a fomentação e a democratização da cultura, isto não é um contra-senso? Indo mais longe, a concentração de projetos na região Sudeste não deve ser percebida como exclusão de uma grande parte da população à cultura?

3) as empresas justificassem tal isenção. Ao invés de estimular investimentos na área cultural, o Estado permitiu que as empresas fossem isentas sem contrapartidas, o que poderia se considerar, no mínimo, uma irresponsabilidade fiscal do governo.

4) todas as formas de cultura e suas respectivas expressões fossem contempladas, isto é, apoiadas, valorizadas e difundidas com equidade. A diferença de isenções previstas na Lei Rouanet e na Lei do Audiovisual é, de cara, o primeiro exemplo desta desigualdade;

5) o pluralismo e os valores da cultura brasileira fossem preservados, como deveriam obrigatoriamente ser. O patrocínio empresarial, por focar de forma estratégica suas ações, não contempla conseqüentemente a diversidade e a multiplicidade das demandas culturais da sociedade;

6) a integralidade dos recursos fosse alocada exclusivamente aos projetos patrocinados. Ao contrário, criou-se espaço para intermediários (por muitos considerados como atravessadores), os famosos captadores de recursos, que embolsam 10% do dinheiro captado. Este é um ponto muito grave, uma vez que dificulta a transparência do processo como um todo e impede que as negociações

---

<sup>10</sup> Ver anexo 04.

possam ser feitas de forma horizontal e democrática. Um agente externo ao meio cultural, por ter contatos com o mundo empresarial, é beneficiado diretamente com dinheiro público, sem agregar nenhum valor real ao projeto pelo seu trabalho .

A lista das considerações que podem ser feitas a esta política do Estado é longa, uma vez que ela é demasiadamente flexível e permissiva, ao contrário da rigidez da legislação que trata das imunidades ou isenções das sociedades civis sem fins lucrativos voltadas para a cultura.

É verdade que muitos projetos de qualidade foram feitos por meio das Leis de Incentivo Fiscal. É verdade, também, que a vida cultural nacional ganhou uma dinâmica até então desconhecida.

Porém, não se pode olvidar que muitos projetos de conteúdo duvidoso e nem sempre relacionados diretamente à cultura puderam ser realizados; assim como a dinâmica da vida cultural se polarizou em áreas geográficas específicas. Devemos lembrar ainda que, citando as artes plásticas, a maior parte dos patrocínios significativos são alocados para projetos cujo produto é estrangeiro (exposição Miró, Dali, Monet).

Se fizermos um balanço deste sistema de financiamento à cultura, observamos distorções gritantes que colocam em xeque a idéia de que o país tem uma política cultural focada, pensada e dirigida a todos os brasileiros e que cria ferramentas eficazes como as Leis de Incentivo para atingir os seus objetivos.

O que pode parecer no papel uma forma louvável de parceria entre Estado, Mercado (empresas) e Sociedade Civil (proponentes e público), beneficiando o pleno exercício dos direitos culturais dos cidadãos, se revela na prática uma vulgar ferramenta mercadológica que beneficia majoritariamente, com recursos públicos, as estratégias de marketing das empresas.

A questão hoje é reavaliar e (re) direcionar tal política, instituindo critérios coerentes, éticos e transparentes para promover a cultura e a cidadania para todos, contemplando todos os objetivos firmados pelo princípio do interesse público. E aproveitar esta alteração de rumo para, sempre por meio das Leis de Incentivo, instigar efetivos investidores privados, induzindo uma cultura empresarial que investe voluntariamente dinheiro privado (sem dedução total) em prol de uma melhor qualidade de vida e de uma sociedade consciente de suas expressões culturais,

aperfeiçoando os mecanismos de incentivo estatais para o pequeno realizador, o que possibilitaria uma produção lo

## CAPITULO SEGUNDO

## 2. MODELO DE INCENTIVO CONSAGRADO PELO GOVERNO BRASILEIRO.

A atuação do Governo Fernando Henrique Cardoso na área cultural foi marcada, entre outras coisas, pela consolidação do Ministério da Cultura e pelo desenvolvimento de uma política cultural fortemente embasada nas leis de incentivo fiscal à cultura.

O órgão, que havia sido fundado em 1985 e durante o governo Fernando Collor foi rebaixado à condição de secretaria, só no governo Itamar Franco voltou a ter uma pasta na Esplanada dos Ministérios, tendo à frente o professor Antônio Houaiss, membro da Academia Brasileira de Letras.

Mas até aquele período, o Ministério da Cultura ainda não tinha a estabilidade necessária ao desenvolvimento de uma política cultural coesa.

No período FHC, o MinC apoiou a realização de 10.500<sup>11</sup> projetos, por meio das leis de incentivo fiscal, em que as empresas deduzem do Imposto de Renda parte do dinheiro (ou em alguns casos o total) investido na cultura.

Além disso, o Ministério participou diretamente de mais 18 mil projetos, por meio das fundações ligadas a ele. No total, esses 28.500 projetos receberam, cerca de R\$ 3,3 bilhões, provenientes do orçamento do MinC e da iniciativa privada.

Acompanhando a tendência política de privatizar a economia, o governo do Presidente Fernando Henrique Cardoso alinhou os mecanismos de incentivos fiscais com a participação da iniciativa privada, como se estivesse deixando de lado a responsabilidade do subsídio estatal à indústria cinematográfica. Parece que, agindo desta forma, desejava criar nos empresários o hábito de investir em cultura.

Interessante notar que os recursos oriundos destes mecanismos não resultam em investimentos diretos da iniciativa privada, pois o dinheiro que determinada empresa destina ao projeto cultural pertence ao fisco, fazendo com que o poder público pague, indiretamente, pela totalidade dos gastos.

---

<sup>11</sup> Ministério da Cultura, disponível em <[http://www.cultura.gov.br/politicas/dados\\_da\\_cultura/economia\\_da\\_cultura/index.php?p=10161&more=1&c=1&pb=1](http://www.cultura.gov.br/politicas/dados_da_cultura/economia_da_cultura/index.php?p=10161&more=1&c=1&pb=1)> acesso em 22/04/2005.

## 2.1. SISTEMA DE POLÍTICAS PÚBLICAS PARA INCENTIVOS A CULTURA

A política cultural, na concepção de Goldbard Adams, renomado sociólogo da fundação Rockefeller, é:

*um conjunto de valores, princípios, instrumentos e atitudes que guiam a ação do governo na condução das questões culturais, no sentido de defender e preservar a identidade de um povo; democratizar o acesso a cultura e promover a diversidade cultural*<sup>12</sup>

A importância de uma política cultural claramente definida é reconhecida quando se considera a cultura como um dos pilares do desenvolvimento da sociedade, promovendo a identidade de um povo, incentivando sua criação e participação, oferecendo um cimento único e multifacetado, onde o respeito diversidade é pressuposto básico de existência.

A necessidade de uma política cultural repousa no fato de que a produção da cultura nos seus diferentes aspectos não será garantida se deixada, exclusivamente, solta as forças do mercado, tendo sua diversidade prejudicada, assim como sua distribuição e consumo, não ocorrerão da forma socialmente mais desejável, ou seja, será não democrática.

Uma das principais críticas que têm sido feitas à política de incentivo vinculada a renúncia fiscal é o uso excessivo das leis de incentivo no lugar de uma atuação mais direta do Ministério da Cultura.

O problema é que essas leis carregam algumas distorções, não em suas características de legalidade, mas na eficácia para o qual são produzidas.

Como o investimento é determinado pelas empresas, os projetos que não atendem à estratégia de marketing empresarial, ou que de alguma forma não podem ser úteis a nenhuma empresa, estão teoricamente excluídos da possibilidade de obter financiamento, ainda que tenham notável qualidade artística.

---

<sup>12</sup> Apud REIS, Ana Carla Fonseca, op. cit., p. 140

Se observarmos os dados do MinC, vemos que essa exclusão é manifesta na concentração dos recursos das leis de incentivo no eixo Rio-São Paulo, que recebe 85% desses recursos<sup>13</sup>. Por isso os criadores acabam por direcionarem seus projetos para o departamento de *marketing* das empresas, vislumbrando o investimento futuro que poderiam receber.

Mesmo engessando a criação, a oferta de financiamento cultural durante os oito primeiros anos das primeiras leis de incentivo foram abundantes, se comparados com seus mecanismos de fomentos anteriores.

Com a retomada da produção audiovisual na metade da década de 90, centenas de filmes reocuparam parte, ainda que mínima, da cadeia de exibição do país e reinseriram nosso cinema no mapa-múndi; surgiram diversos centros culturais privados, alguns deles administrados e programados com competência nunca vistos antes.

Entretanto, a exuberância, no varejo, não redime uma grande omissão no atacado: em 8 anos de governo FHC não se formulou nem implementou nenhuma política cultural de caráter duradouro e eficaz que vislumbrasse as necessidades regionais e aspectos econômicos de uma região.

Ou seja, faltou o principal: uma visão estratégica do papel do Estado no campo cultural de uma sociedade inserida no mundo globalizado, traduzida em planos de ações gerais e específicos para os diversos segmentos culturais, populacionais, geográficos etc.

O atual sistema de incentivo não possui um projeto de desenvolvimento cultural que traduza seu respeito pela diversidade cultural brasileira. Acoberta a falta de idéias para o setor com um sistema de financiamento baseado na dedução integral no imposto, que subverteu o princípio elementar do incentivo fiscal, que é o de usar o dinheiro público para estimular o investimento privado.

Tornou as leis de incentivos apenas repassadoras do numerário público, condenando o meio cultural a peregrinar pelas empresas em busca de recursos do erário que deveriam estar disponíveis em fundos de financiamento direto.

Há mais de uma década, fatores de mercado induzem as empresas a associarem suas marcas a ações de interesse público em múltiplos campos. O patrocínio tornou-se uma estratégia eficaz para atingir objetivos institucionais,

---

<sup>13</sup> Ver anexo 04.

promocionais e de relacionamento, canalizando recursos de comunicação empresarial para projetos comunitários, ambientais, esportivos e culturais. Em 2001, os patrocínios no planeta movimentaram nestas áreas US\$ 23,6 bilhões, sem contar os recursos das fundações e instituições empresariais.

Este investimento é impulsionado pelo desgaste da publicidade e da promoção convencional que requer canais diferenciados e segmentados de envolvimento; pela valorização das ações que irradiam atributos desejados pelas marcas; pela expansão do senso de responsabilidade social nas empresas que beneficia as formas de comunicação éticas e de efeito residual positivo para os consumidores-cidadãos.

No Brasil, a combinação destes fatores já fazia florescer a participação empresarial na cultura, antes mesmo da existência do incentivo fiscal, implantado pela Lei Sarney, em 1986, sucedida pela Lei Rouanet, a partir de 1991, ambas regidas pelo princípio da dedução parcial. Ou seja, estimulavam as empresas a investirem recursos próprios, permitindo que uma parcela do patrocínio fosse resgatada pela redução do seu imposto de renda.

Até que surgiu a Lei do Audiovisual, em 1993, com a surreal alíquota de 125% de dedução, permitindo com que a empresa não só pudesse abater integralmente o valor investido na aquisição de cotas de filmes, como ainda lançá-lo como despesa, reduzindo, indiretamente, mais imposto.

Por escapar a qualquer lógica era evidente que a fórmula fora implantada por ignorância: confundiu-se dedução da renda bruta com dedução do imposto a pagar. Mas como a aplicação, na época, era limitada a 1% do imposto a pagar, a Lei não produziu efeitos eficazes e não provocou maiores danos.

Importante ressaltar que a Lei Rouanet não era uma mera lei de incentivo fiscal. Ela instituiu o Programa Nacional de Apoio à Cultura, com a finalidade de captar e canalizar recursos para o setor por três mecanismos: o Fundo Nacional da Cultura - FNC; o Fundos de Investimento Cultural e Artístico - FICART e o Incentivo a Projetos Culturais, este sim voltado ao patrocínio.

Era evidente, quando da concepção do instituto legal, que os formuladores da Lei Rouanet tinham consciência de que um sistema de financiamento à cultura não se sustenta em um único pé.

A Lei estabelecia o princípio do fundo público, o FNC, essencial para viabilizar ações de mérito cultural que não encontram abrigo no mercado. Na ponta oposta, estimulava, pelo FICART, as atividades culturais lucrativas, proporcionando benefícios aos seus investidores. E por último, oferecia incentivo fiscal para o patrocínio e a doação privada, na parte da Lei que a tornaria conhecida.

O Ministério da Cultura de FHC manteve o FICART paralisado e não regulamentou o acesso ao FNC, distribuindo os recursos deste fundo sem critério e sem transparência. E na falta de programa e planejamento, tentou-se o sucesso no terceiro instrumento apresentado na lei Rouanet, do incentivo fiscal.

Aprimorou pontualmente sua operacionalidade e ampliou seu limite de aplicação de 2% para 5% do imposto a pagar das empresas. Mas manteve a contrapartida de recursos da empresa entre 70% e 60%, permitindo a dedução entre 30% e 40% do valor patrocinado ou doado.

Sem corrigir a estranha dedução de 125% da Lei do Audiovisual, colocou-a em movimento, ampliando em 200% seu limite de aplicação, que passou de 1% para 3% do imposto a pagar.

A soma da dedução fiscal com as comissões cobradas por agenciadores e a revenda dos certificados promovidos legalmente pelas empresas, que perceberam que poderiam leiloar suas disponibilidades fiscais entre os produtores interessados nos recursos, atingia mais de 50% do valor da operação.

Pela aritmética da Lei do Audiovisual, para que R\$ 60 cheguem ao caixa do filme, se consomem R\$ 125 de dinheiro público, sem qualquer contrapartida privada<sup>14</sup>

Foi por este processo irracional que o governo FHC financiou o renascimento do cinema brasileiro. E o pior estava por vir. Com a Receita Federal limitando a soma dos incentivos fiscais a 5% do imposto a pagar e a Lei do Audiovisual consumindo 3% de um número crescente de empresas, restaram somente 2% para aplicação na Lei Rouanet, que cobria todas as áreas culturais, incluindo o próprio cinema, que dela também se valia.

Sem referência histórica de financiamento público, nem compreensão da lógica do patrocínio empresarial, grupos organizados de diversos segmentos artísticos passaram a pressionar o governo para que a Lei Rouanet oferecesse

---

<sup>14</sup> Ver anexo 03.

dedução integral no imposto. Mesmo ciente das distorções da Lei do Audiovisual, o MinC decidiu estender seus vícios. Em 1997 legalizou 100% de dedução para o patrocínio em quatro segmentos e, em 2001, a praticamente todos os demais.

Talvez por não dispor de um projeto de desenvolvimento para o setor, o MinC de FHC renunciou à função de induzir processos culturais.

Ao transferir para as empresas recursos e responsabilidades do Estado, cometeu múltiplos equívocos: investiu dinheiro público sem a efetiva garantia de atender ao interesse público; não formou reais investidores privados e deformou o mercado de patrocínio, inculcando na cultura empresarial a isenção sem contrapartida.

É necessário que as empresas apliquem seu próprio dinheiro e tenham a liberdade de escolher os projetos que melhor atendam seus interesses. Só assim esse investimento faz sentido.

O patrocínio empresarial atende um número expressivo de ações, mas não contempla a diversidade e extensão das demandas culturais de uma sociedade. Por isso, é fundamental que o Estado disponha de linhas de investimento direto.

Os investimentos estão concentrados nos grandes centros econômicos do país e boa parte beneficia uma parcela pequena da sociedade, mantendo à margem uma vasta população de excluídos culturais; dispense-se volumes expressivos de recursos em produções artísticas que não circulam e se esgotam em poucas exposições para poucos; a rede de instituições culturais públicas está estruturalmente insolvente,

O patrimônio histórico e artístico nacional padece de sustentabilidade; grupos culturais independentes não dispõem de recursos institucionalizados para manutenção, pesquisa e intercâmbio; a produção editorial está confinada a uma ínfima rede de livrarias e a uma elite de leitores; o modelo de produção audiovisual é cronicamente inviável.

## **2.2 DA RENUNCIA FISCAL COMO INCENTIVO AO AUDIOVISUAL**

As leis de incentivo são instrumentos nos quais o governo disponibiliza um montante de arrecadação, da qual abrirá mão, a agentes de iniciativa privada que investirem em projetos culturais previamente aprovados pelo governo, organizados

pela iniciativa privada ou pelo próprio governo, ou ainda que direcionarem recursos aos fundos de cultura, já que são custeados, total ou parcialmente, por meio de verbas que são deduzidas dos impostos a pagar por pessoas físicas ou jurídicas que se interessem por eles.

Das principais formas de incentivos, a mais utilizada pelo setor privado é o patrocínio, definido pela Lei Rouanet:

*Art. 23. Para os fins desta Lei, considera-se:*

*II - patrocínio: a transferência de numerário, com finalidade promocional ou a cobertura pelo contribuinte do Imposto sobre a Renda e Proventos de Qualquer Natureza, de gastos ou a utilização de bem móvel ou imóvel do seu patrimônio, sem a transferência de domínio, para a realização, por outra pessoa física ou jurídica de atividade cultural com ou sem finalidade lucrativa prevista no artigo 3º desta Lei.*

O patrocínio está ligado à forma de divulgação da empresa do seu composto de marketing. Dele espera-se que atinja objetivos comerciais: um melhor conhecimento da marca, publicidade gratuita, aumento de lealdade dos funcionários, propaganda institucional. O patrocínio deve ter um retorno comercial e o patrocinador deve receber pelo valor em dinheiro, como qualquer outra forma de comunicação. Pressupõe-se um retorno de investimento, conforme a defende a *Association for Business Sponsorship of the arts (ABSA)*<sup>15</sup>

Tal entendimento faz da obra audiovisual um produto como outro qualquer a ser vendido no mercado. Empresas passam a tratar o cinema exclusivamente como relação de compra e venda comum, indiferente aos aspectos culturais e democráticos de acesso aos seus resultados.

Da mesma maneira que cumpre um papel de destaque no incentivo a produção audiovisual, tendo em vista os antecedentes históricos dos mal sucedidos mecanismos governamentais, elas nem sempre parecem concatenar-se com uma política cultural clara.

Há uma aparente incoerência apresentadas no objetivo de democratização do acesso a cultura com a busca de parceria entre setores públicos e privados; à

<sup>15</sup> *Association for Business Sponsorship of the arts, "ABSA Sponsorship Manual", Londres, abril de 1997*

confusão instaurada entre política cultural e leis de incentivo a cultura; a falta de articulação entre as leis das três esferas governamentais; a ausência de avaliação do mérito do projeto; e, especialmente, com relação as leis estaduais e municipais, a falta de divulgação da existência das leis e seus mecanismos de funcionamento.

### **2.3 ACESSO A CULTURA E DEMOCRACIA.**

Por não apresentarem restrições ao caráter lucrativo do projeto e por não impor limites de preço à entrada do evento ou ao preço do produto cultural, grande parte das leis de incentivo do país acabam empregando dinheiro público para apoiar projetos financiados por muitos, mas restrito a poucos espectadores, já que estão disponibilizados a preços inaccessíveis a maioria da população.

O fato de uma parcela de a população ser menos ativa na vida cultural não significa que possa ser ignorada, o que é no mínimo estarrecedor quando a conta do projetos é rateada entre todos.

Na cidade de São Paulo, por exemplo, segundo dados da secretaria municipal de cultura, a lei de incentivo fiscal municipal concedeu em 2001 dedução fiscal de R\$ 1.000.000,00<sup>16</sup> a eventos artísticos, cujo ingresso mais barato custava R\$ 30,00. Uma análise correta quando é feita sobre o audiovisual.

Obras realizadas com o apoio de incentivos fiscais são exibidas em salas cujo ingressos variam de R\$ 8,00 à R\$ 15,00, tornando o hábito de assistir um lazer caro e desmedido, considerando a capacidade econômica do brasileiro.

O legislador pátrio não previu a gratuidade do acesso ao produto audiovisual financiado pelo erário público às classes desfavorecidas, tampouco impôs restrições a abusos cometidos por produtoras que objetivam somente o lucro ao final da realização da obra.

---

<sup>16</sup>Ministério da Cultura, Os gastos públicos com cultura no Brasil. em [http://www.cultura.gov.br/politicas/dados\\_da\\_cultura/economia\\_da\\_cultura/index.php?\\_sao\\_paulo=>](http://www.cultura.gov.br/politicas/dados_da_cultura/economia_da_cultura/index.php?_sao_paulo=>) acesso em 04/01/2005.

## CAPITULO TERCEIRO

### 3.1 A QUESTÃO DO ESTADO E DA INICIATIVA PRIVADA COMO FOMENTADORES DA INDÚSTRIA DO AUDIOVISUAL.

Para obter vantagens associadas ao *marketing* cultural, a empresa apenas não paga nada, como ainda recebe propaganda e produtos para ações promocionais.

É uma exorbitância que o Tesouro arque com todo o custo do projeto, já que o governo apregoa é a busca de uma parceria entre os setores público e privado.

A situação é mais agravada quando o abatimento de 100% também se aplica a investimentos, ou seja, aos projetos que prevêm participação do incentivador nos lucros.

O investimento pressupõe riscos, mas na tal forma como esse investimento é praticado, o investidor é dispensado de arcar com qualquer prejuízo, mas tem participação sobre os lucros, se gerados.

O fato é lamentável, já que o financiamento de projetos com recursos públicos deveriam não privilegiar a aversão a riscos dos investidores .

Existe, porém, uma exceção notável. A Lei de Incentivo do Estado da Bahia promove um esquema interessante de estímulo à uma real parceria entre os setores públicos e privados, estabelecendo percentuais distintos para a dedução fiscal, conforme o incentivo seja classificado como investimento, patrocínio ou doação.

Complementarmente, estabelece percentuais de incentivos variáveis, conforme a faixa de valor em que o projeto se encontre. Quanto mais alto for o orçamento do projeto, menor será o percentual de participação do setor público e vice-versa. Se a empresa é investidora, deve investir.

Ser investidor com o dinheiro publico sem correr nenhum risco ou gerar contra partida, não classifica uma empresa como investidora e sim como aproveitadora, já que simplesmente aproveitaria um jogo fiscal proposto e validado pelo governo.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> Ver anexo 03.

## **DAS LEIS DE INCENTIVO COMO FERRAMENTA DE POLÍTICA CULTURAL.**

Outra crítica que se faz é ao fato de várias leis não serem tratadas como ferramentas de políticas culturais, mas como a própria política cultural em si.

O discurso corrente dos governos é de que as leis de incentivos culturais vem sendo bem sucedidas, já que tantos projetos foram aprovados, (dos quais um número significativo foi incentivado), lastreados por uma dotação orçamentária sempre crescente.

A preocupação declarada pelo governo não deveria ser simplesmente com a oferta cultural bruta, mas sim com a forma pela qual essa oferta responde aos preceitos da própria política cultural.

Na grande maioria dos casos o objetivo traçado pela lei parece ser unicamente o de promover a realização de projetos culturais.

Mas quais devem ser as linhas diretrizes desses projetos para que atendam aos objetivos da política cultural? Como estabelecer critérios suficientemente transparentes para que possam ser avaliados após a execução dos projetos, já que o número dos projetos incentivados não é e nem pode ser o melhor indicador.

Uma das saídas encontradas parece ser a regionalização dos incentivos. Parcerias regionais para a realização de oficinas culturais com objetivos cooperativistas, visando o aprimoramento tecnológico e formadores de perfis para os pequenos realizadores. Criar um mercado pequeno, mas assíduo de frequentadores de salas de exibição, retirando o monopólio das grandes distribuidoras a exclusividade das salas de *shopping centers*, e oferecer acesso barato e de qualidade.

### **3.3 A CONCENTRAÇÃO REGIONAL DOS PROJETOS APROVADOS.**

É fato que a concentração de projetos culturais incentivados nas regiões mais ricas do país é um reflexo das distorções econômicas e sociais que, aliás, são muito anteriores à criação de qualquer lei de incentivo<sup>18</sup>.

---

<sup>18</sup> Ver anexo 04.

Mas as leis, sobretudo federais e estaduais, poderiam ser utilizadas para minimizar essas distorções, já que uma região economicamente desfavorecida pode ser culturalmente riquíssima. Isso seria viabilizado ao estabelecer cotas de renúncia fiscal por região.

Nas que já têm um mercado cultural desenvolvido ou que são particularmente interessantes à iniciativa privada, a ponto de o teto de renúncia fiscal nacional já ter sido atingido, os benefícios do investimento privado em cultura já deveriam estar suficientemente claros, para que não fosse necessário alavancá-los com parcela proporcionalmente tão generosa de recursos públicos.

A descentralização dos órgãos de fomentação distribuiria de forma justa os recursos destinados aos incentivos, trazendo uma leitura local para as obras.

Com a globalização, a influencia massificante de linguagens comunicativas comuns em se tornando uma certeza que, ao mesmo tempo em que gera uma sensação de uma cidadania-planetária de uma sociedade mundial, ela gera ruídos ensurdecadores na cultura de um país. Domenico de Mais, em *O futuro do trabalho* traduz de forma clara a nova concepção cultural da atualidade:

*A essa dialética da globalização corresponde a esquizofrenia que sempre acompanha as revoluções épicas: de uma parte a embriaguez, da ubiqüidade; de outra, o impulso de procurar segurança no apego ao lugar e as raízes*<sup>19</sup>

Incentivar o debate, a criação e a profissionalização de pessoas nas diversas regiões do território transformaria a indústria cinematográfica e os produtores culturais em agentes modificadores de cidadãos, ao passo que contrapõe a crítica principal do processo de globalização:

Ao mesmo tempo ela libera o trânsito de cultura nacionais das fronteiras geográficas, põe em riscos as tradições, os valores e tradições milenares, solapadas pelo peso da hegemonia cultural de algumas potências e, em especial, a dos Estados Unidos, que se vale de sua avassaladora estrutura de produção

---

<sup>19</sup> MASI, Domenico de, *O futuro do trabalho*, 3. ed. Brasília: José Olympio Editora, 1999.

cinematográfica como espécie de cavalo de tróia para a transmissão de sua própria cultura.

Determinados países têm criado mecanismos de proteção à cultura nacional, como é o caso da França, que encabeça a chamada a defesa da denominada exceção cultural, movimento que prega a restrição à invasão cultural a elementos estranhos aos valores nacionais, em resposta ao onipotente mercado cultural norte-americano.

Receosos de que também na área cultural o chamado neoliberalismo minasse os alicerces da identidade nacional, a exceção cultural foi validada como recusa a igualar a cultura à condição de um tipo qualquer de mercadoria, consignado pelo discurso do então Ministro da Cultura Francesa na ONU, Jack Lang, durante a conferência da Unesco sobre política cultural em 1982:

*a criação artística cultural é hoje vítima de um sistema de dominação financeira internacional contra o qual é necessário estar organizado. Sim à liberdade, mas qual a liberdade? A liberdade da raposa no galinheiro, que pode devorar as galinhas indefesas a seu prazer?*<sup>20</sup>

Este é o conflito a ser superado na atual conjuntura do mercado cultural. Como estabelecer critérios a indústria cultural nacional de forma a permitir que produtos importados não oprima seu sucesso e, ao mesmo tempo, aceitar o diálogo entre a diversidade mundial.

Ao mercado, políticas protecionistas não lhes interessam, pois o mercado externo é o que oferece segurança maior a seus investimentos, devido a solidificação de sua indústria cultural.

Mais uma vez, o Estado deve se fazer presente para que uma divisão igualitária de oportunidades.

---

<sup>20</sup> ADAMS, Ron e GOLDBARD Arlene. *Creative Community – the art of cultural development*. apud REIS, Ana Carla Fonseca Reis, op. cit pág. 24.

### 3.4 DIÁLOGO ENTRE AS LEIS FEDERAIS, ESTADUAIS E MUNICIPAIS.

Reflexo de uma falta de articulação clara da política cultural nacional que permita a integração entre as políticas culturais dos diferentes níveis de articulação do governo, cada esfera (federal, estadual, municipal) procedeu como vimos à criação de suas próprias leis de incentivo de forma isolada, resultando em um emaranhado fragmentado de leis de incentivo.

Em absolutamente nenhum dos textos de lei estudados neste trabalho é feita referência a uma articulação entre as leis federais, estaduais e municipais.

Na melhor das hipóteses, as leis especificam que os recursos obtidos com outras leis devem ser mencionados na apresentação do projeto, evitando assim que a soma dos recursos obtidos com as diferentes leis ultrapasse o valor do projeto.

A falta de um alinhamento claro das diretrizes culturais entre as esferas do governo gera uma dispersão de grandes proporções nos recursos públicos injetados no setor cultural e na sinergia que, se não as políticas culturais, ao menos as leis, orquestradas em conjunto, poderiam gerar.

É tão mais surpreendente que não haja uma concatenação de objetivos, ao ser possível a um mesmo projeto usufruir simultaneamente de distintas leis, conforme mencionado no decreto regulamentador da Lei 10.923/90 (conhecida por Lei Mendonça ) do município, de São Paulo, em seu art. 35, §2:

*[...]Não se considera duplicidade ou paralelismo a agregação de recursos nos diferentes níveis de governo para cobertura financeira do projeto, desde que o somatório das importâncias captadas nas várias esferas não ultrapasse o seu valor tota[...].*

Em se tratando de leis relativamente novas e sendo possível prever a criação de várias outras nos anos por vir, seria desejável que o estabelecimento de um processo de articulação entre as três esferas do governo fosse garantido o mais prontamente.

## **AUSÊNCIA DE AVALIAÇÃO QUALITATIVA DOS PROJETOS APROVADOS.**

De acordo com a maioria das Leis em vigor, a comissão de avaliação dos projetos deve analisar sua viabilidade técnica (orçamentos, cronogramas, coerência contábil e fiscal, etc.) e sua adequação aos termos da lei, exclusivamente, subtraindo-se suas qualidades e importâncias culturais e representativas.

Deste modo, a atual política cultural reconhece como contribuição real para a comunidade apenas os aspectos técnicos da obra, transferindo para a iniciativa privada a total responsabilidade pela garantia da qualidade artística dos projetos que serão financiados com recursos públicos.

Se um determinado projeto for de qualidade artística questionável e de contribuição cultural duvidosa, embora seja comercialmente interessante, será financiado, total ou parcialmente, pela renúncia fiscal, o que é no mínimo lamentável. Mesmo quando citado em algumas leis que o projeto deve ser relevante, o conceito é tão pouco avaliativo que pode não sair do papel.

O julgamento de projetos por parte de uma comissão garantiria um patamar mínimo de qualidade dos projetos oferecidos à sociedade. Para assegurar a representação democrática dessa sociedade, a comissão de avaliação poderia ser constituída, por membros não só dos setores públicos e dos círculos culturais e intelectuais reconhecidos, como também de outros setores da sociedade, além de estabelecer a participação de cidadãos normais, leigos, que representariam em última instância o público final dos projetos avaliados.

## CAPITULO QUARTO

#### 4. ASPECTOS GERAIS DO PRINCÍPIO DO INTERESSE PÚBLICO.

Inicialmente, procuraremos fazer um breve comentário acerca da importância dos princípios não só como método para uma adequada aplicação da lei, mas também como medida decisiva para uma interpretação e compreensão sistemática da ciência jurídica como um todo.

Consignada essa ressalva de caráter preambular, faremos uma sucinta exposição dos elementos fundamentais à construção do ordenamento jurídico, para, logo após, ingressarmos na temática de fundo, atinente ao exame do princípio do interesse público, sendo esta a justificação teleológica em que se fundamenta o ente estatal quando se utiliza dos mecanismos de renúncia fiscal, desfazendo-se de capital oriundo da tributação, e destinando esses recursos para a indústria audiovisual.

Entendemos que tais aspectos preliminares são relevantes na medida em que, mais importante do que compreender qual a definição de "interesse público" no âmbito do Direito, é dimensionar qual a relevância que assume uma visão principiológica do ordenamento jurídico.

De forma que não adianta conceituar interesse público sem realçar, com a devida ênfase, a força da incidência de suas conseqüências.

De modo que, lidando diretamente com a temática proposta, no intuito de cumprir satisfatoriamente com o mister do qual nos incumbimos, recorreremos às ponderações que a doutrina nacional faz a respeito do assunto.

De outro lado, com amparo nesses conhecimentos dogmáticos, não poderíamos deixar de externar uma leitura própria sobre o assunto proposto, observação direcionada aos aspectos que, ao nosso sentir, se afiguram mais relevantes para uma adequada compreensão da matéria.

A compreensão do ordenamento jurídico como sistema foi gradualmente sendo disseminada em nosso país, tendo atingido seu ápice fundamentalmente após a promulgação da Constituição Federal de 1988.

Vencidas as resistências históricas remanescentes, a compreensão de que as normas constitucionais são hierárquica e axiologicamente superiores em relação às

demais espécies legislativas, e de que os princípios devem informar e iluminar a interpretação e aplicação da lei em sentido estrito, embora longe de se constituir em novidade, no nosso modesto entendimento, somente ficou evidenciada após a Carta Federal que, antes de tudo, foi uma "Carta de Princípios".

Isso fundamentalmente porque a diversidade e peculiaridades das situações que o cotidiano nos apresenta, somada ao significativo aumento do número de demandas em razão da facilidade de acesso ao Judiciário e que bom que assim seja - revela ser tarefa impossível querer disciplinar todas as situações da vida prática que têm a potencialidade de gerarem conflitos de interesses que oportunamente serão levados à apreciação do Poder Judiciário, por mais que o legislador pátrio tenha uma indisfarçável e confessa vocação para o casuísmo.

Neste aspecto, são os princípios que resolvem determinados casos em que existem lacunas normativas que necessariamente devem ser colmatadas pelo intérprete e pelo julgador, especialmente em relação a este último, a quem a lei não permite denegar jurisdição.

Ao lado disso, cresce a importância dos princípios como veículo para a transmissão dos valores e das escolhas entendidas como relevantes num determinado tempo, no seio de uma certa sociedade, cujo alcance e aplicação não só é capaz de abranger um número indiscriminado de situações, como imprescindível para aplacar o conflito entre normas e, via de consequência, preservar a lógica e coerência interna de cada ordenamento jurídico.

Ressalta-se, é através da escorreita aplicação dos princípios que, ao invés de um emaranhado de leis, pode-se idealizar a construção de um genuíno sistema jurídico com alguma cientificidade, justamente porque os princípios são diretrizes com alto grau de abstração que subsidiam não só a hermenêutica jurídica como possuem marcante ingerência sobre a própria ordem normativa, vez que também estão impregnados de força normativa. Corroborando este entendimento, o jurista italiano NORBERTO BOBBIO aduz o seguinte comentário:

*"Para sustentar que os princípios gerais são normas os argumentos vêm a ser dois, e ambos válidos: antes de mais nada, se são normas aquelas das quais os princípios gerais são extraídos, através de um procedimento de generalização sucessiva, não se vê por que não devam ser normas também*

*eles: se abstraio de espécies animais obtenho sempre animais, e não flores ou estrelas. Em segundo lugar, a função para a qual são abstraídos e adotados é aquela mesma que é cumprida por todas as normas, isto é, a função de regular um caso. E com que finalidade são extraídos em caso de lacuna? Para regular um comportamento não-regulamentado: mas então servem ao mesmo escopo a que servem as normas expressas. E porque não deveriam ser normas?".<sup>21</sup>*

Portanto, os princípios servem de instrumento para uma percepção unitária e sistemática do direito, razão pela qual, certa feita, já se disse, aliás, com extremo acerto e maestria<sup>22</sup>.

Visto que o princípio do interesse público é uma dos pilares de sustentação do nosso Direito, cumpre declinar, ainda que superficialmente, alguns dos institutos sobre os quais o aludido princípio irradia seus efeitos.

Até mesmo porque a definição jurídica do interesse público deve encontrar correspondência no direito positivo para que se afigure útil e servível ao estudo do Direito.

A segundo parte do pressuposto de que a administração possui poderes-deveres , ou seja, são concedidos determinados poderes a esta como meios para o alcance de uma finalidade previamente estabelecida , que é defesa do interesse público, da coletividade como um todo e não da entidade governamental em si mesma considerada.

São poderes que ela não pode deixar de exercer, sob pena de responder pela omissão, ao mesmo tempo em que devem ser exercidos sem excesso, o que se caracterizaria em abuso.

Deste princípio decorre o princípio da titularidade irrenunciável da prestação de serviços públicos pelo Poder Público, ainda que delegável a execução dos mesmos ( art. 175, CF), limitação da atuação dos Estado como explorador de

<sup>21</sup> BOBBIO, Norberto. Teoria do ordenamento jurídico. 4ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1994.

<sup>22</sup> Afirma o aclamado doutrinador, na mesma obra citada, que “conhecer as normas jurídicas sem a adequada compreensão dos princípios que as informam é mais ou menos como conhecer as árvores sem conhecer a própria floresta, ou seja, conhecer o particular sem ter a noção do que seja o todo, primar pela individualidade em detrimento do conjunto”. Não foi à toa que igualmente coube ao mesmo jurista italiano afirmar que “as normas jurídicas não existem isoladamente, mas sempre em um contexto de normas com relações particulares entre si”.

atividade econômica às hipóteses de relevantes interesses coletivos ou segurança nacional( art. 173, CF), assim como oferece substrato ao subprincípio da continuidade dos serviços públicos.

Segundo Juarez Freitas, o sistema principiológico não pretende o primado do todo sobre a vontade particular, mas apenas da vontade geral legítima em relação àquela que se revelar contrária ao interesse comum. E nos ensina ainda:

*"... o princípio da universalização do interesse público e da correlata subordinação das ações estatais à dignidade da pessoa humana não significa o arbitrário e inaceitável jugo da vontade do particular ou do cidadão, imolado para o gáudio de um volúvel e falso interesse coletivo. Ao revés. Representa tão-somente a indução legítima (limitada por imperativos de justiça) de que se subordinem as condutas e os bens particulares ao interesse geral digno desse nome, o qual também haverá de se configurar afinado com o interesse lícito de cada cidadão, Quiçá na realização da velha esperança de que o estado, que somos nós, venha a existir como legítima corporificação de uma vontade igualmente nossa, não de vertentes grupculares que almejam destruir incessantemente a sutil teia onde se ergue a construção da polis. Esta, de alguma forma precisa condensar todos os princípios no respeito à dignidade da pessoa humana <sup>23</sup>*

---

<sup>23</sup> FREITAS, Juarez. O controle dos atos administrativos e seus princípios fundamentais. São Paulo, Malheiros, 1997

#### 4.1 O INTERESSE PÚBLICO NAS LEIS DE INCENTIVO.

Diante da demonstrada hiposuficiência da indústria cinematográfica brasileira perante a onipresente e consolidada rede de produção e distribuição dos filmes estrangeiros, em especial a estadunidense, o princípio do interesse público rege a administração estatal para a criação dos mecanismos de fomentação ao realizador da obra audiovisual nacional, protegendo-o de abusos comerciais e garantindo e, da mesma forma, a concretização da efetiva indústria sustentável.

É justificável, portanto, que o ente estatal promova sacrifícios de parte de determinados cidadãos em prol destes objetivos. Exemplo destes sacrifícios é a desapropriação da propriedade particular quando se faz necessária sua utilização em nome de um bem comum.

O que ocorre na atual estrutura das leis de incentivos fiscais é um contrasenso aos conceitos de interesse público e bem comum.

Vemos que os principais beneficiados são, na verdade, a iniciativa privada e pequenos grupos de produtores audiovisuais, que se adequam aos ditames de mercado e deixam de diversificar a produção para evitar projetos que não garantam o retorno financeiro à empresa patrocinadora.

Perde a cultura nacional valiosas chances de dialogar com seu povo e permite a intromissão de elementos exógenos sem a contrapartida justa.

Como já foi dito, a pessoa física ou jurídica pode deduzir parte de seu imposto de renda devido para patrocinar o projeto audiovisual, sem riscos financeiros, recebendo em troca o direito de vincular sua imagem ao produto e, em certos casos, ter participação na bilheteria e nos produtos residuais do projeto principal, como os CDs da trilha sonora do filme, livros, panfletos, ingressos para as salas de exibição, gerando então benefícios contábeis e institucionais para quem patrocina.

Ora, se o estado deixa de receber parcelas da receita do imposto de renda, o maior prejudicado é a sociedade, pois o governo deixa de receber recursos que, em tese, seriam destinados ao bem estar da população.

Mas da forma como é feito, a população paga pelo produto audiovisual que já foi pago, indiretamente, por ela mesma, através de seus impostos.

Na verdade, não há efetivamente um patrocínio, *strictu sensu*, feito diretamente por pessoas físicas-jurídicas, já que o dinheiro que investem não lhes pertencem, pois são recursos destinados ao fisco, configurando-se crime fiscal deixar de entregar ao governo tal quantia.

O interesse público estaria preservado se, em nome da defesa da indústria nacional cinematográfica, o particular carresse com parcelas do investimento e o Estado assegurasse a concretização da justa distribuição dos recursos.

O cinema nacional, desta feita, fica lançado ao jogo do mercado, restringindo o círculo de realizadores e dificultando o acesso, tanto da realização quanto de espectadores, `as salas de cinemas.

Entendemos ser vedado ao ente estatal que prejudique os súditos e beneficie somente a iniciativa privada, e é isto que ele faz, quando renuncia aos montantes oriundos da arrecadação do imposto de renda e destina-os a empresas descompromissadas com a criação de uma indústria nacional sustentável e diversificada.

## CONCLUSÃO

A indústria cultural brasileira consegue sobreviver graças a inúmeras fontes de captação de recursos, entre a esfera pública (federal, estadual e municipal) e privada (pessoas físicas e jurídicas, organizações sem fins lucrativos e fundações).

Uma definição do relacionamento entre estes diversos setores e de que o financiamento do setor se realiza deve ser considerado levando em conta a clareza e a complexidade da política cultural adotada pelo governo e sua disposição em desenvolver um mercado cultural, considerando a maturidade dos produtores, além dos meios de comunicação, os meios de distribuição da produção cultural.

A conscientização popular do direito a sua própria cultura e força de demanda social incentivaria a participação do mercado privado, estabelecendo metas de consumo para pequenas núcleos de usuários, complementado pelo subsídio do financiamento público, responsável pela eliminação do gargalo ora existente entre produção, distribuição e mercados culturais.

Entretanto, fica explícito que a delegação de parte da produção cultural ao setor privado não significa transferência do delineamento da política cultural.

Ao contrário, exige que a política pública esteja claramente definida para que possa surtir efeito, mesmo grande participação privada.

O setor privado é, verdadeiramente, uma excelente fonte de recursos ao financiamento da cultura, mas somente se os incentivos à sua participação estiverem concatenados com os da política cultural pública.

Assim como cumprem um papel importante no incentivo a produção cultural e a promoção do convívio com as novas manifestações, as leis de incentivo vêm percorrendo um caminho tortuoso e marcado por mudanças de rota, que nem sempre parecem coordenados com um plano de política cultural coerente.

As leis de incentivo federais de renúncia fiscal, têm como fato gerador o próprio texto da Constituição Federal, que determina em seu art. 216, §3º:

*A lei estabelecerá incentivos para a produção e o conhecimento dos bens e valores culturais*

Desta forma, o Estado assumiu a responsabilidade em criar instrumentos jurídicos que possibilitem o apoio a produção e distribuição da cultura brasileira.

Em sua curta vida, as leis de incentivo, sejam federal, estadual ou municipal, apresentam uma enorme flexibilidade, se comparadas a outros institutos legais, já que podem ser modificadas por completo a cada edital.

Pouco tempo se passou desde sua efetiva utilização por parte dos realizadores audiovisuais, mas mesmo assim são o pivô de enormes debates.

O maior elogio aos presentes institutos legais é, quando se reconhece o debate como forma de superação de problemas sociais, o estabelecimento de um campo de discussão fértil e prático entre as esferas governamental, empresarial e produtora. Arte, cultura e mercado nunca mereceram tantas discussões com defensores e agressores ferrenhos.

Mais do que fatores de teorias, foram através delas que se possibilitou o surgimento de avanços indiscutíveis no volume de projetos audiovisuais nacional.

Em nenhum outro momento da história brasileira tantas obras foram executadas como as que surgiram na última década. Tomando como referência anos anteriores, podemos dizer que também é indiscutível a qualidade de muitas delas.

O aumento da oferta dos trabalhos só trouxe a luz do mercado o tamanho da demanda por manifestações culturais que estava reprimida.

Não se pode olvidar, da mesma forma, que o instituto da renúncia fiscal em promoveu um relevante fidelização de empresas a produtos e produtores.

Mesmo que isto, em linhas gerais, traga prejuízos a construção de um mercado sustentável, pois não permite o fluxo criativo entre a diversidade de autores existente, é um fator compreensível, em se tratando de uma estrutura de financiamento e produção recente, permeado de críticas, mas aberto a discussões e transformações.

Infelizmente, as críticas se fazem mais volumosas. O financiamento por dedução fiscal transfere e pulveriza aleatoriamente o dinheiro e a responsabilidade pública para as empresas e por isso não é o instrumento adequado para produzir os efeitos que o mercado e sociedade necessitam: desconcentração e democratização dos recursos; ampliação da responsabilidade do Estado e do público beneficiado;

qualificação do processo de seleção dos projetos; facilitação e apoio aos pequenos empreendedores; desburocratização e melhoria dos instrumentos de gestão.

Seria mais eficaz, e menos demagógico, estudar os modelos de financiamento público direto que funcionam, no Brasil e no mundo, dentro e fora da área cultural.

O problema não está no investimento do dinheiro público na cultura, mas no modo como isso é feito. A cultura é uma questão de interesse público e, portanto, requer políticas e investimentos de Estado, como a saúde, a educação, o transporte e a segurança.

Os governos têm a responsabilidade de estabelecer objetivos, elaborar estratégias e investir no desenvolvimento cultural, o que significa interagir com inúmeros agentes não-governamentais instituições, grupos, criadores, pesquisadores, promotores culturais independentes, financiar, em menor ou maior parte, seus processos de pesquisa, formação, criação, produção, distribuição, intercâmbio e preservação, e garantir a todos os estratos da população e a todas as regiões do país condições amplas de acesso, fruição e expressão cultural.

Para tanto, o Estado deve estipular no orçamento público recursos suficientes para implementar suas políticas culturais. Isso implica confrontar a cultura com outras áreas de interesse público para estabelecer seu quinhão, pois do mesmo couro saem todas as correias.

Em sua essência, o incentivo fiscal é uma estratégia de aplicação do dinheiro público objetivando estimular o investimento privado. Ou seja, é um instrumento de multiplicação de recursos em áreas onde o Estado e as empresas têm possibilidades conjuntas de ganho.

A premissa óbvia é a existência de interesse e dinheiro privado na operação. Leis que permitem 124% de dedução, como a do Audiovisual, ou 100% de dedução, como a Rouanet pervertida, não podem ser denominadas de instrumentos de incentivo fiscal, pois fazem mero repasse de dinheiro público para aplicação privada.

Não exigem nenhum centavo de contrapartida das empresas, chegando a remunerá-las.

Boa parte dos agentes culturais no Brasil não dispõe de referência histórica, nem de informação sobre outros modelos de financiamento público, e

então acredita que as leis de incentivo são o único mecanismo possível de investimento de dinheiro público na produção não-estatal. O apego às leis de incentivo tem raízes no descaso histórico do Estado brasileiro pela cultura

As leis de incentivo geram produção cultural simplesmente porque injetam dinheiro no setor, não porque são uma boa forma de financiamento. Ao contrário, desperdiçam recursos públicos com sobrededuções, intermediações e inflações orçamentárias; não formam patrocinadores-investidores reais.

Criam um jogo de faz-de-conta onde só circula o dinheiro público; desconstroem a relação cultura-empresas/pessoas, doutrinando-as a nunca pôr a mão no bolso para patrocinar/apoiar; desprezam o interesse público, pois financiam com recursos exclusivamente do Estado um projeto, e não o outro, pelo mérito de atender ao interesse privado, e não a políticas públicas.

Desvirtuadas da função de estímulo suplementar do patrocínio empresarial às artes, as leis de incentivo tornaram-se uma forma insensata de financiamento do Estado.

Sua manutenção não é decorrente apenas das manobras explícitas de minorias com acesso mais privilegiado aos guichês principalmente aos das empresas estatais, detentoras de orçamentos incentivados superiores ao do próprio Ministério da Cultura e que são dominadas, em grande parte, por redes de relacionamentos e injunções políticas e pessoais.

A perenização do modelo se deve, sobretudo, ao desconhecimento do meio cultural sobre a lógica do patrocínio empresarial real e do funcionamento de um sistema de financiamento público real.

Empresas patrocinam para ampliar sua credibilidade, estimular a identificação e melhorar o relacionamento com seus públicos de interesse; agregar atributos e valorizar suas marcas; demonstrar sua participação social.

Qualquer projeto cultural capaz de produzir esses efeitos, por um custo igual ou inferior ao de outras ferramentas de comunicação, terá uma fila de empresas dispostas a patrociná-lo com dinheiro privado de verdade.

Mas boa parte dos agentes culturais busca recursos nas empresas sem se dar conta de que a contrapartida para obtê-los é gerar resultados de comunicação. Quem não percebe as regra desse jogo atribui as negativas à falta de cultura e

sensibilidade dos empresários.

Como registra uma estudiosa do assunto, com a criação das leis de incentivo fiscal à cultura o Estado brasileiro passou a atuar apenas como facilitador da ação cultural<sup>24</sup>.

Entenda-se: o governo federal se estruturou apenas para facilitar que entidades privadas, por força da renúncia fiscal, pudessem agir no mercado como compradores de bens e serviços culturais segundo os seus interesses publicitários, promovendo a subordinação do fazer cultural ao marketing institucional das corporações. No final do processo, somente uma prestação de contas formal encerra o controle público.

Várias foram as conseqüências desse laissez-faire cultural. A primeira foi substituir o artista, o criador de cultura, por empresários culturais na apropriação dos recursos públicos.

Não é mais quem escreve um livro, quem canta, quem compõe, quem toca, quem pinta, o beneficiário imediato dos recursos financeiros: é uma empresa ou uma associação, uma pessoa jurídica constituída com o precípua objetivo de gerenciar a produção cultural como um negócio.

O impacto dessa mudança foi profundo numa economia cultural onde o mercado de consumo, por ser limitado, elitizado, segmentado e especializado, se baseava essencialmente no artesanão.

O artesanato cultural era o aspecto contraditório da produção cultural brasileira que o atual governo resolveu pelo alto : ao mesmo tempo em que expressava a desorganização e fragilidade do setor ele garantia minimamente uma presença difusa da produção cultural no tecido social.

Pequenos grupos, produtores isolados, ou foram cooptados por estruturas empresariais ou simplesmente desapareceram por absoluta falta de recursos a irrigar suas atividades localizadas e descontínuas.

O artesanão foi substituído pelo produtor cultural, essa figura nova, mista de intérprete do gosto geral da sociedade e dos complexos cálculos da relação custo-benefício que estavam fora do alcance dos artesãos culturais.

---

<sup>24</sup> OLIVIERI, Cristiane Garcia. *Cultura Neoliberal - Leis de Incentivo A Cultura*. São Paulo: *Escrituras*, 2004.

A segunda consequência foi a própria subordinação dos empresários culturais, que substituíram os artistas, ao gosto médio dos dirigentes das corporações, abandonando-se a cultura de matiz experimental, a arte de vanguarda e contestadora.

A política do Ministério da Cultura resumiu-se à quantificação dos projetos apresentados, aprovados e realizados, e à análise contábil e financeira da prestação de contas de cada projeto, segundo afirma a advogada Cristiane Olivieri:

*(...). Não existe controle ou verificação do acesso do público e do impacto na comunidade. Ou seja, os efeitos da política cultural escolhida não são de real conhecimento do Governo, que se limitou a fazer verificações econômicas e contábeis. De fato, o público (contribuinte de imposto) não é envolvido no processo em nenhum momento (...). Não existe retroalimentação do sistema do Ministério da Cultura com as informações geradas pelos projetos realizados(...). A falta desta retroalimentação não permite o aprendizado, gerando a inexistência de ajustes na condução quer dos aportes da empresa privada, quer do apoio com verba pública <sup>25</sup>.*

A concentração regional é apenas um fenômeno inevitável do modelo. Como foi dito, 85% dos recursos incentivados aplicados no ano 2001 o foram no Sudeste (eixo Rio-São Paulo), contra apenas 2% no Nordeste.

Se a distribuição fosse proporcional à população, o Sudeste deveria ficar com 43% e o Nordeste com 28%<sup>26</sup>. A concentração é de incentivadores e beneficiários. Não que falte projetos de utilização dos recursos em outras regiões.

A apresentação de projetos revela uma impressionante aderência com a distribuição proporcional da população entre as regiões, mas a concentração no eixo Rio-São Paulo se dá por um seqüestro de recursos gerados fora do eixo, via corporações com atividades industriais e comerciais de âmbito nacional.

Por não haver um critério de territorialidade, os recursos seguem o fluxo normal do capital financeiro, concentrando-se nas matrizes corporativas estabelecidas no eixo Rio-São Paulo, aí sendo gastos.

---

<sup>25</sup> OLIVIERI, Cristiane Garcia, op. cit, pág. 129.

<sup>26</sup> Ver anexo 03.

Foi à sombra dessa enorme concentração que surgiram no Sudeste, como cogumelos após a chuva, os institutos culturais dos bancos e outras grandes empresas. Lembremos a distorção surgida com este mecanismo: a empresa cria determinado instituto cultural com sua marca e o mantém com os benefícios das leis de incentivo utilizando-se da renúncia fiscal e, justamente, nos centros urbanos melhor dotados de infra-estrutura cultural, como o Sesc, o Senac, equipamentos municipais e estaduais ou, ainda, privados.

Essa é a forma de administrar a cultura que tem aprofundado ainda mais o fosso das desigualdades entre os brasileiros por não contar, no Estado, com os mecanismos de correção da ação cega do mercado.

Além disso, se incentivo quer significar estímulo ele deveria ser temporário (como rezava a antiga Lei do Audiovisual), mas, ao contrário, transformou-se numa espécie de financiamento perpétuo dos institutos já solidamente enraizados no cenário dos negócios culturais.

Na medida em que a política federal trasladou para o mercado o crescimento dos investimentos públicos em cultura, exigindo para tanto a mediação do gosto e do gerenciamento empresariais e abrindo mão dos controles substantivos, ela vem estimulando práticas de discriminação de acesso através de projetos que optam pela platéia vazia, pelo encalhe do estoque ou pela distribuição dirigida para públicos seletíssimos<sup>27</sup>, ao invés de estimular e obrigar a distribuição, a preços populares ou gratuitos, do produto cultural resultante do financiamento total ou majoritariamente público<sup>28</sup>.

Na carência de estudos doutrinários com ênfase do ramo do Direito no tema enfocado, este trabalho não tem a pretensão desmedida de enriquecer a cultura jurídica brasileira sobre tal assunto.

Satisfaz-se, se assim conseguir, em estimular a discussão para que saídas à estas questões surjam de maneira a satisfazer todos aqueles que, mesmo iluminados por um tolo otimismo, acreditam que na possibilidade de coexistência de mercado e meio cultural, sem prejuízo da identidade nacional.

---

<sup>27</sup> OLIVIERI, Cristiane Garcia, op. cit, pág. 103.

<sup>28</sup> MUYLAERT, Roberto. Marketing cultural: comunicação dirigida. São Paulo: Globo, 1994.

## ANEXOS

### ANEXO 01    tabela ilustrativo-comparativo entre os índices de dedução do imposto de renda de pessoa física e jurídica entre as leis 9.874/99 e 8.313/91

	LIMITE DE DEDUÇÃO	LEI	ÁREAS ABRANGIDAS	ABATIMENTO	
				DOAÇÃO	PATROCÍNIO
<b>PESSOA FÍSICA</b>	6% I.R. Devido	9.874/99 (não permite o lançamento como despesa operacional)	Arte cênica, livros, musica erudita ou instrumental, circulação de exposição de artes visuais, doação de acervos para museus, arquivos e bibliotecas públicas.	100%	
		8.313/91 (permite o lançamento como despesa operacional)	As mesmas acima, além de produção, conservação e difusão de audiovisuais e preservação do patrimônio.	80%	60%
<b>PESSOA JURÍDICA</b>	4% I.R. Devido	9.874/99 (não permite o lançamento como despesa operacional)	Arte cênica, livros, musica erudita ou instrumental, circulação de exposição de artes visuais, doação de acervos para museus, arquivos e bibliotecas públicas.	100%	
		8.313/91 (permite o lançamento como despesa operacional)	As mesmas acima, além de produção, conservação e difusão de audiovisuais e preservação do patrimônio.	40%	30%

**ANEXO 02 - Número de projetos aprovados pelas Leis Rouanet/Audiovisual, 1996-2000<sup>29</sup>.**

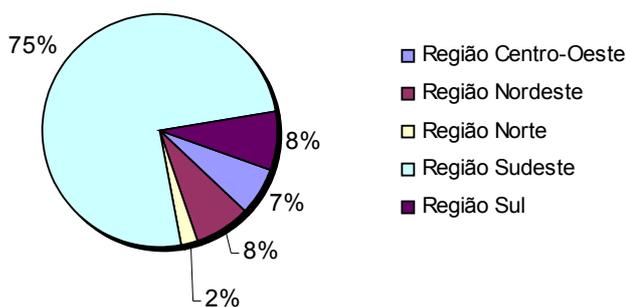
SEGMENTO	1996	1997	199 199 200			Total
			8	9	0	
Artes Cênicas	300	586	719	688	669	2962
Artes Integradas	264	499	338	128	111	1440
Artes Plásticas	126	179	304	254	313	1176
Humanidades	270	309	597	740	529	2445
Música	308	640	832	723	587	3090
Patrimônio Cultural	141	193	232	239	168	973
Produção Audiovisual	394	616	600	413	403	2.426
			362	318	278	14.41
<b>Total</b>	1803	3022	2	5	0	2

**ANEXO 3 Simulação de operação da Lei do Audiovisual.**

Valor da operação <sup>30</sup>	R\$ 100
Dedução do imposto a pagar <sup>31</sup>	R\$ 100
Dedução como despesa operacional <sup>32</sup>	R\$ 25
Gasto de recurso público	R\$ 125
Comissão para intermediação <sup>33</sup>	R\$ 10
Recompra do certificado	R\$ 30
Valor final investido no filme	R\$ 60

**ANEXO 04 - Captação das Leis Rouanet/Audiovisual e orçamento realizado (R\$) 1996-2001<sup>34</sup>:**

Região Centro-Oeste	106.005.135
Região Nordeste	124.362.384
Região Norte	36.539.341
Região Sudeste	1.229.344.553
Região Sul	133.370.026



<sup>29</sup> Os gastos públicos com cultura no Brasil. Ministério da Cultura, disponível em <[http://www.cultura.gov.br/politicas/dados\\_da\\_cultura/economia\\_da\\_cultura/index.php?p=10161&more=1&c=1&pb=1](http://www.cultura.gov.br/politicas/dados_da_cultura/economia_da_cultura/index.php?p=10161&more=1&c=1&pb=1)> acesso em 16/04/2005.

<sup>30</sup> Custos efetivos do projeto, tendo em vista seus gastos técnicos-artísticos.

<sup>31</sup> Valor a ser deduzido do imposto de Renda.

<sup>32</sup> Custos do projeto com serviços não especificados como técnicos-artísticos (advogados, auditoria, seguros, etc.).

<sup>33</sup> Custo com empresas especializadas em intermediar trabalhos com os incentivos fiscais.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADORNO, T.W. A Indústria Cultural. Saraiva, São Paulo 1987.
- ALMEIDA, Carlos dos Santos. Dicionário do Imposto de Renda. IOB, São Paulo: 2004.
- AMARAL, Antonio Carlos Rodrigues do. Curso de Direito Tributário. São Paulo, Celso Bastos Editor, 2002.
- ANDRADE FILHO, Edmar Oliveira. Manual do Imposto de Renda das Pessoas Jurídicas. São Paulo, Atlas, 2000.
- [ATALIBA, Geraldo](#). Hipótese de Incidência Tributária. 6 ed, [Malheiros](#), São Paulo: 2004.
- Association for Business Sponsorship of the arts, ABSA Sponsorship Manual , Londres: 1997
- AUGUSTO FILHO, João. Isenções e exclusões tributárias. Bushatsky, 1979.
- BALEIRO, Aliomar. Direito Tributário Brasileiro. RJ: Forense, 1997.
- BANDEIRA DE MELLO, Oswaldo Aranha. Natureza jurídica do Estado federal. 3 ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1937. 147 p.
- BANDEIRA DE MELLO, Oswaldo Aranha. Natureza jurídica do Estado federal. 3 ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1937. 147 p.
- BANDEIRA DE MELLO, Celso Antônio. Elementos de direito administrativo. 2 ed São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002.
- BATISTA JUNIOR, Onofre Alves. O Planejamento Fiscal e a Interpretação no Direito Tributário. Belo Horizonte, Melhoramentos, 2002.
- BARRETO, Aires Fernandino. IPTU - base de cálculo e base calculada. Suplemento Tributário, 4 ed. Rio de Janeiro: 2000 LTr, 301 p.
- BECKER, Alfredo Augusto. Teoria Geral do Direito Tributário. 2ª ed., São Paulo: Saraiva, 1972.

---

<sup>34</sup> Os gastos públicos com cultura no Brasil. Ministério da Cultura, disponível em <[http://www.cultura.gov.br/politicas/dados\\_da\\_cultura/economia\\_da\\_cultura/index.php?p=10161&more=1&c=1&pb=1](http://www.cultura.gov.br/politicas/dados_da_cultura/economia_da_cultura/index.php?p=10161&more=1&c=1&pb=1)> acesso em 18/04/2005.

BORGES, Humberto Bonavides. Planejamento Tributário : IPI, ICMS, ISS e IR. 6ª ed. rev., atual. e ampl. São Paulo, Atlas, 2001.

BRASIL. Código Civil. São Paulo: Editora Rideel, 2004.

BRASIL. Constituição Federal do Brasil. São Paulo: Editora Rideel, 2004.

BRITO, Obras de Faria. A verdade como regra de ações. Rio de Janeiro: 1953.

CESNIK, Fábio de Sá. Guia de Incentivo a Cultura. Manole, São Paulo: 2001.

ENGLISH, Karl. Introdução ao Pensamento Jurídico. 6º ed. Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian, 1988.

[LEONETTI, Carlos Araujo](#). Imposto sobre a renda como instrumento de Justiça. Manole, São Paulo: 2004.

FRANCESCHINI, Adélia. Arte-empresa: parceria multiplicadora. In: MENDONÇA, Marcos, (Org.). Incentivos à cultura: uma saída para a arte. São Paulo: Carthago & Forte. 1994.

FREITAS, Juarez. O controle dos atos administrativos e seus princípios fundamentais. São Paulo, Malheiros, 1997.

GARCIA, Jorge Edson (Org.) Legislação do incentivo fiscal para a cultura: ementário. Rio de Janeiro: Fundação Nacional de Arte, 1995.

LARENZ, Karl. Metodologia da ciência do direito. J. Sosa Brito. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1969.

LEON, Luiz Dias Picazo Ponde De. La doctrina de los actos próprios: um estudio sobre la jurisprudência del tribunal supremo. Vol. I. Barcelona: Bosch, 1963.

DINIZ, Maria Helena. Conflitos de normas . São Paulo: Saraiva, 1987.

MEIRELLES, Hely Lopes. Direito Administrativo Brasileiro, 13 ed, São Paulo: 1995.

MOISÉS, José Álvaro. Democracia e financiamento da cultura no Brasil. Pégaso, São Paulo: 2000.

BOTELHO, Isaura, (Org.). Modelos de financiamento da cultura no Brasil. Rio de Janeiro: Funart, 1995.

KELSEN, Hans. Teoria geral das normas. Trad. José Florentino Duarte. Porto Alegre: Sérgio Fabris, 1986. Teoria pura do direito. 6ª ed. Trad. José Florentino Duarte São Paulo: Martins Fontes, 1999.

*Derecho justo* Fundamentos de ética jurídica. Trad. Luis Diez-Picazo. Madrid: Civitas, 1985.

NIETZSCHE, Friedrich W., *Além do bem e do mal*. São Paulo:WVC Editora, 2001.

OLIVEIRA, Régis Fernandes de *Receitas públicas originárias*. RT São Paulo: 2003.

[OLIVIERI, Cristiane Garcia. \*Cultura Neoliberal - Leis de Incentivo A Cultura. Escrituras\*, São Paulo: 2004.](#)

PAPA PAULO VI. Carta Encíclica: Sobre o Desenvolvimento dos Povos *Populorum Progressio*. 12ª ed. São Paulo: Paulinas, 1990.

REALE, Miguel. Fontes e modelos do direito *Para um novo paradigma hermenêutico*. São Paulo: Saraiva, 1994.

REIS, Ana Carla Fonseca. *Marketing Cultural e financiamento da Cultura*. Pioneira Thomson Learning, São Paulo: 2003.

SILVA, De Plácido e. *Vocabulário Jurídico*. 13 ed. Rio de Janeiro: Forense, 2001.

MUYLAERT, Roberto. *Marketing cultural: comunicação dirigida*. São Paulo: Globo, 1994.

POERNER, Arthur José. *Identidade cultural na era da globalização: política federal de cultura no Brasil*. Rio de Janeiro: Revan, 1997.

SARKOVAS, Yacoff. *Arte-empresa: parceria multiplicadora*. In: MENDONÇA, Marcos, (Org.). *Incentivos à cultura: uma saída para a arte*. São Paulo: Carthago & Forte, 1994.

WARAT, Luiz Alberto. *Mitos e Teorias na Interpretação da Lei*. Porto Alegre: Editora Síntese, 1999.

# Livros Grátis

( <http://www.livrosgratis.com.br> )

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)  
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)  
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)  
[Baixar livros de Matemática](#)  
[Baixar livros de Medicina](#)  
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)  
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)  
[Baixar livros de Meteorologia](#)  
[Baixar Monografias e TCC](#)  
[Baixar livros Multidisciplinar](#)  
[Baixar livros de Música](#)  
[Baixar livros de Psicologia](#)  
[Baixar livros de Química](#)  
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)  
[Baixar livros de Serviço Social](#)  
[Baixar livros de Sociologia](#)  
[Baixar livros de Teologia](#)  
[Baixar livros de Trabalho](#)  
[Baixar livros de Turismo](#)