

## ESTADO DA ARTE DO INCENTIVO FISCAL À CULTURA: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA NACIONAL

Lusvanio Carlos Teixeira<sup>1</sup>

**Resumo:** Este artigo buscou efetuar uma revisão sistemática da literatura nacional sobre Incentivo Fiscal à Cultura, se orientando em verificar como a Lei de Incentivo à Cultura é tratada e o que vem sendo desvelado pelos resultados dos estudos. Nesse sentido, a presente revisão considerou uma amostra de 24 trabalhos, sendo artigos, dissertações e teses que tiveram como enfoque principal a análise do incentivo fiscal à cultura, publicados no período de 1997 a 2020. Os resultados demonstram que existem algumas perspectivas comuns de análise desse objeto de pesquisa, sendo elas: (1) estudos que buscaram compreender e avaliar a Lei de Incentivo à Cultura a partir da análise de seus resultados, tendo o enfoque em elucidar sobre a distribuição de recursos, áreas culturais e projetos incentivados; (2) estudos que analisaram a lei por um enfoque voltado a compreensão das alterações no Campo Cultural, nas organizações e na dinâmica dos artistas que lidam com esse meio; (3) estudos que investigaram a lei como uma alternativa de investimento e um instrumento para maximização dos resultados financeiros das organizações patrocinadoras. A contribuição deste artigo está na ampla apresentação da literatura sobre esse instrumento de financiamento cultural do Brasil.

**Palavras-chave:** Incentivo fiscal à cultura, Lei de incentivo à cultura, Lei Rouanet.

### 1. Introdução

O incentivo fiscal à cultura é um instrumento de financiamento indireto para o setor cultural formado por uma junção de políticas tributárias e políticas culturais, que se orienta principalmente na redução ou adiamento de receitas tributárias do Estado, que passam a ser utilizadas para financiar a realização de eventos culturais ou para a produção ou estímulo de consumo de bens culturais (SCHUSTER, 2006; HEMELS, 2017). Esse instrumento é utilizado vislumbrando tornar atrativo a realização de doações individuais ou corporativas para o setor cultural, ocorrendo entre Estado, empresas e sociedade civil o compartilhamento da decisão acerca de quais produções culturais deverão ser viabilizadas (BOROWIECKI; NAVARRETE, 2018).

Tratam-se de recursos que são direcionados pelos próprios atores, aos quais incorreria a obrigação tributária, para determinadas produções culturais. No contexto nacional, o incentivo fiscal à cultura insurge como um instrumento de política cultural a partir de meados da década de 1980. Antes desse período, o Estado era considerado o

---

<sup>1</sup> Doutorando em Administração na Universidade Federal de Viçosa (UFV).  
lusvanio.t@gmail.com

principal apoiador das produções culturais nacionais (PITOMBO, 2006), porém com o processo de reabertura econômica e a redemocratização que o país vivenciou, este passou a se orientar por uma perspectiva neoliberal, onde o Estado começou a se distanciar das decisões acerca das produções culturais a serem incentivadas. Em 1986, durante o governo do presidente José Sarney e no mandato de Celso Furtado como Ministro da Cultura, foi instituída a Lei nº 7.505, que é reconhecida como a primeira lei de incentivo à cultura do Brasil.

Essa Lei vigorou de 1986 a 1990 e foi extinta no governo do presidente Fernando Collor de Mello, o qual realizou outras ações que ficaram marcadas como desmonte no setor cultural, como a transformação do Ministério da Cultura em secretaria e o fechamento de autarquias e instituições atuantes nesse setor. Essas ações geraram descontentamento entre os grupos e indivíduos atuantes na área da cultura, e em 1991, buscando melhorar sua imagem nesse meio, Collor sancionou a Lei 8.313, Lei de Incentivo à Cultura (LIC), conhecida por muito tempo como Lei Rouanet, em homenagem ao secretário de Cultura e seu elaborador Sérgio Paulo Rouanet. A LIC continua em atividade, atuando com deduções fiscais do Imposto de Renda de incentivadores de projetos culturais previamente aprovados por órgãos oficiais da pasta da cultura.

A LIC é considerada o principal instrumento de financiamento cultural do Brasil e é um tema recorrentemente discutido na literatura nacional. Nesse sentido, o presente artigo buscou efetuar uma revisão sistemática da literatura nacional acerca do que foi pesquisado sobre Incentivo Fiscal à Cultura, se orientando em verificar como a Lei de Incentivo à Cultura é tratada na literatura e o que vem sendo desvelado pelos resultados dos estudos sobre esse instrumento.

## **2. Procedimentos Metodológicos**

A presente pesquisa caracterizou-se como uma revisão sistemática da literatura sobre Incentivo Fiscal à Cultura, onde buscou-se apresentar as ideias centrais do que vem sendo analisado acerca desse tema na literatura nacional. De acordo com Sampaio e Mancini (2007), a revisão sistemática é um tipo de pesquisa que usa como base analítica a literatura existente sobre um determinado tema, servindo para direcionar a

criação de novos projetos de pesquisa a partir da descrição e delimitação da literatura existente sobre este tema.

Nesse sentido, a presente revisão considerou como base de dados repositórios de artigos como o Spell, Google Scholar, Periódicos Capes, Catálogo de Teses e Dissertações Capes. As seguintes expressões foram utilizadas como palavras-chave na busca: incentivo fiscal à cultura; lei de incentivo à cultura; Lei Rouanet. Posteriormente, procurou-se outros artigos a partir das referências dos artigos inicialmente encontrados através das palavras-chave.

Para inclusão dos artigos, teses e dissertações nessa análise, considerou-se como critério, aqueles disponíveis para a leitura e que apresentavam análises com enfoque principal no Incentivo Fiscal à Cultura, o que fez com que uma série de estudos fossem excluídos da amostra. Além disso, buscou-se considerar apenas artigos de periódicos com Qualis superiores ou iguais a B4, na área de Administração Pública e Empresas, Ciências Contábeis e Turismo, com a avaliação do quadriênio 2013-2016.

### **3. Resultados: Literatura nacional sobre Incentivo Fiscal à Cultura**

O financiamento à cultura começou a aparecer na literatura a partir da segunda metade da década de 1990. Nessa seara, os enfoques de análise acerca dessa temática são diversos, tendo em vista que as buscas existentes vislumbram compreender tanto discussões teóricas quanto empíricas acerca dos resultados das leis e formas de incentivo, considerando a ótica da produção cultural e a perspectiva empresarial. O Quadro 1 demonstra os artigos considerados cronologicamente na presente análise.

Quadro 1: Publicações nacionais consideradas na revisão de literatura

<b>Ano</b>	<b>Autores</b>	<b>Títulos</b>
<b>1997</b>	Durand, Berman e Gouveia	Patrocínio empresarial e incentivos fiscais a cultura no Brasil: Análise de uma experiência recente
<b>2001</b>	Nagayama	Incentivo ao incentivo: a Lei Rouanet como instrumento de transformação social.
<b>2004</b>	Silva e Dellagnelo	Redes de organizações sociais: a inserção da lógica de mercado e a formação de gestores
<b>2007</b>	Lorêto e Pacheco	A inserção da lógica de mercado no campo cultural: a relação entre as instituições bancárias e a cultura em Recife
<b>2010</b>	Silva	Financiamento da política cultural no Brasil e na França: uma avaliação comparada da Lei Rouanet
<b>2010</b>	Saddi	Políticas públicas culturais, mediações e cidadania: o caso da Lei Rouanet
<b>2010</b>	Gruman	Nem tanto ao céu, nem tanto a terra: limites e possibilidades da lei de incentivo fiscal à cultura

<b>2011</b>	Alves	As Implicações das Leis de incentivo à Cultura sobre o Processo de Produção dos Espetáculos no Theatro Municipal de São Paulo
<b>2011</b>	Pinto	Política cultural na sociedade de controle: a Lei Rouanet como instrumento de subordinação dos artistas ao marketing das empresas patrocinadoras
<b>2013</b>	Belém e Donadone	A Lei Rouanet e a construção do “mercado de patrocínios culturais”.
<b>2014</b>	Izidoro e Jacinto	Análise sobre os impactos da Lei de Incentivo e Cultura (Lei Rouanet) nos resultados de uma concessionária de rodovias: um estudo de caso
<b>2015</b>	Bier e Cavalheiro	Lei Rouanet x Crowdfunding: fomentando os Empreendimentos Culturais
<b>2015</b>	Mega	Lei Rouanet: a visibilidade do produto cultural como critério de patrocínio à produção artística
<b>2015</b>	Almeida, Araújo e Alcântara	Marketing Cultural: Uma Estratégia Competitiva via Leis de Incentivo à Cultura
<b>2015</b>	Reis, Pagni, Ancieto e Oliveira	Incentivo Fiscal à Cultura: Uma Análise das Divulgações das Sociedades Anônimas do Sul do Brasil
<b>2016</b>	Fialho	Mecenato na Lei Rouanet: o desafio da concentração de Recursos na produção cinematográfica audiovisual de curta e média-metragem no período de 2005 a 2015
<b>2016</b>	Kruse	Sociedade, cultura e Lei Rouanet: um estudo de caso na cidade de Ponta Grossa (PR)
<b>2016</b>	Nohara e Fireman	Desenvolvimento pelo incentivo à cultura: papel da arte e vicissitudes da utilização da Lei Rouanet
<b>2017</b>	Dowlatyari	The rouanet law: Funding cultural projects or a creative industry in Brazil?
<b>2017</b>	Costa, Medeiros e Bucco	O financiamento da cultura no Brasil no período 2003-15: um caminho para geração de renda monopolista
<b>2017</b>	Bem, Waismann e Araujo	Patrimônio Cultural e recursos da Lei Rouanet de 2007 a 2016
<b>2018</b>	Ficheira e Hollanda	Política Cultural por meio do incentivo fiscal, 26 anos de caminhada: retrato da captação global e setorial no campo das humanidades
<b>2019</b>	Piccoli	Avaliação de Políticas públicas culturais: um modelo de análise da efetividade da Lei Rouanet
<b>2020</b>	Varella, Santos e Najberg	O Novo Serviço Público e a Lei de Incentivo à Cultura: Uma Oportunidade

Fonte: Elaborado pelo autor.

A implementação da legislação federal, municipal e estadual de incentivo à cultura, ocorrida no Brasil a partir de 1990, foi analisada inicialmente por Durand, Berman e Gouveia (1997), os quais apresentaram os aspectos negativos e positivos desses instrumentos. Apesar de não contarem com resultados suficientes para se efetuar uma avaliação acerca do cenário das leis de incentivo à cultura, perceberam uma série de tendências em relação a essas, tais quais em relação ao crescimento do número de empresas incentivadoras por vias de leis de incentivo à cultura, além de desvelarem uma diversificação nos setores empresariais que patrocinavam a cultura por esse meio.

Uma série de estudos foram realizados tendo a Lei 8.313 como objeto empírico de análise. Nagayama (2001) analisou os resultados do projeto “Incentivo ao Incentivo”,

do Ministério da Cultura, o qual tinha o intuito de desmistificar ao meio empresarial o incentivo à cultura por vias da LIC, contando com informações de 2000 a 2001, buscando compreender se as organizações participantes deste projeto posteriormente incentivaram projetos culturais através da Lei. A maioria das empresas participantes do projeto em questão, “Incentivo ao Incentivo”, posteriormente apoiaram projetos culturais, dado que a partir do momento que as empresas se envolvem no patrocínio cultural, seus interesses nessa área aumentam e o incentivo à cultura passa a ser vislumbrado como uma boa alternativa de investimento.

A criação das leis de incentivo à cultura trouxe alterações no campo de atuação de organizações voltadas para a área cultural, em relação a manutenção de sua sobrevivência e outros aspectos. Silva e Dellagnelo (2004) analisaram a formação de uma rede de organizações não-governamentais (ONGs) que objetivam promover cidadania através da arte, de modo a compreender o que as transformações no campo cultural, tais como a criação de leis de incentivo à cultura, ocasionaram no modelo de gestão e nas formas de captação de recursos dessas organizações. Constatou-se que as ONGs presentes nessa rede estavam tomadas por uma lógica de mercado, inclusive na formação de seus gestores e no desenvolvimento de projetos, os quais seguiam um viés empresarial, o que coloca em risco a atuação em favor do que é de fato o objetivo dessas organizações.

Nesse sentido, análises no campo cultural dos estados brasileiros revelaram aspectos sobre a conjuntura de utilização do mecanismo de incentivo à cultura. No estado de Pernambuco, a partir da análise de ações de financiamento ocorridas através da renúncia fiscal pelas leis de incentivo à cultura com enfoque nos recursos advindos de instituições bancárias, percebeu-se que as organizações deste setor costumam atuar diretamente, por meio do investimento e disponibilização de recursos para a realização de projetos culturais, ou indiretamente, através de seus institutos culturais. Existe uma lógica de mercado na escolha de quais manifestações culturais incentivar, tendo em vista que a atuação cultural dessas instituições é uma oportunidade de elas serem mais reconhecidas pela sociedade, sendo que além de receberem incentivos fiscais do governo, conseguem se promover a partir desse investimento (LORÊTO; PACHECO, 2007).

O financiamento das políticas públicas culturais no Brasil através da Lei 8.313 foi comparado ao formato de incentivo utilizado na França, sendo destacados os aspectos problemáticos dessas estruturas de financiamento. Alguns aspectos destacados acerca da LIC foram: concentração de recursos advindos desse mecanismo em poucas empresas, desequilíbrio na distribuição dos recursos em termos geográficos, falta de transparência em relação a destinação dos recursos, utilização como forma de repasse de recursos públicos e a parceria entre setor público e privado proposta pela Lei não gerou aumento dos recursos direcionados para a cultura, uma vez que não entraram novos recursos, apenas trabalha-se com redução de receitas públicas. No caso da França, destaca-se que também ocorre concentração do incentivo nas mãos de poucas empresas, mas numa proporção menor que no caso brasileiro; já na questão da distribuição geográfica o país apresenta uma maior descentralização de atividades culturais, alcançando regiões interioranas, tendo em vista a existência de políticas que vislumbravam democratizar o acesso à cultura (SILVA, 2010).

Saddi (2010) analisou as relações entre os atores envolvidos com a Lei Rouanet na dinâmica do incentivo à cultura, como produtores culturais, incentivadores e o próprio Estado. A autora destacou, que apesar da Lei Rouanet apresentar uma série de fragilidades, como a concentração regional de recursos e a dificuldade de pequenos produtores culturais conseguirem captar recursos junto a incentivadores, ela foi responsável por uma considerável expansão da concepção de cultura e tipos de produção cultural existentes no Brasil e que deveriam ser incentivadas. Um outro estudo com objetivo parecido, a partir das análises dos resultados da lei, destacou que esta não conseguiu alcançar suas finalidades de democratizar o acesso e a fruição cultural para a população brasileira, destacando que seria necessária uma reformulação da lei para que ela conseguisse compreender melhor esses aspectos (GRUMAN, 2010).

Partindo de uma referência teórica que tratava sobre a sociedade de controle, Pinto (2011) analisou se a LIC se tratava de um instrumento de controle, ou seja, se a partir desta lei as produções culturais e a subjetividade dos artistas foram domesticadas/subordinadas pelo marketing empresarial e demais aspectos do mercado capitalista. Segundo este autor a LIC, desde sua criação, representa um instrumento de transformação dos produtores culturais em empreendedores capitalistas orientados pela

busca de patrocínios, ficando à margem aqueles produtores que não se adequam a essa dinâmica competitiva.

Nessa perspectiva, em análise dos reflexos das leis de incentivo fiscal à cultura sobre a produção de espetáculos do Theatro Municipal de São Paulo, Alves (2011) afirma que a captação de recursos por meio das leis de incentivo fiscal constitui um frágil elemento de garantia que os recursos públicos não sejam repassados apenas para os segmentos artísticos consagrados, no intuito de gerar uma associação da empresa ao prestígio do grupo incentivado (ALVES, 2011). A utilização das leis de incentivo fiscal à cultura no Brasil viabilizou a formação de um mercado de patrocínio cultural orientado pelos interesses da iniciativa privada, onde o Estado, através das transferências indiretas de recursos, passou a deixar a decisão acerca de qual produção cultural incentivar à mercê da lógica de mercado, mesmo que uma parte considerável dos recursos usados pelos projetos incentivados seja advindo do Estado (BELÉM; DONADONE, 2013).

A LIC apresenta pontos de sucesso e insucesso em relação aos seus resultados. Como pontos de sucesso, destaca-se sua capacidade de fomentar o exercício dos direitos culturais em âmbito nacional e o aporte de mais de 10 bilhões de reais para a economia criativa. Entretanto, em contrapartida, há pontos de insucesso no instrumento, como a concentração de recursos na região sudeste e a manutenção do monopólio de grandes corporações no desenvolvimento de produtos culturais (BIER; CAVALHEIRO, 2015).

Uma perspectiva de análise que aparece na literatura se refere a relação da lei de incentivo e as empresas, apresentando como esse instrumento é utilizado por essas. Izidoro e Jacinto (2015) analisaram os impactos da Lei Rouanet sobre os resultados de uma concessionária de rodovias, no intuito de averiguar os possíveis benefícios que a lei traz para a organização, e elucidaram sobre reduções que o incentivo proporciona na carga tributária das empresas, demonstrando ser interessante sua utilização considerando-se as possibilidades de abatimento da carga tributária.

Nesse aspecto, a partir de uma análise sobre os critérios utilizados pelas empresas para escolha de projetos da área de artes cênicas a serem incentivados via LIC, Mega (2015) percebeu a existência de uma certa censura de mercado nesse setor, que faz com que produções teatrais experimentais e produções que possuem

significados divergentes a convenções sociais acabem tendo grande dificuldade de captar incentivos. Em um estudo com objetivo parecido, foram analisados os fatores que levam empresas do Rio Grande do Norte a optar pelo investimento em projetos culturais por vias de leis de incentivo à cultura. Percebeu-se que através do investimento em projetos culturais as empresas conseguem melhorar a sua imagem e divulgar sua marca, utilizando um mínimo de recursos próprios, tendo em vista a orientação de renúncia fiscal das leis de incentivo à cultura, o que faz dessas leis relevantes ferramentas de marketing cultural (ALMEIDA; ARAUJO; ALCÂNTARA, 2015).

Outro estudo analisou como é a divulgação de informações contábeis de empresas que incentivam projetos contemplados pela Lei Rouanet sobre esse aspecto, examinando demonstrações e relatórios de empresas de capital aberto do Sul do Brasil para verificar se possibilitavam aos usuários externos tomarem conhecimento acerca das ações de responsabilidade social dessas empresas em termos de incentivo à cultura. Revelou-se que o formato de divulgação adotado pela maioria das empresas consideradas não permite aos usuários externos tomarem conhecimento sobre esse aspecto da responsabilidade social (REIS et al., 2016).

Avaliando o quadro de projetos cinematográficos aprovados pelo Ministério da Cultura para captação de recursos através da LIC, Fialho (2016) demonstra a existência de concentração, na região Sudeste, de projetos apresentados com enfoque em produções cinematográficas de curta e média-metragem, sendo este um fator que pode explicar a consequente concentração de recursos captados nessa região. A autora salienta que o texto da lei prevê aspectos que favorecem a centralização de recursos em determinadas instituições, tendo em vista que permite-se que as empresas criem fundações e incentivem produções culturais realizadas por essas fundações, o que faz com que estas empresas de certa forma sejam beneficiadas duas vezes pelo incentivo, pelas deduções fiscais do incentivo à cultura e pelo direcionamento de recursos através das fundações para ações culturais que melhor lhe atendam em termos de marketing e divulgação da marca. Enquanto mecanismo legal, se sustentada essencialmente por uma dinâmica orientada pelo mercado, é grande a possibilidade da LIC não cumprir seus objetivos em termos de compreensão das necessidades culturais e promoção dos direitos culturais, tendo em vista que as empresas tendem a orientar a decisão de

patrocínio para o lucro, de modo que produções culturais consagradas e com maior potencial de alcance da massa populacional acabam se destacando em termos de potencial de captação, mesmo que pouco contribuam para os objetivos públicos da LIC (NOHARA; FIREMAN, 2016).

Alguns trabalhos na literatura nacional analisaram a LIC como instrumento promoção da democracia ou de democratização da cultura no Brasil. Kruse (2016) analisou a eficácia da LIC pela ótica dos aspectos constitucionais e culturais, pelo caso da cidade de Ponta Grossa no Paraná, verificando se a lei de incentivo à cultura se orientava de fato pela preocupação com a preservação das manifestações culturais brasileiras, ou se tratava-se de um instrumento meramente orientado por interesses capitalistas. Para esta autora a LIC, que possui objetivos explícitos em seu texto legal voltados para a democratização da cultura, trata-se de um instrumento ineficaz, tendo em vista que pelos resultados encontrados percebe-se que os projetos incentivados na cidade de Ponta Grossa são voltados para a classe dominante/intelectualizada e é grande a exclusão cultural dos demais indivíduos do município, sem contar que os incentivadores culturais reconhecem que sua preocupação principal é que através do incentivo ocorra o aumento da visibilidade da empresa.

Nessa linha, Dowlatyari (2017) verificou se a LIC servia de fato aos seus objetivos de democratização e desenvolvimento da cultura brasileira. A autora chegou a uma série de conclusões, sintetizadas no Quadro 2.

Quadro 2: Destaques acerca do funcionamento da LIC

<b>Aspectos</b>	<b>Características</b>
<b>Dependência da LIC</b>	Uma parte significativa dos projetos culturais do Brasil são dependentes da LIC para sua viabilização, sendo essa a principal forma de obtenção de recursos.
<b>Existência da função de captador</b>	O captador possui uma função externa ao cunho cultural dos projetos, tendo objetivo de viabiliza-los através da negociação para captação de recursos junto a empresas. Essa função é resultado de ineficiências de mercado e sua presença tende a diminuir conforme os produtores forem educados para elaborar projetos com capacidade arrecadatória.
<b>Alinhamento de interesses entre empresa e projeto</b>	Alguns aspectos elementares que favorecem que projetos sejam patrocinados via Lei Rouanet dizem respeito a existência de interesses ou causas comuns entre empresa patrocinadora e o cunho do projeto.
<b>Dificuldade de viabilização de projetos menores</b>	Projetos novos e menores possuem maior dificuldade em captar recursos para sua viabilização, tendo em vista que podem possuir menor atratividade, visibilidade e menos contatos.
<b>O órgão regulador da</b>	O órgão responsável pela cultura, seja ministério ou secretaria, deve

<b>cultura deve priorizar a democratização da cultura e o mérito cultural dos projetos</b>	estabelecer critérios que indiquem um tipo de projeto que deva ser priorizado para financiamento, buscando atender os objetivos de democratização da cultura e de mérito cultural dos projetos para auxílio na decisão sobre qual projeto incentivar.
--	---

Fonte: Elaborado pelo autor com base em Dowlatyari (2017)

A partir de uma análise do financiamento da cultura no Brasil no lapso temporal compreendido entre 2003 e 2015, Costa, Medeiros e Bucco (2017) discorrem o dinheiro advindo das leis de incentivo corresponderam a 90,8% do dinheiro público direcionado a cultura no Brasil, e salientam que existe certa concentração de proponentes e incentivadores de projetos culturais. Apesar da mudança na concepção de cultura ocorrida durante o governo Lula, com a implementação da perspectiva antropológica do conceito no plano governamental em 2003, a decisão de qual cultura incentivar continua sendo tomada pelo mercado, que por sua vez, tende a buscar a utilização desse instrumento de renúncia fiscal para a geração da própria renda, optando por projetos que proporcionem o fortalecimento da imagem organizacional, muitas vezes executados por poucas fundações e produtores culturais de renome.

Já Bem, Waismann e Araujo (2017) analisaram a destinação de recursos para a área de preservação do patrimônio através da Lei Rouanet, considerando dados referentes ao período compreendido entre 2007 e 2016. Os autores destacaram a relevância dessa lei na preservação do patrimônio cultural no Brasil, porém, salientam acerca de uma série de descompassos em termos de destinação de recursos para essas áreas, com períodos de menor direcionamento de recursos e menor quantidade de projetos.

Nessa linha, Ficheira e Hollanda (2018) analisaram a distribuição regional de recursos e os produtos culturais incentivados pela LIC, de modo a comparar dados na área de língua, literatura e leitura. Comparativamente, o setor de humanidade possuía o menor volume de recursos captados em relação aos demais setores apoiados pela LIC. As autoras apresentam um quadro de distribuição e proporcionalidade dos recursos entre áreas culturais dos projetos e regiões geográficas do país no lapso de 26 anos de existência da Lei Rouanet, e destacaram que apesar das diversidades culturais serem evidentes em todos os locais do país, percebe-se que as empresas e incentivadores optam por alocar recursos onde estão localizadas, tendo em vista que assim podem usufruir de benefícios advindos do patrocínio, o que acarreta em concentração de

recursos captados em determinadas localidades, como em regiões de maior rendimento nominal, produto interno bruto e concentração populacional. Isso trata-se de um problema de mercado, porém, desde sua criação a Lei Rouanet passou por poucas medidas de alteração para correção dessas falhas de mercado.

Além desses aspectos, há na literatura sobre esse tema uma proposta de modelos para avaliar a efetividade da Lei Rouanet, considerando projetos e ações da Lei, sendo um dos modelos voltado a compreender a efetividade individual de um projeto e outro voltado a examinar a efetividade de um conjunto de projetos compreendidos em um determinado ano (PICCOLI, 2019). E há ainda reflexões sobre a Lei de Incentivo à Cultura com base em elementos da Nova Gestão Pública e do Novo Serviço Público onde, através da análise dos dados da lei, foram identificadas evidências de concentração de recursos na região Sudeste do país e em projetos elaborados e executados por empresas (VARELLA; SANTOS; NAJBERG, 2020).

Pela literatura, converge uma série de aspectos elencados acerca da política de financiamento à cultura através da LIC, tais quais: as leis de incentivo à cultura representam uma forma de fomento e garantia dos direitos culturais; é crescente o volume de recursos destinados à cultura através dessas leis; representam uma alternativa relevante para os resultados financeiros das empresas incentivadoras, através do retorno de imagem que pode ser gerado para os patrocinadores; entre outros aspectos. Como aspectos negativos das leis, listam-se: a concentração de recursos em determinadas regiões; existência de uma lógica de mercado na escolha de quais projetos culturais incentivar, tendo como critério de escolha a geração de lucros e visibilidade, independente da relevância cultural da produção incentivada; concentração de incentivos em projetos de fundações e produtoras maiores; entre outros aspectos.

#### **4. Conclusões**

O presente artigo buscou efetuar uma revisão da literatura nacional sobre Incentivo Fiscal à Cultura. Para tanto, realizou-se uma revisão sistemática da literatura sobre esse tema, considerando bases de busca científica nacionais. Na literatura nacional existe uma série de perspectivas de análise das Leis de Incentivo à Cultura, sendo que a primeira delas buscou compreender e avaliar as Leis de Incentivo Fiscal a partir da análise de seus resultados, tendo o enfoque em elucidar sobre a distribuição de recursos,

áreas culturais, projetos incentivados, entre outros aspectos (DURAND; BERMAN; GOUVEIA, 1997; SILVA, 2010; SADDI, 2010; FIALHO, 2016; KRUSE, 2016; BIER; CAVALHEIRO, 2015; COSTA; MEDEIROS; BUCCO, 2017; DOWLATYARI, 2017; FICHEIRA; HOLLANDA, 2018; PICCOLI, 2019; VARELLA; SANTOS; NAJBERG, 2020).

A segunda perspectiva buscou analisar a Lei de Incentivo à Cultura por um enfoque voltado a compreensão das alterações no Campo Cultural, nas organizações e na dinâmica dos artistas que lidam com esse meio, em termos de formas de captação de recursos, sobrevivência, dentre outros aspectos (SILVA; DELLAGNELLO, 2004; LORETO; PACHECO, 2007; ALVES, 2011; PINTO, 2011; BELÉM; DONADONE, 2013; MEGA, 2015; NOHARA; FIREMAN, 2016).

Já a terceira perspectiva de análise buscou investigar as Leis de Incentivo à Cultura como uma alternativa relevante de investimento e um instrumento para maximização dos resultados financeiros das organizações patrocinadoras (incentivadores), analisando estratégias de utilização e aspectos que motivam as empresas a utilizarem esse instrumento (NAGAYAMA, 2001; IZIDORO; JACINTO, 2014; ALMEIDA, ARAUJO, ALCÂNTARA, 2015; REIS et al., 2015).

Pelas perspectivas de análise consideradas, percebe-se uma série de características das Leis de Incentivo à Cultura em relação aos seus resultados e utilizações. Destaca-se pelos resultados dos estudos realizados, que desde o final da década de 1990 é crescente a aderência das empresas ao incentivo à cultura por meio das leis de dedução fiscal do investimento, sendo essas empresas de variados setores, atuando em leis de âmbito federal, estadual ou municipal (DURAND; GOUVEIA; BERMAN, 1997). Com o passar dos anos, tendo as leis de incentivo fiscal como principal instrumento de financiamento cultural no país, começou a se visualizar um quadro de concentração de recursos em determinadas regiões e em tipos de produção cultural, tendo em vista a utilização instrumental da cultura, onde voltava-se o incentivo para as produções que possuíssem a capacidade de trazer maior retorno aos incentivadores.

Nesse quadro, a LIC representa um instrumento com recursos centralizados principalmente nas regiões metropolitanas da região sudeste, bem como com recursos

direcionados sobretudo para um restrito número de fundações culturais, que os controlam como uma forma de monopólio (COSTA; MEDEIROS; BUCCO, 2017; BIER; CAVALHEIRO, 2015; FIALHO, 2016). Apesar das imperfeições destacadas, salienta-se que a LIC representa uma das poucas e principais alternativas de financiamento para muitas organizações culturais, e sem ela muitas produções culturais se tornariam inviáveis. Além disso, a lei apresenta destaques por não depender exclusivamente do orçamento do governo e ser um mecanismo eventualmente aprimorado pelos órgãos responsáveis pela pasta da cultura (DOWLATYARI, 2017).

O presente artigo traz como contribuição a ampla apresentação da literatura sobre Incentivo Fiscal à Cultura, descrevendo os resultados dos estudos que analisaram esse objeto empírico e conclusões gerais acerca das análises realizadas sobre o principal instrumento de financiamento cultural do Brasil.

## 5. Referências

ALMEIDA, S. T.; ARAÚJO, M. V. P.; ALCÂNTARA, N. D. S. Marketing Cultural: Uma Estratégia Competitiva via Leis de Incentivo à Cultura. **Caderno Profissional de Administração da UNIMEP**, v. 5, n. 2, p. 24-45, 2015.

ALVES, M. A. As Implicações das Leis de incentivo à Cultura sobre o Processo de Produção dos Espetáculos no Theatro Municipal de São Paulo. **Estudos de Sociologia**, v. 16, n. 30, p.161-175, 2011.

BELÉM, M. P.; DONADONE, J. C. A Lei Rouanet e a construção do “mercado de patrocínios culturais”. **Norus**, v. 1, n. 1, p. 51-61, 2013.

BEM, J. S.; WAISMANN, M.; ARAUJO, M. P. Patrimônio Cultural e recursos da Lei Rouanet de 2007 a 2016. **Políticas Culturais em Revista**, v. 10, p. 161-185, 2017.

BIER, C. A.; CAVALHEIRO, R. A. Lei Rouanet x Crowdfunding: fomentando os Empreendimentos Culturais. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 9, n. 2, p. 30-47, 2015.

BOROWIECKI, K. J.; NAVARRETE, T. Fiscal and economic aspects of book consumption in the European Union. **Journal of Cultural Economics**, v. 42, n. 309, 2018.

CALABRE, L. História das políticas culturais na América Latina: um estudo comparativo de Brasil, Argentina, México e Colômbia. **Revista Escritos**, v. 7, n. 7, p. 323-345, 2013.

COSTA, C. F.; MEDEIROS, I. B. O.; BUCCO, G. B. O financiamento da cultura no Brasil no período 2003-15: um caminho para geração de renda monopolista. **Revista de Administração Pública**, v. 51, n. 4, p. 509-527, 2017.

DOWLATYARI, M. **The rouanet law: Funding cultural projects or a creative industry in Brazil?** Dissertação (MPGI), Escola de Administração de Empresas de São Paulo, FGV, São Paulo, 2017.

DURAND, J. C. G.; GOUVEIA, M. A.; BERMAN, G. Patrocínio empresarial e incentivos fiscais a cultura no Brasil: Análise de uma experiência recente. **Revista de Administração de Empresas**, 1997.

FIALHO, F. M. **Mecenato na Lei Rouanet: o desafio da concentração de Recursos na produção cinematográfica audiovisual de curta e média-metragem no período de 2005 a 2015.** Dissertação (Mestrado em Administração Pública), Universidade Federal de Viçosa, Florestal, 2016.

FICHEIRA, C. M. H.; HOLLANDA, H. B. Política Cultural por meio do incentivo fiscal, 26 anos de caminhada: retrato da captação global e setorial no campo das humanidades. **Políticas Culturais em Revista**, v. 11, p. 255, 2019.

GRUMAN, M. Nem tanto ao céu, nem tanto a terra: limites e possibilidades da lei de incentivo fiscal à cultura. **Revista Espaço Acadêmico**, v. 9, p. 149-154, 2010.

HEMELS, S. Tax Incentives as a Creative Industries Policy Instrument. In: HEMELS, S.; GOTO, K. **Tax Incentives for the Creative Industries**, Springer, Singapura, 2017.

IZIDORO, M. A.; JACINTO, A. M. D. Análise sobre os impactos da Lei de Incentivo e Cultura (Lei Rouanet) nos resultados de uma concessionária de rodovias: um estudo de caso. **Universitas**, v. 8, n. 14. 2014.

KRUSE, B. C. **Sociedade, cultura e Lei Rouanet: um estudo de caso na cidade de Ponta Grossa (PR).** Dissertação (Mestrado em Gestão do Território), Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2016.

LORETO, M. S. S.; PACHECO, F. L. A inserção da lógica de mercado no campo cultural: a relação entre as instituições bancárias e a cultura em Recife. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 5, n. 4, p. 01-14, 2007.

MEGA, V. M. **Lei Rouanet: a visibilidade do produto cultural como critério de patrocínio à produção artística.** Dissertação (Mestrado em Interfaces Sociais da Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015.

NAGAYAMA, M. **Incentivo ao incentivo: a Lei Rouanet como instrumento de transformação social.** Dissertação (Mestrado em Administração Pública e Governo), Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2001.

NOHARA, I. P.; FIREMAN, A. L. A. Desenvolvimento pelo incentivo à cultura: papel da arte e vicissitudes da utilização da Lei Rouanet. **Revista de Direito Econômico e Socioambiental**, v.7, n. 2, p. 198-220, 2016.

PICCOLI, C. E. **Avaliação de Políticas públicas culturais: um modelo de análise da efetividade da Lei Rouanet**. Tese (doutorado em Ciências Contábeis), Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2019.

PINTO, M. F. M. **Política cultural na sociedade de controle: a Lei Rouanet como instrumento de subordinação dos artistas ao marketing das empresas patrocinadoras**. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2011.

PITOMBO, M. Sintomas dos deslocamentos de poder na gestão do campo cultural no Brasil - uma leitura sobre as leis de incentivo à cultura. **Temas contemporâneos**. Salvador: Editora FIB, v. 01, p. 56-62, 2006.

REIS, L. G. D.; PAGNI, F.; ANCIOTO, R. G.; OLIVEIRA, M. C. P. Incentivo Fiscal à Cultura: Uma Análise das Divulgações das Sociedades Anônimas do Sul do Brasil. **Sociedade, Contabilidade e Gestão**, v. 11, n. 3, p. 65-79, 2016.

SADDI, L. N. **Políticas Públicas Culturais, Mediações e Cidadania: o caso da Lei Rouanet**. Dissertação (Mestrado em Artes), Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2010.

SAMPAIO, R. F.; MANCINI, M. C. Estudos de Revisão Sistemática: Um guia para síntese criteriosa da Evidência Científica. **Revista Brasileira de Fisioterapia**, v. 11, n. 1, p. 83-89, 2007.

SCHUSTER, J. M. Tax incentives in cultural policy. In: GINSBURG, V.A.; THROSBY, D. **Handbook of the economics of art and culture**. North-Holland (Elsevier), Amsterdam, 2006.

SILVA, R. C.; DELLAGNELO, E. L. Redes de organizações sociais: a inserção da lógica de mercado e a formação de gestores. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 2, n. 3, p. 1-11, 2004.

SILVA, D. S. **Financiamento da política cultural no Brasil e na França: uma avaliação comparada da Lei Rouanet**. Dissertação (Mestrado em Economia), Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2010.

VARELLA, A. C. N.; SANTOS, R. T.; NAJBERG, E. O Novo Serviço Público e a Lei de Incentivo à Cultura: Uma Oportunidade. **Revista de Economia da UEG**, v. 16, p. 107-122, 2020.