

HISTORICIDADE DA PRODUÇÃO CINEMATOGRAFICA E CULTURAL NO BRASIL E AS POLITICAS DE INCENTIVOS FISCAIS

*HISTORICITY OF CINEMATOGRAPHIC AND CULTURAL
PRODUCTION IN BRAZIL AND
FISCAL INCENTIVE POLICIES*

André Felipe Canuto Coelho¹

Faculdade Damas

Paulo Joviniano Alvares dos Prazeres²

UNICAP

Resumo

O presente trabalho visa objetivar a importância de Lei 8685/93, mas conhecida como Lei do Cinema. Para tanto, seus aspectos normativos foram abordados nesta proposta pois, para o devido custeamento de produções cinematográficas nacionais, é necessário que tanto o investidor, ou seja, o patrocinador ou doador, utilize a lei de incentivos fiscais para assim, além de estar contribuindo para a divulgação cultural do Brasil, também está se beneficiando de incentivos fiscais. Esses incentivos fiscais são repassados para a indústria cinematográfica que, com esses recursos, financiam filmes nacionais engrandecendo assim sua cultura pois, desde a criação do cinema em 1897, ano de sua invenção pelos irmãos Lumière, e posteriormente chegando ao Brasil apenas seis meses após essa invenção, o cinema passou a fazer parte da cultura do país e assim, evolui rapidamente. A metodologia utilizada neste trabalho está embasada em referenciais bibliográficos que tratam das questões relacionadas ao incentivo fiscal e também ao incentivo a

¹ Doutor em Ciência Política. Mestre em Direito Público. Especialista em Economia do Setor Público. Professor do Mestrado em Direito da Faculdade Damas na área de concentração de Direito Tributário, Financeiro e Econômico. Professor da graduação em Direito na Faculdade Damas da área de Tributário/Financeiro/Econômico. Auditor Fiscal da Receita Federal do Brasil. E-mail: afccbpg@hotmail.com

² Doutorando em Direito Pela Universidade Católica de Pernambuco UNICAP; Doutorando em Ciências da Educação pela Universidad Autonoma de Asunción UAA; Doutorando em Direito e Ciências Sociais pela Universidad Nacional de Córdoba UNC; Mestre em Direito pela Faculdade Damas da Instrução Crista FADIC; Mestre em Ciências da Educação pela Universidad Del Sol UNADES

produção cinematográfica. Com o incentivo proporcionado pela Lei 8685/93, mas conhecida como Lei do Cinema, a indústria cinematográfica está tendo a oportunidade de crescer e se desenvolver além de estar ganhando espaço em âmbito nacional. As hipóteses que norteiam este trabalho permeiam em torno dos incentivos fiscais proporcionados pelo Governo, a empresas que desejam reduzir seus impostos tributários incidentes no Imposto de Renda. Como resultados, este trabalho procurará mostrar os benefícios proporcionados as produções cinematográficas nacionais.

Palavras-chave

Incentivos fiscais. Produção cinematográfica. Lei do Cinema.

Abstract

The present work aims to objectify the importance of Law 8685/93, but known as Law of Cinema. For both, their regulatory aspects were addressed in this proposal because, for the due of national film productions bears, it is necessary that both the investor, i.e. the sponsor or donor, use the law of tax incentives as well as well as contributing to Brazil's cultural dissemination, is also benefiting from tax incentives. These tax incentives are passed on to the film industry that, with these resources, finance national films magnify your culture because, since the creation of the cinema in 1897, the year of its invention by the Lumière brothers, and later reached the Brazil just six months after this invention, the cinema became part of the culture of the country and thus evolves rapidly. The methodology used in this work is based on bibliographic references that address issues related to tax incentives and also to encourage film production. With the incentive provided by Law 8685/93, but known as the Law of Cinema, the film industry is having the opportunity to grow and develop as well as gaining space nationwide. The assumptions that guide this work permeate around the tax incentives provided by the Government, the companies wishing to reduce their tax taxes income tax incidents. As a result, this paper will show the benefits provided the national film productions.

Keywords

Tax incentives. Film production. Film Law

INTRODUÇÃO

O presente trabalho se propõe a mostrar a história da produção cinematográfica ao longo de sua história, deste a criação no ano de 1897, passando pelas primeiras salas de cinema criadas em torno de todo país até o cinema atual. Para tanto, é necessário compreender que para a criação de filmes, muitas produtoras dependem do auxílio dos recursos fiscais para colocarem seu projeto prática, e para isso essas produtoras necessitam seguir as normas estabelecidas pela Lei 8685/93.

No entanto, com o crescimento acelerado das produções cinematográficas, começaram os cinemas se espalharem rapidamente por todo o país e com isso, as produções de cinema começaram a ganhar espaço junto a cultura brasileira e assim, os incentivos financeiros por parte do Governo passaram a ser fator importante junto ao engrandecimento dessa cultura.

Vale ressaltar que, esses incentivos financeiros advêm de incentivos fiscais do Governo, onde este capta recursos de empresas que desejam reduzir a carga tributária de seu imposto de renda, revertendo assim, o valor que iria ser pago ao governo em patrocínio ou mesmo doações de incentivo a cultura. Esses recursos podem ser adquiridos por cineastas que desejam realizar produções cinematográficas, onde eles deverão estar solicitando este incentivo junto ao Governo para o desenvolvimento de sua produção audiovisual.

Com a implantação a Lei do Cinema, a Lei nº 8685/93, muitas diretrizes relacionadas a captação de incentivos fiscais para produções cinematográficas precisam ser seguidas, para que as produtoras consigam receber do Governo esses incentivo a cultura. O governo impôs esta lei para incentivar as grandes empresas e também pessoas físicas a contribuírem com a produção cultural nacional e para isso, as oferece em troca, a redução de sua carga tributária descontada em Imposto de Renda.

De acordo com os termos da Lei 8685/93, o valor a ser descontado no Imposto de Renda é de até 6% para pessoas físicas e de 4% para pessoas jurídicas. Este incentivo vem mostrar o quanto o investimento em cultura, pode beneficiar pequenos projetos cinematográficos que podem vir a engrandecer a cultura nacional, além de estar dando incentivo e oportunidade não só a produtoras, também cineastas que desejam ver seu trabalho divulgado.

Para tanto, o principal objetivo deste trabalho é compreender a importância que a lei de incentivo fiscal tem possibilitado a produção cinematográfica. Nesse sentido, este trabalho será dividido em quatro capítulos: no capítulo será tratada a questão da produção cinematográfica, desde a sua origem até a legislação que a cerca; no capítulo dois será tratada a questão dos

incentivos fiscais, conceitos e legislação; no capítulo três, será tratada a questão dos incentivos fiscais de acordo com a Lei 8685/93; e no capítulo quatro é tratada a questão da aplicabilidade dessa lei.

2. PRODUÇÃO CINEMATOGRÁFICA

2.1 BREVE HISTÓRICO

Segundo Simis (1996, p.69), “de 1897 a 1907, temos uma fase de introdução e apresentação da invenção cinematográfica”. A invenção da produção cinematográfica se deu em Paris e sua apresentação durou em torno de 40 a 50 segundos, e seus primeiros espectadores não passaram de um pouco mais de trinta pessoas, a partir daí, deu início a produção cinematográfica. Inicialmente seu mercado não era estabilizado e sua produção era basicamente ambulante.

Inventado pelos irmãos Lumière, no final do século XIX, atualmente o cinema existe em função da invenção do cinematógrafo. Para Holanda (2008, p.142) “sabe-se que o cinema ambulante, através das várias “maravilhas do século”, [...] circulou por todo o país a partir do final do século XIX, de norte a sul do país”.

Em relação à criação do cinematógrafo dos irmãos Lumière, Holanda (2008) ainda ressalta que:

“Segundo Marcos Fábio Belo Matos, a vantagem do cinematógrafo dos irmãos Lumière diante de tantos aparelhos que se testavam simultaneamente, era a versatilidade de projetar, filmar e revelar o filme, além de ter o peso reduzido, facilitando o transporte e “permitindo aos seus operadores viajarem muito para mostrá-lo e, também, filmar

em paisagens as mais distintas possíveis” (MATOS, 2002, p.30).” (HOLANDA, 2008, p.142)

Sem dúvidas, a criação cinematográfica no país deslanchou depois da invenção do cinematógrafo, embora, “inicialmente, as relações entre os produtores e o poder talvez possam ser interpretados apenas como uma troca de gentileza”, pois ainda “cedo o cinema tinha sido contratado para prestar serviços a instituições públicas ou para satisfazer as ambições de políticos”. (SIMIS, 1996, p.70)

Para tanto, apesar de existir notícias em relação a projeções de cinema anteriores, o marco inicial da invenção do cinema se deu a partir dessa projeção realizada pelos irmãos Lumière, que aconteceu em 28 de dezembro de 1895, em exibição paga no *Grand Café*, em Paris, sendo denominada como o marco inicial dessa nova arte. A partir de então, o cinema expandiu-se por toda a Europa, Estados Unidos e chegou ao Brasil em 1898, onde os “irmãos Segredo filmam a visita do Presidente Prudente de Moraes ao cruzador Benjamin Constant, após visita do prócer ao Salão de Novidades Paris, no Rio”. (SIMIS, 1996, p.70)

2.2 DEFINIÇÃO

A produção cinematográfica pode ser definida como cinematografia, ou seja, a “abreviação de cinematógrafo” significa uma técnica de “projetar fotogramas (quadros) de forma rápida e sucessiva para criar a impressão de movimento”. Vindo do grego, a palavra movimento significa “Kino” e “grafos” que significa escrever ou gravar (JUNIOR, 2011). A arte de produzir obras cinematográficas, narrativas ou não, usando esta técnica foi o que impulsionou a produção cinematografia a se espalhar por vários países do mundo inclusive o Brasil.

2.3 LEGISLAÇÃO

A legislação cinematográfica brasileira tem como competência proporcionar “fomento a produção”, estimulando a distribuição e a “autosustentabilidade da indústria cinematográfica nacional, visando o aumento da produção e da exibição das obras cinematográficas brasileiras”. (LIMA et al, 2007, p.243)

Ainda segundo Lima et al (2007, p.243), esta legislação também tem como função “estimular a diversificação da produção cinematográfica nacional e o fortalecimento da produção independente”, ou seja, a produção realizada através de patrocínios para assim, se conseguir fundos para arcar com as despesas da produção cinematográfica.

Os patrocínios por sua vez, é uma das formas que os produtores de cinema encontraram para arcar com as despesas recorrentes as suas produções. No entanto, sabe-se que Governo criou programas de incentivo a cultura, proporcionando assim a criação de filmes nacionais e também o incentivo fiscal as empresas patrocinadoras.

De acordo com Nagib et al (2002, p.480) o incentivo fiscal não é privilegio da Lei do Audiovisual, este incentivo como “qualquer tipo de incentivo fiscal tem intermediários, pessoas que ganham comissões. Se ficasse só nas comissões estabelecidas pela lei, muito bem, mas a tendência sempre é extravasar, e muitas vezes até mesmo funcionários das empresas que aplicam recebem dinheiro”.

Vale ressaltar que, a Receita Federal é muita crítica em relação ao incentivo fiscal, pois este órgão inspeciona de perto, todos os recursos disponibilizados para arcar com as despesas relacionadas à indústria cinematográfica no país. Logo, é fundamental que as produtoras informem corretamente o destino dos recursos direcionados à produção cinematográfica, para que assim, não ocorram problemas futuros.

2.4 PRODUÇÃO CINEMATOGRAFICA NO BRASIL

Segundo Campos (2004) *apud* Viany (1987, p.33), a estréia do cinema em terras brasileiras de deu “através de uma máquina chamada “Omniografho” e ocorreu a Oito de Julho de 1896, no Rio de Janeiro, na Rua do Ouvidor, 57, às duas horas da tarde”. Com base nesta reflexão, nota-se que a chegada do cinema ao Brasil, ocorreu após seis meses da descoberta do cinema pelos irmãos Lumière, percebendo-se assim, que o cinema já começara a penetrar em “diversos mercados, já nesta época”.

Campos (2004, p.2) *apud* Gomes (1980) também ressalta que:

A novidade cinematográfica chegou cedo ao Brasil, e só não chegou antes devido ao razoável pavor que causava aos viajantes estrangeiros a febre amarela que os aguardava pontualmente cada verão. Os aparelhos de projeção exibidos ao público europeu no inverno de 1895-1896 começaram a chegar ao Rio de Janeiro em meio deste último ano, durante o saudável inverno tropical. No ano seguinte, a novidade foi apresentada inúmeras vezes nos centros de diversão da Capital, e em algumas outras cidades (GOMES, 1980, p. 28).

Apesar da chegada do cinema ao Brasil ter ocorrido apenas seis meses após sua invenção, este acontecimento não livrou o Brasil da dependência das importações de filmes. “Apesar do cinema americano ter dominado o mercado mundial desde a pós-guerra, é preciso lembrar que já no final da década de 40 havia outros estilos atraindo os espectadores”. (MAGNANI, 2000, P.167)

Magnani (2000, p.167) ainda afirma que “a cinematografia nacional não conseguiu se impor nem se manter de forma constante por muito tempo”, ainda na década de 40 os clássicos mais assistidos eram as chanchadas da Atlântida e os filmes de Mazzaropi, que atraíam as camadas mais populares da sociedade.

Já na década de 50, o cinema americano já não era mais tão dominante, já enfrentava certa concorrência de filmes produzidos por outros países como a Europa, Itália e México. “Na década de 50, quanto o mercado exibidor de cinema em São Paulo começou a oferecer produtos alternativos em relação aos grandes estúdios de Hollywood, como o cine Jussara, na própria Cinelândia, passou a exhibir muitos filmes europeus”. (Magnani, 2000, p.168-169)

Com o passar do tempo e com a evolução cinematográfica São Paulo montou seu primeiro cinema de arte, em salas pequenas, no qual eram exibidos “aqueles do seu arquivo, os de arte, desde o começo do cinema, como os mudos de Chaplin, Meliès e outros, até filmes lançados na época”. (MAGNANI, 2000, p.169)

Magnani (2000, p. 169) afirma que, “assim, durante os anos 50, 60 e 70 de forma às vezes irregular, sempre havia alguma ou algumas salas voltadas para o cinema de arte. Elas se localizavam na área central da cidade” como na avenida Paulista. Geralmente essas salas de cinema, eram freqüentadas pela elite paulistana que ao mesmo tempo, proporcionavam aos jovens daquela época novos interesses e buscas.

Até os anos 80, muitos cinemas de arte existentes época e não foram substituídos por novos cinemas, como é o caso do cinema Belas Artes, que tentou se reerguer como cinema Trianon, também extinto alguns anos depois de sua tentativa. Ainda nesta mesma década, o mercado encontrava-se restrito a cineclubes como Bixiga e o Cineclubes da Fundação Getúlio Vargas.

Também é notável, que o cinema expandiu-se também para as salas de shopping. Historicamente esta tendência iniciou-se nos anos 60. “O primeiro cinema a localizar-se dentro de um shopping foi o cine Iguatemi, inaugurado em 1968 – o único cinema grande em shopping, com 870 lugares” (MAGNANI, 2000, p.170). Essa iniciativa possibilitou a expansão dos cinemas em shoppings em todo o país.

A partir dessa reflexão, podemos dizer que, muita coisa evoluiu desde a invenção do cinema e hoje a mostra possui mais duzentos filmes, sejam eles de curta, média ou mesmo de longa metragem. Atualmente, muitos produtores tem investido em pré-

estréias para atrair mais público e também para seu evento; após algum tempo esses filmes entram em cartaz, atraindo assim o público para assistir esses filmes nas telas dos cinemas.

3. INCENTIVOS FISCAIS

3.1 DEFINIÇÃO E CONCEITOS

Os incentivos fiscais que arcam com os custos de uma produção cinematográfica vem dos cofres do Governo, e em sua maior parte da iniciativa privada, “graças a renúncia fiscal e aos incentivos do Banco Nacional de Desenvolvimento econômico e Social – BNDS – e da Petrobras” (BALLERINI, 2012, p.160). Para tanto, esses recursos repassados ao governo garantem o investimento de produções cinematográficas nacionais.

Ballerini (2012, p.160) ainda afirma que, os incentivos fiscais brasileiro apresentam certa semelhança “com o sistema norte-americano, mas os Funcines – Fundo de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional, gerido pelo BNDES - são inspirados nos fundos de financiamentos franceses”.

“Ainda assim, é muito difícil vislumbrar o cinema brasileiro independente dos incentivos fiscais a curto de médio prazo”. Ou seja, se os incentivos fiscais acabassem de uma hora para outra, “o resultado seria o desaparecimento da maioria das pequenas e médias produtoras”, visto que elas necessitam deste estímulo financeiro para se arriscarem em projetos de filmes de longa-metragem. (BALLERINI, 2012, p.58)

De acordo com Lindoso (2004, p.23) afirma que a “política cultural vigente é a dos incentivos fiscais, os quais, como sabemos, são recursos públicos que o estado renuncia arrecadar e usar, em benefício de projetos previamente aprovados”. Assim, parte desses recursos direcionados aos projetos cinematográficos, são destinados a divulgação desses projetos culturais pré-aprovados.

Lindoso (2004, p.23) ainda afirma que “na área do cinema, grande beneficiária de incentivos fiscais, os recursos são destinados

quase que integralmente à produção”, constatando-se assim, muitos filmes finalizados que não possuem planejamento de distribuição. Outra questão também a considerar é que “entre os espetáculos beneficiados com incentivos fiscais, poucos são os que permitem acesso ao grande público e ocorrem em parques, praias e sambódromos”.

3.2 LEGISLAÇÃO

De acordo com a legislação existente, o Incentivo Fiscal faz parte do Programa Nacional de Apóio a Cultura – Pronac, e foi instituído pela Lei Rouanet (Lei 8.313/1991). Segundo Conselho Regional de Contabilidade do Rio Grande do Sul (2007, p.55), a referida lei visa “à captação de recursos para investimentos em projetos culturais” e seus principais objetivos são “promover, apoiar, incentivar a produção cultural e artística brasileira.

A Lei de Incentivo Fiscal também funciona como um meio de estimular o apóio da iniciativa privada ao setor cultural. Nesse sentido, pessoas físicas e jurídicas podem estar colaborando, dentro dos percentuais estipulados pela legislação tributária, não ultrapassando o limite de 4% para pessoa jurídica e 6% para pessoa física.

Ainda referente a destinação de recursos de Incentivo Fiscal, ministério da Cultura também aponta que:

- a) Pessoas Físicas:** até 6% do Imposto de Renda devido. O aproveitamento deste benefício fiscal está destinado às pessoas físicas que optarem pela Declaração de Rendimentos, no modelo completo. Este limite deve ser considerado em conjunto com as doações ao Fundo do Direito da Criança e do Adolescente e a Atividades Audiovisuais.
 - b) Pessoas Jurídicas:** até 4% do Imposto de Renda devido, calculado à alíquota de 15%. Este incentivo fiscal alcança somente as empresas que apuram seu Imposto de Renda pelo Lucro Real.
- (CONSELHO REGIONAL DE

CONTABILIDADE DO RIO GRANDE DO SUL, 2007, p.56)

Esses valores, ao ser destinado ao incentivo a cultura “deverão ser contabilizados como Despesa Operacional, devendo ser adicionado no LALUR para fins de cálculos di Imposto de Renda e também na base de calculo da Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (Art. 38 da IN nº 390-2004)”. (CONSELHO REGIONAL DE CONTABILIDADE DO RIO GANDE DO SUL, 2007, p.56)

De acordo com a Receita Federal (2008, p.1), a sigla LALUR significa Livro de Apuração do Lucro Real, “é um livro de escrituração de natureza eminentemente fiscal, criado pelo Decreto Lei nº 1.598, de 1977, conforme previsão do §2º do Art. 177 da Lei 6.404, de 1976 e destinado à apuração extra contábil do lucro real sujeito a tributação pelo imposto de renda”.

Já em relação as pessoas que podem apresentar projetos para se beneficiarem dos incentivos fiscais do Governo, o Ministério da Cultura³ (2013) ressalta que:

Podem apresentar propostas pessoas físicas com atuação na área cultural (artistas, produtores culturais, técnicos da área cultural etc.); pessoas jurídicas públicas de natureza cultural da administração indireta (autarquias, fundações culturais etc.); e pessoas jurídicas privadas de natureza cultural, com ou sem fins lucrativos (empresas, cooperativas, fundações, ONG's, organizações culturais etc.). (MINISTÉRIO DA CULTURA¹, 2013)

³ MINISTÉRIO DA CULTURA. **Mecanismo de Incentivo Fiscal da Lei Rouanet**. Acesso em 29/03/2017 e disponível em: http://www.cultura.gov.br/noticias-sefic/-/asset_publisher/QRV5ftQkjXuV/content/mecanismo-de-incentivo-fiscal-da-lei-rouanet-117363/10895

Com base nesta reflexão, cabe ressaltar que pessoas físicas podem ter até dois projetos de apoio a Lei de Incentivos Fiscais, enquanto as pessoas jurídicas, podem ter até seis projetos em execução. O limite máximo para pessoa física é de quatro projetos em execução, enquanto a pessoa jurídica pode o limite não pode ultrapassar dez projetos em execução. “Somente serão admitidas propostas para o proponente que tiver liberação da movimentação dos recursos captados em pelo menos 33% das propostas apresentadas, considerado o número de propostas apresentadas nos últimos três anos.” (MINISTÉRIO DA CULTURA¹,2013)

3.3 ALGUNS INCENTIVOS

Segundo o Art. 18 da Lei Rouanet, o Incentivo a Projetos Culturais tem como objetivo incentivar atividades culturais, deduzindo do imposto de renda pessoas física ou jurídica e percebendo o valor investido em forma de doações e patrocínios. (§ 1º do Art. 18 LEI 8.303/91)

§ 1º Os contribuintes poderão deduzir do imposto de renda devido as quantias efetivamente despendidas nos projetos elencados no § 3º, previamente aprovados pelo Ministério da Cultura, nos limites e nas condições estabelecidos na legislação do imposto de renda vigente, na forma de: a) doações; e b) patrocínios

Essas doações de patrocínios são direcionadas a produções artísticas e deduzidas do Imposto de renda. O Ministério da Cultura ressalta que, a Receita Federal não computa as despesas operacionais nos custos, porém apenas a necessidade de “atividade da empresa e a manutenção da respectiva fonte produtora”. (MINISTÉRIO DA CULTURA¹ (2013)

Nesse sentido, o Ministério da Cultura ainda afirma que, de acordo com a Lei Rouanet, no Art. 18, as seguintes atividades:

a) artes cênicas; b) livros de valor artístico, literário ou humanístico; c) música erudita ou instrumental;d) exposições de artes visuais;e) doações de acervos para bibliotecas públicas, museus, arquivos públicos e cinematecas, bem como treinamento de pessoal e aquisição de equipamentos para a manutenção desses acervos;f) produção de obras cinematográficas e videofonográficas de curta e média metragem e preservação e ifusão do acervo audiovisual;g) preservação do patrimônio cultural material e imaterial;h) construção e manutenção de salas de cinema e teatro, que poderão funcionar também como centros culturais comunitários, em municípios com menos de cem mil habitantes

Para se tornar um incentivador da cultura nacional e assim obter os incentivos fiscais, “as empresas ou pessoas físicas devem ser contribuintes do Imposto de Renda e apoiar os projetos culturais aprovados pelo Ministério da Cultura ou ANCINE ou realizar doações ao Fundo Nacional de Cultura.” (ANGELETE⁴, 2004)

Também é fundamental que proprietários de bens tombados pelo Patrimônio Histórico também proponham projetos para preservar ou mesmo restaurar esses bens, com a finalidade de se manter sua cultura de fundo histórico, e o principal, manter esses imóveis abertos a visitação pública. Outra forma também de estar dando incentivo a cultura, são as empresas adquirirem ingressos para eventos culturais o até mesmo artísticos, para distribuir a seus funcionários e dependentes legais. Este estímulo, possibilita um melhor envolvimento entre o cidadão e a cultura.

Para tanto, é necessário que essas empresas que participam do programa de Incentivo Fiscal, não só contribuam

⁴ ANGELETE, Lusía. **Os incentivos fiscais a cultura**. Acesso me 29/03/2017 e disponível em: http://www.marketing-e-cultura.com.br/website/pratica/prat001-b.php?cod_artigo=18

financeiramente para o crescimento cultural do Brasil, também é importante que elas participem ativamente em prol da cultural do país. Entre os principais incentivos se pode destacar a Lei do Audiovisual, a Lei de Incentivo ao Esporte e o Programa de Ação Cultural – Proac.

3.3.1 Lei do Audiovisual (Lei nº 8685 de 20 de julho de 1993)

A Lei do Audiovisual é uma lei que rege o investimento na produção e na co-produção de obras cinematográficas, audiovisuais além da infra-estrutura de produção e exibição. Com “o crescimento macro da atividade cinematográfica dos anos de 1990, toda cadeia produtiva no Brasil é beneficiada com as novas leis de incentivo” (AMANCIO et al,2008, p.368-369). Com isso, o número de filmes com títulos nacionais passou a crescer ano a ano pois a produção nacional aumentou e expandiu-se em todo o país.

3.3.2 Lei de Incentivo ao Esporte (Lei nº 11.438 de 29 de dezembro de 2006)

De acordo com o Portal Ar Lei de Incentivo ao Esporte (2013), “para pleitear incentivos fiscais via Lei de Incentivo ao Esporte, a entidade esportiva terá que comprovar sua regularidade fiscal nas esferas municipal, estadual e federal, além de emitir certidões negativas de INSS e FGTS”. Também todo o projeto precisa estar enquadrado dentro de alguma manifestação esportiva.

O Portal (2013) ainda expõe os exemplos de projetos a serem preiteados com os recursos advindos do incentivo ao esporte. São eles:

- Reforma e/ou construção de campos, centros de treinamento e acomodações;
- Seminários para atletas, professores, técnicos e praticantes;
- Treinamentos anuais de equipes da área olímpica;
- Custeio de participação em competições no exterior; eventos esportivos como campeonatos, circuitos e provas;

- Escolhinhas de esporte.

3.3.3 Programa de Ação Cultural – Proac (Lei nº 12.168 de 20 de fevereiro de 2006)

O Proac é um programa de incentivo fiscal (ICMS) e seu apóio se dá “por meio de patrocínios de contribuintes habilitados do ICMS a projetos previamente aprovados pela Secretaria de Esporte e Cultura” e também através de editais e concursos “por meio da seleção pública de projetos cuja premiação é proveniente de recursos orçamentários da Secretaria de Estado e Cultura”. (SECRETARIA DE CULTURA DE SÃO PAULO, 2014)

Segundo a Secretaria de Cultura de São Paulo (2014), o Programa de Ação Social:

- Apoiar e patrocinar a renovação, o intercâmbio, a divulgação e a produção artística e cultural no Estado;
- Preservar e difundir o patrimônio cultural material e imaterial do Estado;
- Apoiar pesquisas e projetos de formação cultural, bem como a diversidade cultural;
- Apoiar e patrocinar a preservação e a expansão dos espaços de circulação da produção cultural.

4. INCENTIVOS FISCAIS ESTABELECIDOS NA LEI BRASILEIRA 8685/93

Também conhecida como a Lei do Cinema, a Lei 8685/93 é uma lei que “cria mecanismos de fomento a atividade audiovisual e dá outra providencias” (LEI 8585/93). Os incentivos fiscais estabelecidos por esta lei, possibilita a pessoas física e jurídicas que desejam reduzir parte de seu imposto de renda, estar investindo na produção cinematográfica nacional.

De acordo com o Art. 1º incisos I e II desta mesma lei, até ano de 2016, “os contribuintes poderão deduzir do imposto de renda devido as quantias referentes ao patrocínio à produção de obras cinematográficas brasileiras de produção independente, cujos

projetos tenham sido previamente aprovados pela ANCINE”. E seu imposto de renda devido será apurado: “na declaração de ajuste anual pelas pessoas físicas; e em cada período de apuração, trimestral ou anual, pelas pessoas jurídicas tributadas com base no lucro real”.

Segundo Faria (2007, p.66), a ANCINE foi “criada pela Medida Provisória n° 2.281-1, de 6.9.2001, modificada pela Lei n. 10.454 de 13.5.2002. Essa Agência tem por objetivo cuidar da política do Cinema Nacional”. A diretoria desse órgão atua com regime de colegiado e o mandato dos diretores compreende o prazo de quatro anos.

Já em relação aos incentivos fiscais, vale ressaltar que, as pessoas jurídicas não poderão deduzir o lucro real baseando-se apenas no valor do patrocínio, visto que os contribuintes de imposto de renda, poderão se beneficiar de um abatimento de até 70% do valor devido como imposto, conforme explicitado do Art.º 3 desta mesma lei.

Art. 3º Os contribuintes do Imposto de Renda incidente nos termos do art. 13 do Decreto-Lei n° 1.089, de 1970, alterado pelo art. 2º desta Lei, poderão beneficiar-se de abatimento de 70% (setenta por cento) do imposto devido, desde que invistam no desenvolvimento de projetos de produção de obras cinematográficas brasileiras de longa metragem de produção independente, e na co-produção de telefilmes e minisséries brasileiros de produção independente e de obras cinematográficas brasileiras de produção independente. (LEI 8685/93)

Com base neste artigo da lei, se pode compreender que as pessoas jurídicas responsáveis pela remessa dos incentivos fiscais, também estão aptas a fiscalizarem de perto todo o desenvolvimento do projeto cinematográfico, a fim de inspecionarem se os valores repassados foram realmente utilizados. “Nesse caso, o beneficiário deverá fornecer para a empresa um

recibo de contribuição efetuada, em modelo próprio aprovada pelo Ministério da Cultura, o qual é conhecido como recibo mecenato”. (GALVÃO et al, 2008, p.225)

II - limite do aporte de recursos objeto dos incentivos previstos no art. 1º e no art. 1º-A, ambos desta Lei, somados, é de R\$ 4.000.000,00 (quatro milhões de reais) e, para o incentivo previsto no art. 3º e no art. 3º-A, ambos desta Lei, somados, é de R\$ 3.000.000,00 (três milhões de reais), podendo esses limites serem utilizados concomitantemente. (ART. 4º INCISO II DA LEI 8685/93)

Esse limite de recursos de incentivos fiscais precisam ser aprovados previamente pela ANCINE e utilizados na produção de obras audiovisuais de natureza publicitária (ART. 4º §3º DA LEI 8685/93). A utilização desses recursos tem contribuído para o financiamento de projetos cinematográficos nacionais e ao mesmo tempo tem dado incentivo a cultura brasileira. Como os recursos utilizados para o incentivo a cultura são captados de pessoas físicas ou jurídicas que desejam reduzir em encargos tributários, a lei estabelece a captação de recursos através do mecenato. Tal procedimento é deduzido do valor total do imposto de renda e direcionado previamente ao Ministério da Cultura.

Para que se possa captar recursos decorrentes dos incentivos fiscais e provenientes do Ministério da Cultura, é necessário que o projeto seja previamente autorizado e que este seja divulgado no Diário Oficial União. “A aprovação do projeto e sua publicação contém o título da obra, a instituição beneficiária de doação e patrimônio, o valor máximo autorizado para captação, o prazo de validade da autorização e o dispositivo legal relativo ao segmento objeto do projeto cultural”. (GALVÃO et al, 2008, p.225)

Nesse sentido, Francez et al (2009) afirma que:

A Lei Rouanet permite, no caso do mecenato, a redução do valor do imposto de renda devido, seja pela empresa sujeita ao lucro real, seja pela pessoa física. A redução do imposto se dá por desconto, parcial ou total, do montante transferido para o projeto cultural previamente aprovado pela Comissão Nacional de Incentivo a Cultura (CNIC), vinculada ao Ministério da Cultura. (FRANCEZ et al 2009,p.170)

O mecenato é uma modalidade de proporcionado através de patrocínio ou doação mediado através da concessão de incentivos fiscais para contribuintes de imposto de renda, pessoa física ou jurídica, que desejam se beneficiar dos incentivos fiscais possibilitados através da Lei 8685/93. Para tanto, existem duas formas de captação de recursos para aplicação das verbas destinadas aos projetos culturais: o patrocínio e a doação. Estes objetivam os benefícios fiscais do mecenato possibilitando a concessão de incentivos fiscais a pessoas físicas e/ou jurídicas.

Logo, Francez et al (2009) ressalta que:

No patrocínio há interesse direto na aplicação do projeto, e o investimento está intimamente ligado ao planejamento de comunicação da empresa patrocinadora e com o chamado *marketing* cultural. A doação é uma transferência de recursos aos proponentes sem fins lucrativos nem finalidade promocional direta. Na hipótese de doação, o incentivo fiscal pode ser percentualmente menor, contudo não podem ser incluídos gastos com mídia para divulgação do projeto e do doador. A princípio, o doador não tem foco na exposição da sua marca na publicidade, mas sim na construção e/ou fortalecimento da comunicação institucional da marca. (FRANCEZ et al, 2009, p. 170-171)

As empresas que doam ou mesmo proporcionam patrocínios em troca de incentivos fiscais, garantem a redução no pagamento do imposto de renda de até 4% para pessoas jurídica e 6% para pessoas físicas, conforme estabelece o Art. 18 da Lei nº

8.313/91. Esta mesma lei também garante as pessoas físicas ou jurídicas que se beneficiam do programa de incentivo fiscal, o benefício de participarem dos eventos patrocinados pelos mesmos.

Em função disso, os valores depositados nas contas dos produtores de cinema, quando não utilizado dentro do prazo estabelecido pela lei, serão destinados ao Fundo Nacional da Cultura. Logo, o não cumprimento do acordo firmado levará a produtora a responder civilmente e a restituir o valor até então acordado. Nesse sentido, “as entidades incentivadoras e captadoras dos recursos, deverão comunicar, na forma estipulado pelo Ministro de Estado e Fazenda e da Cultura, os aportes financeiros realizados e recebidos”. (GALVÃO et al, 2008, p.225)

Logo, as produtoras que se utilizaram de recursos dos incentivos fiscais, “fica instituído o depósito obrigatório, na Cinematoteca Brasileira, de cópia da obra audiovisual que resultar da utilização de recursos incentivados ou que merecer prêmio em dinheiro concedido pelo Governo Federal” (Art.8º DA LEI 8685/93). Para tanto, “os incentivos e as operações e artísticas somente serão concedidos a projetos culturais que visem a exibição, utilização e circulação públicas dos bens culturais deles resultantes”. (GALVÃO et al, 2008, p.225)

5. APLICABILIDADE DA LEI 8685/93

Segundo Francez et AL (2009, p.175) “a produção cultural a ser beneficiada pelo incentivo fiscal deverá objetivar garantir a exibição, utilização e circulação pública dos bens culturais resultantes”, ou seja, ele receberá os incentivos proporcionados pela lei de incentivos fiscais mas precisará mostrar onde estão sendo usados os recursos. “A legislação permite que 10% do bem cultural sejam utilizados pelo patrocinador do projeto segundo seus próprios critérios, desde que não proceda da venda dos mesmos”.

“Dessa forma, o patrocinador poderá ficar com parte dos ingressos de uma apresentação, da edição de um livro, de um CD, etc. Essa possibilidade é,

em geral, utilizada pela empresa patrocinadora para ações de marketing institucional ou de relacionamento, visto que a empresa poderá distribuir convites especiais para o projeto que está patrocinando.” (FRANCEZ, 2009, p.175)

Além da distribuição de ingressos, essas empresas patrocinadoras também distribuir esses ingressos a grupos vinculados a instituições culturais, escolas, entidades, “possibilitando o acesso para grupos que, a princípio, estariam excluídos da fruição do produto cultural”. (FRANCEZ et AL, 2009, p.176). Logo, é fundamental que o projeto contenha mecanismos que facilitem o acesso a cultura do público em geral.

Nesse sentido, Szazi (2006, p.128) ressalta que :

“Os projetos apoiados pelo FNC têm até 80% de seu custo financiado a fundo perdido, com recursos provindos das loterias federais, do Tesouro Nacional, de fundos de desenvolvimento regional (Finor, Finam, Funnes), legados, subvenções e doações, além de saldos ou devoluções oriundos de projetos de mecenato, saldos de exercícios anteriores e resgate de empréstimos. Tais projetos devem, em geral, ser propostos por entidades públicas ou privadas sem finalidade lucrativa. As exceções são os custeios de passagens de pessoas físicas para atender a convites no exterior ou a empréstimos reembolsáveis, operados pel CEF e destinados a montagens teatrais por pessoas físicas ou jurídicas, com ou sem fins lucrativos.” (SZAZI, p.128)

Para se beneficiar dos incentivos dessa lei, Francez (2009) afirma que:

“Para que um patrocinador possa abater de seu imposto de renda a verba destinada a uma projeto cultural, o projeto ter sido previamente aprovado no Ministério da Cultura. Para tanto, o proponente do projeto deverá obter os formulários e a Legislação no Ministério da Cultura ou diretamente

no site <http://www.cultura.gov.br>.” (FRANCEZ, 2009, p.176)

A empresa ou pessoa física que deseja utilizar os incentivos fiscais desse lei e de posse do formulário e de todas as informações pertinente a ele, deverão elaborar um orçamento detalhado especificando todas as etapas do projeto audiovisual a ser desenvolvido. A justificativa do projeto precisa ser bem clara e mostrar o quanto o projeto “é importante, qual a comunidade a que se destina e possíveis impactos para o local, público e artistas”. (FRANCEZ et AL, 2009, p.177)

As Organizações em Defesa dos Direitos dos Bens Comuns⁵ (2012), também questiona a questão dos incentivos fiscais e afirma que pessoas físicas e jurídicas, “com ou sem fins lucrativos” podem estar concretizando um patrocínio, enquanto a doação “só pode ser efetuada por pessoas física e jurídicas sem fins lucrativos e proíbem o uso dos recursos em publicidade para divulgação”.

Com base nessa reflexão, as Organizações em Defesa dos Direitos dos Bens Comuns (2012), ainda afirma que:

“Pessoas físicas que apresentem a declaração completa do imposto de renda podem deduzir até 60% (sessenta por cento) do valor investido a título de patrocínio e até 80% (oitenta por cento) do valor investido a título de doação. O abatimento será limitado a 6% (seis por cento) do imposto de renda a pagar. Pessoas jurídicas tributadas pelo lucro real podem deduzir até 30% (trinta por cento) do valor investido a título de patrocínio e até 40% (quarenta por cento) do valor investido a título de doação. O abatimento será limitado a 4% (quatro por cento) do imposto de renda a pagar. Além disso, empresas podem lançar o total do valor investido como despesa operacional, o que reduzirá o valor do

⁵ ORGANIZAÇÕES EM DEFESA DOS DIREITOS DOS BENS COMUNS. **Incentivos Fiscais para doação**. Acesso em 29/03/2017 e disponível em: <http://abong.org.br/ongs.php?id=859>

imposto a pagar, e também podem utilizar até 25% (vinte e cinco por cento) dos produtos culturais em fins promocionais.” (ORGANIZAÇÕES EM DEFESA DOS DIREITOS DOS BENS COMUNS, 2012)

Esses investimentos em projetos culturais, e muitos casos podem levar os investidores a abater até “100% do valor transferido a título de doação ou patrocínio” (ORGANIZAÇÕES EM DEFESA DOS DIREITOS DOS BENS COMUNS, 2012). Vale ressaltar que, apesar desses investidores poderem abater até 100%, os limites de 6% para pessoas físicas e de 4% para pessoas jurídicas, permanecem os mesmos, ficando proibido o lançamento do valor investido como despesa operacional.

As Organizações em Defesa dos Direitos dos Bens Comuns (2012), também afirma que as pessoas físicas e jurídicas podem estar investindo em:

a. artes cênicas;b. livros de valor artístico, literário ou humanístico;c. música erudita ou instrumental;d. circulação de exposições de arte plásticae. doações de acervo para bibliotecas públicas e museus. (ORGANIZAÇÕES EM DEFESA DOS DIREITOS DOS BENS COMUNS, 2012)

Logo, se compreende a importância dos incentivos fiscais para o desenvolvimento artístico nacional, as pessoas físicas e jurídicas podem estar contribuindo também prestando serviços ou mesmo fornecendo materiais de consumo como forma de patrocínio ou mesmo doação as empresas patrocinadas.

De acordo com Szazi (2006, p.130) as pessoas físicas e jurídicas poderão efetuar doação ou mesmo patrocínio sob a “forma de prestação de serviços ou fornecimento de material de consumo”. O autor ainda afirma que os “valores doados ou mesmo patrocinados não integrarão a receita bruta ou o faturamento na determinação da base de cálculo do IR, CSSL, PIS e Cofins.”

A Lei do Audiovisual estabelece que poderão ser deduzidos do imposto de renda os investimentos efetuados à produção de obras audiovisuais

cinematográficas brasileiras de produção independente cujos projetos tenham sido previamente aprovados pelo Ministério da Cultura. Os projetos deverão comprovar sua viabilidade comercial, técnica e artística, e assegurar contrapartida mínima de 20% (vinte por cento) do valor total. É proibido o apoio a projetos de natureza publicitária.

O desenvolvimento de projetos culturais precisa primeiramente ser aprovado pelo Ministério da Cultura para assim, ele ter direito aos recursos advindos dos incentivos fiscais. Para tanto, é fundamental que as produtoras procurem honrar todos os objetivos expostos em seu projeto para assim, ter um retorno financeiro e até mesmo publicitário garantido.

Já em relação à adaptação de uma obra audiovisual estrangeira, prevista no Art. 7º da Lei 8685/93, Zaverucha (1996, p.40) afirma que a mecânica do incentivo as produções brasileiras que exploram a produção cinematográfica nacional, remetem boa parte desses incentivos para o exterior, “para empresa produtora ou distribuidora estrangeira, conforme reza no contrato de cessão de direitos assinados entre as duas empresas”.

Zaverucha (1996, P.40) ainda afirma que “sobre o valor da remessa são descontados os valores referentes ao imposto de renda, cuja alíquota é de 15% (quinze por cento). Assim para se beneficiar desse incentivo, a empresa estrangeira ou distribuidora precisa optar por pagar o imposto em duas guias diferentes.

a) 30% do Imposto de renda devem ser pago através de um DARF. b) 70% do imposto de renda devem ser pago através de guia que será fornecida pela Secretaria para o Desenvolvimento Audiovisual do Ministério da Cultura. (ZAVARUCHA, 1996, p.40)

Esses valores são pagos através de uma guia fornecida pela Secretaria para o Desenvolvimento Audiovisual do Ministério da Cultura, onde serão depositados diretamente do Banco do Brasil

em agência conveniada do Ministério da Cultura, numa conta registrada no nome de uma empresa estrangeira.

Segundo Szazi (2006, p.129) “a Lei 8.313/91 preve que o doador ou o patrocinador possa deduzir do imposto devido na declaração do imposto de renda”. Esses valores são contribuídos em favor dos projetos culturais de acordo com a temática definida em lei. Logo, é permitido ao patrocinador ou doador

Para tanto, a empresa estrangeira terá um prazo de até 180 dias para assinar contrato com uma das empresas produtoras brasileiras, destinando assim, os recursos da co-produção. “Se, neste prazo, não houver definição do filme a ser co produzido, os recursos serão remetidos à FUNARTE, perdendo a empresa estrangeira o direito sobre os valores transferidos”. (ZAVARUCHA, 1996, p.41)

E para aprovar o projeto no Ministério da Cultura, os seguintes documentos deverão ser encaminhados em duas vias:

a - Roteiro Técnico;b - Orçamento Analítico;c - Certificado de Registro do Roteiro na Biblioteca Nacional;d - Promessa de Cessão dos direitos de adaptação da obra em que se baseia o projeto;e - Justificativa e sinópse do projeto;f - Curriculum do produtor e do diretor do filme;g - Cronograma físico e financeiro h - Contrato Social e suas posteriores alterações, se houver, devidamente registrados na Junta Comercial da sede da empresa;i - Cópia do Cartão do CGC; j - Comprovante da efetivação da contrapartida de recursos próprios ou de terceiros, equivalente a, no mínimo, 20% do orçamento global do projeto;k - Comprovante de regularidade perante o FGTS, INSS, Departamento da Receita Federal (tributos federais) e Dívida Ativa da União; (ZAVARUCHA, 1996, p.40-41)

Além de necessidade de se apresentar todos esses documentos, também é necessário que seja celebrado um contrato

entre o contribuinte e a empresa produtora brasileira responsável pela produção cinematográfica, no intuito de registrar junto a Secretaria para o Desenvolvimento Audiovisual, pelo menos, 20% dos recursos próprios de capital nacional ou de terceiros, da empresa que irá realizar a produção cinematográfica.

Por fim, a Secretaria para o Desenvolvimento Audiovisual do Ministério da Cultura tem um prazo não superior a 30 dias para aprovar o projeto. Se aprovado, o projeto terá seus recursos financeiros disponíveis de acordo com as etapas preestabelecidas no projeto de produção cinematográfica. Para tanto, se o dinheiro for disponibilizado e a produção cinematográfica não acontecer, o valor repassado será recolhido pelo Governo.

6. CONCLUSÃO

O presente mostrou a importância da indústria cinematográfica desde a sua origem no ano de 1897. Para tanto, foi fundamental este conhecimento para compreender que o homem foi capaz de transformar a indústria audiovisual em uma das maiores invenções da atualidade. Com a evolução da indústria cinematográfica pelo mundo todo, o Governo instituiu regras para a criação cinematográfica nacional e também regras relativas a exportação de filmes.

O incentivo a cultura, dá-se por meio de recursos financeiros direcionados a produção cinematográfica nacional. Empresas e pessoas físicas que desejam abater em seu Imposto de Renda valores expressivos podem direcionar esses valores a este tipo de atividade cultural. Para pessoas físicas o abatimento pode chegar a 6% enquanto para pessoas jurídicas, esse abatimento é de 4%. Esta redução de carga tributária imposta pelo Governo, tem possibilitado que empresas e pessoas física contribuam para desenvolvimento da produção cinematográfica nacional.

Para tanto, as produtoras de cinema ou mesmo produtores que desejam receber os recursos financeiros desse incentivo, precisam primeiramente enviarem seu projeto cultural ao Ministério

da Cultura, onde este analisará a proposta para assim, possibilitar meios para o financiamento cinematográfico. Porém, essa situação não é tão fácil assim, é necessário, que as empresas antes de conquistarem o recurso advindo dos incentivos fiscais, realizem um cadastro junto ao Ministério da Cultura, para que este órgão possa estar analisando a possibilidade de financiamento artístico e cultural.

A viabilidade de exportação de filmes estrangeiros também precisa ser regulamentada, pois desde a década de 40, o predomínio dos filmes estrangeiros fez com que o Brasil, durante um longo período de tempo, produzisse poucos filmes nacionais. No entanto, o incentivo a produção cinematográfica nacional, tem contribuído a mudança dessa realidade. Também existe a possibilidade, dentro da referida lei, de as produtoras nacionais realizarem produções em consonância com uma produtora estrangeira, porém é necessária uma expressa análise e autorização do Governo.

Atualmente, tanto as empresas que investem em incentivos fiscais, quanto às produtoras cinematográficas, precisam estar de acordo com os critérios estabelecidos pela Lei 8685/93. Sabe-se que para o crescimento das produções cinematográficas nacionais é necessário que seja investido recursos financeiros muito elevados. Nesse sentido, o incentivo a cultura é fundamental pois tem possibilitado a cobertura dos elevados custos das grandes produções cinematográficas.

Por fim, a criação da Lei 8685/93, proporcionou um diferencial no que diz respeito as produções cinematográficas nacionais pois, além de estar dando incentivo financeiro para produtoras de cinemas e produtores reconhecidos, ela também tem beneficiado pessoas físicas e jurídicas que desejam obter reduções fiscais em seu Imposto de Renda, beneficiando assim, os incentivos fiscais em prol da cultura nacional.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMANCIO, Tunico; HANBURGUER, Esther; MENDOÇA, Leandro. **Estudos de cinema**. São Paulo: Annablume, Fapesp: Socine, 2008.

ANGELETE, Lusía. **Os incentivos fiscais a cultura**. Acesso em 29/03/2017 e disponível em: http://www.marketing-e-cultura.com.br/website/pratica/prat001-b.php?cod_artigo=18

CAMPOS, Renato Mário Martins de. **História do Cinema Brasileiro: os ciclos da produção mais próxima do mercado**. Artigo Científico apresentado no II Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho, Florianópolis, de 15 a 17 de 2004.

CONSELHO REGIONAL DE CONTABILIDADE DO RIO GRANDE DO SUL. **Manual e de Incentivos Fiscais: para investimentos sociais, desportivos e culturais**. Porto Alegre: Conselho Regional de Contabilidade do Rio Grande do Sul, 2007.

FARIA, Edimur Ferreira de. **Curso de Direito Administrativo positivo**. Belo Horizonte: Del Rey, 2007.

FRANCEZ, Andreia, COSTA NETTO, José Carlos; D'ANTINO, Sergio Faná. **Manual do Direito do Entretenimento: guia de produção cultural**. São Paulo: Editora Senac São Paulo Edições, 2009.

GALVÃO, Alexandre et al. **Finanças Corporativas: teoria e prática empresarial no Brasil**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

JUNIOR. **Estudo da Disciplina Arte! Cinema-Definição**. Acesso em 29/03/2017 e disponível em: <http://eparteshidrolandia.blogspot.com.br/2011/12/cinema-definicao.html>

HOLANDA, Karla. **Documentário nordestino: mapeamento, história e análise**. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2008.

LEI 8.303 DE 23 DE DEZEMBRO DE 1991. Acesso em 29/03/2017 e disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18313cons.htm

LEI 8.685 DE 20 DE JULHO DE 1993. Acesso em 29/03/2017 e disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18685.htm

LIMA, Rosana de.; MACHADO JR, Rubens; ARAÚJO, Luciana Correia de. **Estudos de Cinema**. São Paulo: Annablume, 2007.

LINDOSO, Felipe. **O Brasil pode ser um país de leitores?: política para leitura/política para livro**. São Paulo: Summus Editorial, 2004.

MAGNANI, José Guilherme C.; TORRES, Lilian de Lucca. **Na Metropole: Textos de Antropologia Urbana**. São Paulo: Fapesp, 2000.

MINISTÉRIO DA CULTURA. **Mecanismo de Incentivo Fiscal da Lei Rouanet**. Acesso em 29/03/2017 e disponível em: http://www.cultura.gov.br/noticias-sefic/-/asset_publisher/QRV5ftQkXuv/content/mecanismo-de-incentivo-fiscal-da-lei-rouanet-117363/10895

NAGIB, Lúcia. **O cinema da retomada: depoimentos de 90 cineastas dos anos 90**. São Paulo: Ed. 34, 2002.

ORGANIZAÇÕES EM DEFESA DOS DIREITOS DOS BENS COMUNS. **Incentivos Fiscais para doação**. Acesso em 29/03/2017 e disponível em:

<http://abong.org.br/ongs.php?id=859>

PORTAL AR LEI DO INCENTIVO AO ESPORTE. **Como funciona a lei de incentivo ao esporte**. Acesso em 29/03/2017 e disponível em:

<http://www.arleideincentivoaoesporte.com.br/home/entendendo-a-lei/como-montar-projetos/>

RECEITA FEDERAL DO BRASIL. **Lalur**. Acesso em 29/03/2017 e disponível em:

<http://www.receita.fazenda.gov.br/publico/perguntao/dipj2008/Cap%C3%ADtulo%20VII%20-%20Escritura%C3%A7%C3%A3o%20%202008.pdf>

SECRETARIA DE CULTURA DO ESTADO DE SÃO PAULO. **O que é programa de ação cultural?** Acesso em 29/03/2017 e disponível em:

<http://www.cultura.sp.gov.br/portal/site/SEC/menuitem.555627669a24dd2547378d27ca60c1a0/?vgnextoid=b787a2767b3ab110VgnVCM100000ac061c0aRCRD>

SZAZI, Eduardo. **Terceiro setor: regulação no Brasil**. São Paulo: Pairópolis, 2006.

SIMIS, Anita. **Estado e cinema no Brasil**. São Paulo: Annablume, 1996.

ZAVERUCHA, Vera. **Lei do Audiovisual: passo a passo**. Rio de Janeiro: Ancine, 1996.