

**FACULDADES SÃO JOSÉ
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

BEATRIZ ASSUNÇÃO DE LIMA

BRENDA HOMEM GOMES DA COSTA

PROFESSOR ORIENTADOR: VIVIANE MIRANDA

**INCENTIVOS FISCAIS À CULTURA: EVIDENCIAÇÃO E
MENSURAÇÃO DE SUBVENÇÕES GOVERNAMENTAIS NOS
DEMONSTRATIVOS CONTÁBEIS DE EMPRESAS INCENTIVADAS**

Rio de Janeiro

2017

**INCENTIVOS FISCAIS À CULTURA: EVIDENCIAÇÃO E MENSURAÇÃO DE
SUBVENÇÕES GOVERNAMENTAIS NOS DEMONSTRATIVOS CONTÁBEIS DE
EMPRESAS INCENTIVADAS**

**FISCAL INCENTIVES TO CULTURE: EVIDENCE AND MEASUREMENT OF
GOVERNMENT SUBSIDIES IN THE ACCOUNTING STATEMENTS OF INCENTIVES.**

Beatriz Assunção de Lima
Brenda Homem Gomes da Costa
Graduandas do curso de ...

Viviane Miranda
Mestre em ...

RESUMO:

O estudo a seguir busca mostrar questionamento a respeito dos principais mecanismos de incentivo à cultura e analisar qual o impacto das leis de incentivo cultural para o desenvolvimento cultural no Brasil, elaborado a partir de pesquisas da legislação, material do Ministério da Cultura e embasamento teórico de autores reconhecidamente especialistas. Estudaremos também os diferentes modelos de incentivo, bem como procuraremos entender quais os mecanismos que os movimentam. As garantias constitucionais de acesso à cultura e a participação do Estado como agente responsável pela criação de canais de acesso a cultura e usa isso como ferramenta para distribuir recursos de forma a fomentar a produção cultural e ainda conceder benefícios de ordem tributária a pessoas físicas e jurídicas, que, em certos casos, suplantam até mesmo o valor total do investimento no projeto cultural agraciado. Considerado esse contexto, o objetivo desse trabalho é mostrar como funciona esse modelo de distribuição tributária.

Palavras chave: Incentivos fiscais, Mecenato, Políticas Públicas Culturais, Cultura, Fomento.

ABSTRAC:

The following study seeks to show questions about the main mechanisms to encourage culture and to analyze the impact of cultural incentive laws for cultural development in Brazil, based on research on legislation, material from the Ministry of Culture and theoretical background of Authors. We will also study the different incentive models, as well as try to understand the mechanisms that drive them. The constitutional guarantees of access to culture and the State's participation as agent responsible for creating channels of access to culture and uses this as a tool to distribute resources in order to foster cultural production and also grant tax benefits to individuals and legal entities , Which, in certain cases, even surpass the full value of the investment in the graceful cultural project. Considering this context, the objective of this work is to show how this model of tax distribution works.

Keywords: Tax incentives, Patronage, Cultural Public Policies, Culture, Development.

Introdução

O incentivo fiscal é um mecanismo em que a União faculta às pessoas físicas ou jurídicas a opção pela aplicação de parcelas do Imposto sobre a Renda, a título de doações ou patrocínios, no apoio direto a projetos culturais ou em contribuições ao Fundo Nacional da Cultura (FNC). Ou seja: o Governo Federal oferece uma ferramenta para que a sociedade possa decidir aplicar, e como aplicar, parte do dinheiro de seus impostos em ações culturais.

As leis de incentivo permitem que os patrocinadores deduzam parte ou mesmo o total dos recursos patrocinados dos impostos devidos - sendo um mecanismo de estímulo ao apoio da iniciativa privada ao setor cultural.

Em linhas gerais, o proponente apresenta o seu projeto ao órgão responsável (Ministério da Cultura ou secretarias estaduais e municipais de Cultura) e, caso seja aprovado, é autorizado a captar recursos junto a pessoas físicas e empresas.

Quanto à diversidade brasileira em relação as suas manifestações culturais, em forma de feiras, projetos, audiovisuais entre outros, quais os benefícios fiscais as entidades privadas, sendo incentivadas pelo Governo Federal para que façam propagar a cultura e arte pelo Brasil?

O objetivo deste trabalho é demonstrar e discutir o processo de tributação envolvendo a lei de incentivo à cultura, analisando o tratamento contábil dado aos investimentos na cultura e em algumas empresas brasileiras, ofertando ao leitor, uma melhor abordagem entorno de toda a burocracia que ocorre no processo de incentivo a cultura.

- Apresentar o funcionamento tributário da lei de incentivo a cultura;
- Conceituar e demonstrar os tipos de projetos culturais e seus requisitos para serem enquadrados nas leis de amparo à cultura;
- Demonstrar o impacto dos benefícios fiscais nas empresas apoiadoras.

As leis de incentivo a cultura como motivação a demonstração do que respalda os incentivos fiscais. A que segmentos artísticos ela trás proveitos, e de que forma as empresas são inseridas nesse âmbito e também conseguem por sua vez benefícios fiscais.

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

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

Esse trabalho vem trazendo por amostragem diversos setores que engloba as leis de incentivo, assim contribuindo para empresas e grupos culturais que desejam saber sobre as vantagens de fazer parte deste sistema.

Uma das tantas vantagens seria a isenção de impostos por parte das empresas privadas que aderem ao programa social procurando o bem estar do povo e especial às crianças, idosos e portadores de deficiência.

Colocar em prática um Projeto de Incentivo à Cultura faz com que os artistas produzam uma cultura para consumo em maior escala e alcance no território nacional. Um Projeto de Incentivo à Cultura dá início a uma longa trajetória de mudanças na sociedade, com caráter extremamente benéfico à mesma.

Impulsionar uma atitude a acontecer é incentivar. No caso da cultura, o estímulo vem por meio de um Projeto de Incentivo à Cultura, que, quando elaborado corretamente, gera bons frutos. Essa ferramenta tem o objetivo de gerar as mais diversas manifestações culturais – teatro, dança, música, artes – e levá-las à população. Uma importante ideia por trás de um Projeto de Incentivo à Cultura é tornar menos irregular a distribuição cultural no país. Além disso, o Projeto de Incentivo à Cultura é o meio de destaque da identidade brasileira e meio de oferta de novos conhecimentos.

A motivação da responsabilidade social junto a empresas e organizações do Terceiro Setor pode se dar, no campo da tributação, mediante incentivos fiscais, compreendidos como estímulos concedidos pelo governo, na área fiscal, para que recursos sejam canalizados para segmentos específicos (econômico, cultural, social).

Grande parte do projeto de pesquisa é feito por meio de referências bibliográficas, por consultas de livros referentes à contabilidade sobre incentivos fiscais e suas áreas afins, e por meio de sites da internet, onde contém diversas informações sobre os incentivos fiscais voltados a cultura brasileira onde também possui informações sobre as normas brasileiras aplicadas há essas entidades, que trabalhando com diversos projetos de cultura e arte.

Fundamentação Teórica

Política cultural se traduz por operações, princípios e procedimentos administrativos e orçamentários com características de instruções e diretrizes, tanto de ação direta quanto de fomento, assim como de meios regulatórios apropriados ao setor - normas jurídicas que regem as relações entre os sujeitos e os objetos.

Botelho (2001) destaca a cultura a partir de duas dimensões – antropológica e sociológica – na primeira se produz através da interação social dos indivíduos, enquanto a segunda compõe um universo que gere um circuito organizacional, cuja complexidade faz dela o foco de atenção das políticas culturais. Como toda política pública, as políticas culturais também necessitam prever, em seu planejamento, as suas fontes e mecanismos de financiamento.

Assim como Rubim, Botelho e Cabrale, e alguns estudiosos vem observando as políticas públicas culturais, um assunto no qual vem estando mais presente na vida da população atualmente. O contínuo interesse pela política tem desde a época quando o Brasil era uma colônia e que existiam diversas lacunas culturais, a fim de colocarem em prática, as que interessavam à população elitista. A Unesco produziu uma série de estudos sobre a política cultural implementada em diversos países e surgiram também pesquisas sobre a economia da cultura. No Brasil, a criação da Lei Sarney, que foi substituída pela Lei Rouanet mais adiante, contribuiu para o processo de profissionalização de algumas atividades dentro do campo da produção cultural, o que resultou, inclusive, na criação de novos cursos de graduação na área.

As políticas públicas agora enfatizam uma concepção ampla de cultura. O conceito é visto como processo, não somente produtos. “Esse alargamento

possibilita a formulação de políticas públicas voltadas para a cultura como expressão simbólica e de cidadania, encarando-a como algo contínuo, e não apenas como eventos”, explica Célio Turino, secretário de Cidadania Cultural do Ministério.

A gestão cultural precisa ser defendida por aqueles que acreditam na viabilidade de um projeto democrático e inclusivo para o país. Os direitos culturais mal começaram a se afirmar no Brasil. E a forma como os diferentes governos estão reagindo à crise pode comprometer a continuidade do processo de aperfeiçoamento das políticas culturais no país.

A capacidade de mobilização social da cultura é algo singular. Uma diversidade caótica reúne as mais diferentes formas de ativismo em torno de agendas que, raramente, se encerram no círculo, ainda precário, das políticas culturais. Os movimentos culturais debatem as cidades, o meio ambiente, a soberania alimentar, a mobilidade urbana, educação, saúde, habitação, dentre inúmeros outros temas. Há consciência organizada, transformadora.

Eles deram voz à diversidade cultural das periferias brasileiras, ao mesmo tempo, em que tocaram, sensivelmente, um Brasil esquecido, profundo, que sobrevive nas manifestações culturais tradicionais, historicamente marginalizadas e ignoradas pelas políticas públicas desenvolvidas pelo Estado brasileiro.

Mesmo que a definição de políticas culturais esteja sendo modificado e que os olhos estejam voltados para o tema, governos, intelectuais e sociedade terão pela frente o desafio de promover e dar continuidade ao debate sobre as políticas públicas, assim como discursar sobre e haver a consolidação efetiva. Do contrário, essas políticas continuarão sendo tratadas como acessórias, limitadas a mandatos e interesses de ocasião.

Gestão Cultural

A gestão cultural é uma nova ideia no âmbito cultural do Brasil. Pode ser vista como uma atividade relacionada à produção cultural, administrativos e operacionais. Com foco em uma determinada política pública cultural, em organizações públicas privadas ou mista.

Esta forma de gestão tem uma grande diversidade, onde pode se captar recursos (humanos, matérias e orçamentário), diferentes formas de financiamentos, parcerias com empresas afins de formação artística e cultural, entre outros.

A gestão artística é o setor que atribui operação de gerenciamento em torno das organizações e com isso facilitando as responsabilidades culturais da organização.

Como é uma expressão utilizada bem recentemente, alguns conceitos de gestão cultural não são tão claros e comuns de ser abordados nas políticas públicas, tais como: extensão do conceito de cultura; falta de políticas públicas culturais nas quais somente dão certa importância a cultura artística e tradicional; e o reconhecimento da importância entre economia, cultura e urbanismo.

No Brasil no início da nova Constituição Federal de 1988, começaram a serem instituídas modelos novos de políticas públicas culturais, cria-se também uma legislação específica que abrange os mais diversos tipos de cultura no país e se injeta incentivos fiscais e financiamento para que se propague a arte e cultura. Com a ampliação do financiamento, o setor privado começou a participar e gerar mais rendimentos ao cenário cultural/artístico e com isso o mercado passou a exigir profissionais capacitados, como: técnicas contemporâneas de gerenciamento cultural, criar demanda de formação cultural específica, executar políticas, programasse projetos referente a cultura, como base nos conceitos e métodos para desenvolvimento cultural.

Legislação Aplicável Para os Incentivos Fiscais a Cultura

O apoio indireto a projetos audiovisuais se dá por meio de mecanismos de incentivo fiscal dispostos na Lei 8.313/91 (Lei Rouanet), na Lei 8.685/93 (Lei do Audiovisual) e na Medida Provisória 2.228-1/01. Esses dispositivos legais permitem que os contribuintes, pessoas físicas e jurídicas, tenham abatimento ou isenção de determinados tributos, desde que direcionem recursos, por meio de patrocínio, coprodução ou investimento, a projetos audiovisuais aprovados na ANCINE.

Para um melhor entendimento de política pública de incentivo à cultura, faz-se necessária a análise da natureza dos recursos movimentados. Os mecanismos previstos nas leis de incentivo para financiamento do sistema cultural no Brasil são de três espécies:

- Os recursos orçamentários – aqui estão, por exemplo, os recursos do Ministério da Cultura, bem como os recursos destinados ao Fundo Nacional de Cultura (FNC);
- Os fundos de investimento – entre eles, o Ficart;
- Os incentivos fiscais.

Não há dúvidas quanto à natureza dos recursos orçamentários: são evidentemente recursos públicos, e recebem, portanto o tratamento normal da dotação orçamentária em todas as esferas da Federação.

Lei Rouanet

Criada em 1991, a Lei de Incentivo à Cultura, mais conhecida como Lei Rouanet, concede incentivos fiscais a diversos projetos e ações culturais como: Teatro, TV, Rádio, Circo.

Estão respaldadas por esta lei pessoas físicas que atuam na área cultural, como artistas, produtores e técnicos, e pessoas jurídicas, como autarquias e fundações, que tenham a cultura como foco de atuação.

Art. 1º Fica instituído o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac), com a finalidade de captar e canalizar recursos para o setor de modo a:

I - contribuir para facilitar, a todos, os meios para o livre acesso às fontes da cultura e o pleno exercício dos direitos culturais;

II - promover e estimular a regionalização da produção cultural e artística brasileira, com valorização de recursos humanos e conteúdos locais;

III - apoiar, valorizar e difundir o conjunto das manifestações culturais e seus respectivos criadores;

IV - proteger as expressões culturais dos grupos formadores da sociedade brasileira e responsáveis pelo pluralismo da cultura nacional;

V - salvaguardar a sobrevivência e o florescimento dos modos de criar, fazer e viver da sociedade brasileira;

O proponente/produtora apresenta uma proposta cultural ao Ministério da Cultura (MinC) e, depois de aprovada a proposta, o proponente é autorizado a captar recursos junto a pessoas físicas pagadoras de Imposto de Renda (IR), que apresentam declaração completa, ou empresas tributadas com base no lucro real visando a execução do projeto.

Os agentes incentivados que apoiarem o projeto poderá ter o total do valor desembolsado deduzido do imposto devido, dentro os percentuais permitidos pela legislação tributária.

O incentivo não altera o valor a pagar ou a restituir do seu Imposto de Renda, apenas redireciona parte do imposto para o projeto escolhido, contribuindo para a cultura e promovendo o desenvolvimento do cidadão.

Lei do Audiovisual

A Lei do Audiovisual, nº. 8.685/93 foi sancionada em 20 de julho de 1993, visando fomentar o renascimento de uma indústria cinematográfica nacional.

A Constituição Federal tem como a Lei do Audiovisual, para o incentivo a cultura de uma área específica:

Art. 1º Até o exercício fiscal de 2017, inclusive, os contribuintes poderão deduzir do imposto de renda devido as quantias referentes a investimentos feitos na produção de obras audiovisuais cinematográficas brasileiras de produção independente, mediante a aquisição de quotas representativas de direitos de comercialização sobre as referidas obras, desde que esses investimentos sejam realizados no mercado de capitais, em ativos previstos em lei e autorizados pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM), e os projetos de produção tenham sido previamente aprovados pela Agência Nacional do Cinema (Ancine).

§ 1º A responsabilidade dos adquirentes é limitada à integralização das quotas subscritas.

§ 2º A dedução prevista neste artigo está limitada a três por cento do imposto devido pelas pessoas físicas e a um por cento do imposto devido pelas pessoas jurídicas

§ 3º Os valores aplicados nos investimentos de que trata o artigo anterior serão:

- a) deduzidos do imposto devido no mês a que se referirem os investimentos, para as pessoas jurídicas que apuram o lucro mensal;
- b) deduzidos do imposto devido na declaração de ajuste para:

1. as pessoas jurídicas que, tendo optado pelo recolhimento do imposto por estimativa, apuram o lucro real anual;

O cinema e o audiovisual constituem um setor estratégico para o país, tanto em termos culturais, como meio de afirmação da nossa identidade, quanto em termos econômicos, como indústria geradora de empregos e divisas que deve ser estimulada e protegida.

De acordo com a norma legal, é possível captar recursos incentivados por meio do art. 1º-A para a produção de obras audiovisuais brasileiras de produção independente nos seguintes formatos: longa, média e curta-metragem; telefilme; minissérie; obra seriada; e programa para televisão de caráter educativo e cultural.

A Instrução Normativa nº59 estabelece ainda que o limite máximo de aporte de recursos por projeto para os incentivos previstos nos artigos 1º e 1º-A da Lei nº 8.685/93, somados, é de R\$ 4.000.000,00.

É preciso que o audiovisual dê um choque no Brasil, na área da expressão, da identificação, da educação. Ou seja, é preciso que o audiovisual desperte uma sensação de pertencimento no povo brasileiro.

É um momento de unir, encarando o setor audiovisual como parceiro do sistema. Unindo as políticas, conversando para que possam ver o que pensam e escutando as necessidades, as demandas, para que possam, de fato, fazer um audiovisual potente para dar conta da diversidade brasileira. Pesquisadores, professores, cineastas, coordenadores de festival, cineclubistas, todos devem trabalhar conjuntamente em um projeto para fazer o audiovisual ganhar escala e reconhecimento.

Fundo Nacional de Cultura – FNC

O Fundo Nacional da Cultura é a nova denominação dada ao Fundo de Promoção Cultural, criado pela Lei no. 7.505, de 02/07/1986, e tem o objetivo de captar e destinar recursos para projetos culturais compatíveis com as finalidades do PRONAC e:

- Estimular a distribuição regional equitativa dos recursos a serem aplicados na execução de projetos culturais e artísticos;

- Favorecer a visão interestadual, estimulando projetos que explorem propostas culturais conjuntas, de enfoque regional;
- Apoiar projetos dotados de conteúdo cultural que enfatizem o aperfeiçoamento profissional e artístico dos recursos humanos na área da cultura, a criatividade e a diversidade cultural brasileira;
- Contribuir para a preservação e proteção do patrimônio cultural e histórico brasileiro.

O Fundo Nacional de Cultura (FNC) é o mecanismo de financiamento que possibilita ao Ministério da Cultura investir diretamente nos projetos culturais, mediante uma série de instrumentos, como a celebração de convênios, a concessão de bolsas de estudo e empréstimos reembolsáveis ou cessão a fundo perdido. O FNC também destina recursos ao Programa de Difusão e Intercâmbio Artístico e Cultural, que viabiliza o repasse de recursos para a compra de passagens para a participação de eventos de natureza cultural a serem realizados no Brasil ou no exterior. Saliente-se que o FNC possibilita o financiamento de até 80% do projeto, sendo que os 20% restantes deverão vir como contrapartida do proponente, assemelhando-se portanto ao Matching Grant do modelo norte-americano.

No caso do FNC, o apoio só pode ser solicitado por instituições públicas (prefeituras, autarquias, fundações etc), ou privadas sem fins lucrativos (institutos, ONGs, OSCIPs, fundações particulares etc), de natureza cultural. Empresas ou quaisquer entidades com fins lucrativos e pessoas físicas não podem ter projetos financiados através de convênio.

Uma das diretrizes do Fundo Nacional de Cultura, determinada ao longo do ano, é que houvesse atenção na manutenção do Sistema Nacional de Cultura, com o repasse de no mínimo 40% do orçamento do Fundo para convênios com estados e municípios. O valor destinado representa que atendemos a diretriz.

O Mecenato

O instrumento Mecenato pode ser definido como sendo um programa de apoio á cultura, por meio de incentivo fiscal a projetos culturais, o qual fora instituído pela União para conceder a pessoas físicas ou jurídicas o direito de aplicação de parcelas do Imposto sobre a Renda em projetos de cunho culturais que tenham sido aprovados pelo Ministério da Cultura por intermédio da Comissão Nacional de Incentivo a Cultura (CNIC). Conforme descreve o autor Fábio de Sá Cesnik, temos que:

Trata-se de regulamentação do art.24º, no inc. II da Lei Rouanet, que prevê que as pessoas físicas ou jurídicas podem usar o seu próprio imposto para remunerar despesas efetuadas com o objetivo de conservar, preservar ou restaurar bens de sua propriedade ou sob sua posse legítima, tombados pelo Governo Federal, desde que atendidas às exigências legais.⁴⁶ (CESNIK, 2007, p 32).

Importante ressaltar que o órgão federal que tem esta competência refere-se ao Instituto Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAM).

Conforme regulamentação do art. 24º, *inc.* I da Lei Rouanet, temos a possibilidade ainda de distribuição gratuita de ingressos para eventos de caráter artístico e cultural por pessoas jurídicas a seus empregados e dependentes legais. Desta forma constitui-se para as empresas como uma opção para que as empresas aderirem as suas marcas valores culturais e sócias, visto que conforme palavras do autor Fábio de Sá Cesnik, temos:

[...] essa pode ser uma grande oportunidade para que as pessoas realizem políticas de relacionamento com seu público interno. Até o momento, no entanto, as empresas não conhecem essa ferramenta legal e o mecanismo.

Considerações Finais

A pesquisa feita teve como finalidade verificar como os empresários, produtores e proponentes, vê a importância do incentivo fiscal da cultura como

patrocínio, demonstrando o impacto dessas leis nas empresas incentivadas e os requisitos para seu enquadramento. Contudo o tema descrito houve pesquisas sobre sua fundamentação teórica deste artigo que foram abordados os conceitos sobre políticas públicas culturais, gestão cultura, legislação dos incentivos fiscais, tais como, a Lei Rouanet, Lei do Audiovisual, Fundo Nacional de Cultura – FNC, Mecenate e a visibilidade das empresas com seus benefícios fiscais, vistos que são assuntos em comum e nos faz entender o assunto em pauta.

Durante a pesquisa viu-se alguns tópicos importantes de serem mencionados dentro deste tema. Destaca-se o fato dos patrocínios terem sido feitos dentro do modelo de gestão tradicional, estando atrelados em grande parte aos benefícios do retorno publicitário. Acrescenta-se não haver entendimento, em ambos os grupos, sobre o sentido etimológico e legal dos termos Responsabilidade Social e Mecenate.

Outro problema da lei de incentivo fiscal é que ela não é eficiente em sua aplicabilidade, pois há uma desigualdade sensivelmente percebida entre o número de projetos inscritos, aprovados, captados e os efetivamente realizados, apontando para uma discordância entre o que a lei objetiva e o que ela realmente alcança.

Com relação aos objetivos específicos foi possível averiguar as principais características dos incentivos fiscais, sobretudo aqueles destinados à cultura, no qual pessoas físicas e pessoas jurídicas podem aderir ao uso dos incentivos fiscais à cultura por meio de doações e patrocínio.

Vale ressaltar que a doação é a transferência definitiva e irreversível de dinheiro ou bens em favor de pessoas físicas ou jurídicas de natureza cultural, sem fins lucrativos. O investidor não pode utilizar publicidade nem exigir gratuitamente parte do produto cultural. Já o patrocínio é a transferência definitiva e irreversível de dinheiro ou serviços, ou a cobertura de gastos ou a utilização de bens móveis ou imóveis do patrocinador. Pode ser dado a pessoas físicas ou jurídicas de natureza cultural, com ou sem fins lucrativos.

Referências

ANCINE **Agência Nacional do Cinema**, Governo Federal. 2007. Disponível em:< <https://www.ancine.gov.br/sala-imprensa/noticias/ancine-regulamenta-art-1-da-lei-do-audiovisual> > Acesso em : 15ago. 2007

BOTELHO, Isaura. **Dimensões da cultura e políticas públicas**. São Paulo Perspec. [online]. 2001, vol.15, n.2, pp. 73-83. ISSN 1806-9452

BRASIL, F. **A importância do Fundo Nacional da Cultura para a efetivação do acesso à cultura**. 2010. 170 f. Dissertação (Mestrado em Direito Constitucional) - Universidade de Fortaleza, 2010.

COELHO NETTO, José Teixeira. **Dicionário crítico de política cultural: cultura e imaginário**. São Paulo: Iluminuras/Fapesp, 1997.

CUNHA, Maria Helena. **“Gestão cultural: desafios de um novo campo profissional”**. In: Revista Observatório Itaú Cultural/OIC. São Paulo, SP: Itaú Cultural, n. 2, mai/ago 2007, p. 72-79.

CUNHA, Maria Helena. **Gestão cultural: profissão em formação**. Belo Horizonte: Duo Editorial, 2007.

TOVAR, Martha Isabel. **“Gerenciar y Gestionar do Cultural – Tarea Inaplazable”**. Revista EAN, n. 60, mayo/agosto 2007, p. 25-40.

ZUBÍRIA SAMPER, Sergio de; ABELLO TRUJILLO, Ignacio; TABARES, Marta. **Conceptos básicos de administración y gestión cultural**, 2ª ed. Madrid: OEI, 2001. Cuadernos de Iberoamerica.