

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS E ATUARIAIS
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

FERNANDA MALLMANN

**Incentivos fiscais relacionados a doações: uma alternativa para a prática da
responsabilidade social**

Porto Alegre

2010

FERNANDA MALLMANN

**Incentivos fiscais relacionados a doações: uma alternativa para a prática da
responsabilidade social**

Trabalho de conclusão de curso apresentado como
requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em
Ciências Contábeis da Universidade Federal do Rio
Grande Do Sul.

ORIENTADOR: ANA TÉRCIA LOPES RODRIGUES

Porto Alegre

2010

FERNANDA MALLMANN

**Incentivos fiscais relacionados a doações: uma alternativa para a prática da
responsabilidade social**

Trabalho de conclusão de curso apresentado como
requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em
Ciências Contábeis da Universidade Federal do Rio
Grande Do Sul.

Aprovado em _____ de _____ de 2010.

Orientador: Ana Tércia Lopes Rodrigues

**Professor:
Banca Examinadora**

**Professor:
Banca Examinadora**

Porto Alegre

2010

Incentivos fiscais relacionados a doações: uma alternativa para a prática da responsabilidade social

RESUMO

A responsabilidade social tornou-se um tema cotidiano nas organizações. Os países, e em particular neste artigo, o Brasil, reconhecem o caráter complementar das atividades sociais exercidas pelas empresas privadas e vêm buscando estimulá-las através de incentivos fiscais.

Dessa forma, a legislação brasileira criou mecanismos, através dos quais é possível que a empresa, contribuinte do imposto de renda, destine parte de seu imposto devido a projetos que julga relevante.

Aqui, apresenta-se uma alternativa para a prática da responsabilidade social, promovendo a utilização dos benefícios fiscais em vigor. Esse artigo deve ser útil tanto para as empresas que já os aproveitam, mediante consolidação do conhecimento, quanto para as que ainda não os usufruem por falta de informação. Os estudos foram centrados na responsabilidade social praticada através de doações de cunho social.

Palavras-chave: responsabilidade social; imposto de renda; doações; incentivo fiscal.

ABSTRACT

Social responsibility has become a daily subject for Companies. Countries, Brazil in particular for this article, recognize the complementary character of social activities played by private Companies and have been stimulating them through tax incentives.

Thus, Brazilian legislation created ways that it is possible for Companies that pay income taxes, to destine a part of its taxes for special projects of its interests.

An alternative for the social responsibility practice is presented here, promoting the use of tax benefits in effect. This article must be useful for Companies that already use its advantages, by knowledge consolidation, and for the ones that do not apply them yet. The studies were concentrated in the social responsibility practice through social donations.

Keywords: social responsibility; income taxes; donations; tax incentive.

INTRODUÇÃO

Em resposta às novas exigências financeiras, econômicas e sociais advindas das profundas mudanças sócio-econômicas dos últimos anos, os temas Governança Corporativa e Responsabilidade Social estão em destaque, tanto em nível Brasil quanto em nível mundial.

O natural conflito entre o desenvolvimento econômico, os aspectos sociais e a conservação ambiental foi e tem sido um processo que busca a convergência por meio do desenvolvimento sustentável e integrado desses componentes (TUCCI, 2008, p. 12).

No mesmo sentido, Ângela Fernandes (2000) observa:

No cenário mundial contemporâneo observa-se o processar de inúmeras transformações de ordem econômica, política, social e cultural que, por sua vez, ambientam o aparecimento de novos modelos de relações entre instituições e mercados, organizações e sociedade. No âmbito das atuais tendências de relacionamento, verifica-se a aproximação dos interesses das organizações e os da sociedade resultando em esforços múltiplos para o atendimento de objetivos compartilhados.

Com o surgimento de novos mercados competitivos, as empresas têm dado maior importância à transparência do negócio e à responsabilidade social, preocupadas com a sua comunidade. Isso se dá em virtude do que Lourenço e Schroder (s.d.) afirmam:

Sem os recursos naturais (matéria-prima) e as pessoas (conhecimento e mão-de-obra), ela não gera riquezas, não satisfaz às necessidades humanas, não proporciona o progresso e não melhora a qualidade de vida. Por isso, afirma-se que a empresa está inserida em um ambiente social.

Dessa forma, como expõe a assistente social Emilia Fabiana Rasquinha (s.d.), a responsabilidade social se apresenta como um tema cada vez mais importante no comportamento das organizações, exercendo impactos nos objetivos, estratégias e no próprio significado da empresa. As enormes carências e desigualdades sociais existentes no Brasil dão importância ainda maior à responsabilidade social.

Como consequência, as empresas, que antes tinham como único objetivo a maximização das riquezas, estão considerando cada vez mais o aspecto social em sua tomada de decisão. São as chamadas organizações cidadãs.

No Brasil, uma forma exercer a denominada responsabilidade social é através do apoio, na forma de doações, a projetos de caráter social, desportivo, cultural, etc. As doações

se tornam viáveis à medida que, dentro de certos limites, podem ser deduzidas do Imposto de Renda devido pelas pessoas jurídicas.

De acordo com o site Tributo à Cidadania (s.d.), “o contribuinte pode e deve decidir onde, como e com quem será aplicada ao menos uma parte do Imposto de Renda que ele obrigatoriamente terá que pagar ao Governo Federal”. Com isso, está-se exercendo um direito de cidadão.

O presente trabalho objetiva examinar a figura das contribuições e doações e orientar as pessoas jurídicas sobre o tratamento fiscal das mesmas de forma aplicada ao Imposto de Renda da Pessoa Jurídica mediante análise da legislação em vigor.

Observa-se que o conteúdo que se apresenta neste trabalho não pretende esgotar o tão importante assunto da responsabilidade social empresarial e da cidadania, mas sim promover alguns meios de exercê-los.

2 RESPONSABILIDADE SOCIAL

Como expõem Lourenço e Schroder (s.d.), atualmente a intervenção dos diversos atores sociais exige das organizações uma nova postura, calcada em valores éticos que promovam o desenvolvimento sustentado da sociedade como um todo.

Grajew (2000) do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, apud Lotz e Ramos (s.d., p. 7), conceitua a responsabilidade social como “as interações da empresa com funcionários, fornecedores, clientes, acionistas, governo, concorrentes, meio ambiente e comunidade”.

Daft (1999, p.88) a define como "a obrigação da administração de tomar decisões e ações que irão contribuir para o bem-estar e os interesses da sociedade e da organização".

Para o Instituto Ethos (s.d.),

A empresa é socialmente responsável quando vai além da obrigação de respeitar as leis, pagar impostos e observar as condições adequadas de segurança e saúde para os trabalhadores, e faz isso por acreditar que assim será uma empresa melhor e estará contribuindo para a construção de uma sociedade mais justa [...].

Percebe-se que o conceito é muito amplo, mas pode ser simplificado nas diversas ações que as empresas tomam para melhorar a comunidade na qual está inserida.

A empresa já nasce exercendo uma função social e, portanto é desejável que a exerça com responsabilidade desde o começo (SALLES, 2008, p. 17). Ainda segundo o autor, deve-se ter a noção de que responsabilidade social é mais do que uma “responsabilidade”, que conota o sentido de obrigação. Para isso, a empresa deve ter uma motivação para agir de forma socialmente responsável: é importante que se tenha a percepção da mesma como uma função natural da empresa moderna.

Caso isso não seja suficiente, o Manual de Incentivos Fiscais para Investimentos Sociais, Desportivos e Culturais publicado pelo CRC/RS (2009, p. 9) traz outro possível motivador: “independentemente da dimensão e do grau de engajamento das organizações com os aspectos sociais, visualiza-se, nos dias de hoje, uma preocupação crescente com a imagem da empresa perante a sociedade”.

Fernandes (2000) complementa que isso acarreta que as organizações se voltem para os objetivos no longo prazo e passem, então, a perceber que qualidade, preço competitivo e bons serviços não representam mais os únicos diferenciais no mercado.

Apesar de alguns ainda defenderem que a responsabilidade das empresas se restringe a pagar impostos, como Milton Friedman citado por Salles (2008, p. 15), que despreza qualquer responsabilidade social que vá além de produzir lucros aos acionistas, a emergência do consumidor ético tem mudado essa postura. Em virtude desses consumidores mais conscientes, que passaram a demandar o comprometimento das empresas com o social, essa questão se tornou vital para a sobrevivência das organizações.

Lourenço e Schroder (s.d.) explicam: “a idéia é de que os consumidores passam a valorizar comportamentos nesse sentido e a preferir produtos de empresas identificadas como éticas, cidadãs ou solidárias.”

Chiavenato (1999, p.447) aprofunda o assunto e esclarece que "entre uma empresa que assume uma postura de integração social e contribuição para a sociedade e outra voltada para si própria e ignorando o resto, a tendência do consumidor é ficar com a primeira."

Além de agregar valor à marca, ao exercer a cidadania na forma de responsabilidade social e preocupada com a sociedade, segundo Mendonça (2000), a empresa desenvolve valores e práticas com efeitos positivos sobre sua cadeia produtiva e seus colaboradores, gerando melhores resultados.

Porém, essa nova postura exigida das empresas acarreta a necessidade de uma transformação no sentido de agregar valor para a sociedade como um todo. Salles (2008, p. 39) nota que as pressões advindas da sociedade já empurram as empresas nesse sentido. O Instituto Ethos (s.d.) conclui que “A questão da responsabilidade social [...] significa mudança de atitude, numa perspectiva de gestão empresarial com foco na qualidade das relações e na geração de valor para todos”. Tem-se a questão da imagem como fator chave de propulsão da mudança de comportamento das organizações.

O social pode ter efeitos negativos, bem como pode acarretar possíveis ganhos de oportunidade. Felizmente, os executivos cada vez mais ao invés de lamentar as novas responsabilidades, estão as vendo como uma oportunidade e que as companhias que levam a

sério as questões sociais e ambientais levarão vantagem na competição por legitimidade. (MCKINSEY, 2007, citado por SALLES, 2008, p. 40).

Ganha a empresa e seus negócios pela representatividade que alcança ao ter seus funcionários diretamente ligados aos objetivos sociais; ganham os próprios empregados que desenvolvem um novo sentido de produção e relação humana através do trabalho e ganha a comunidade ao contar com a aptidão, a energia, a criatividade e o compromisso com a resolução de problemas por parte de um novo contingente de cidadãos (FERNANDES, 2000).

Carroll (1979) citado por Salles (2008, p. 14) divide em quatro os tipos de responsabilidade social da empresa:

- Responsabilidade econômica: ser lucrativa.
- Responsabilidade legal: Obedecer a lei.
- Responsabilidade ética: Fazer o que é certo.
- Responsabilidade discricionária ou filantrópica: contribuir para a comunidade e qualidade de vida.

Ainda segundo Carroll (1979) citado por Salles (2008, p. 14), apesar de esses 4 tipos de responsabilidades sempre terem existido, se verificou uma ênfase maior nos aspectos econômicos e legais em detrimento dos aspectos éticos e discricionários.

É sobre esse último tópico que o presente trabalho busca desenvolver as maneiras de contribuir para a responsabilidade social.

Para Daft (1999, p.91), a responsabilidade discricionária ou filantrópica é “puramente voluntária e orientada pelo desejo da empresa em fazer uma contribuição social não imposta pela economia, pela lei ou pela ética”.

E tais ações não estão restritas a apenas um determinado segmento da sociedade. Há diversas formas de praticá-la: fazer doações a obras beneficentes; contribuir financeiramente para projetos comunitários ou para instituições de caridade, investir em projetos filantrópicos, causas sociais, etc.

3 INTRODUÇÃO AO IMPOSTO DE RENDA - PESSOA JURÍDICA

Oliveira et. al (2007, p. 181) prevê três modalidades de tributação existentes para cálculo do Imposto de Renda devido pela pessoa jurídica sobre os lucros obtidos em determinado período: lucro real, lucro presumido e lucro arbitrado.

O art. 10 da Lei nº 9.532 de 1997 veda qualquer dedução a título de incentivo fiscal do imposto apurado com base no lucro arbitrado ou no lucro presumido. A Instrução Normativa (IN) nº 267 de 2002, em seu art. 129, acrescenta à lista as pessoas jurídicas instaladas em Zona de Processamento de Exportação (ZPE), as microempresas (ME), as empresas de pequeno porte (EPP) e as optantes pelo o Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte (Simples). Dessa forma, somente as empresas tributadas com base no lucro real podem se beneficiar dos incentivos fiscais que são tratados nesse trabalho, razão pela qual trataremos nesse artigo somente sobre o lucro real.

O lucro real é conceituado no art. 247 do Regulamento do Imposto de Renda (RIR/99): “lucro real é o lucro líquido do período de apuração ajustado pelas adições, exclusões ou compensações prescritas ou autorizadas por este Decreto”.

As alíquotas incidentes são objeto de estudo por Latorraca (2000, p.213-214): “o imposto de renda das pessoas jurídicas é devido à alíquota de 15%” e “o adicional do imposto de renda é devido à alíquota de 10% sobre o lucro [...] apurado anualmente que exceder a R\$ 240.000.”

H. Higuchi, F. Higuchi e C. Higuchi (2010, p. 25-29) reconhecem duas formas de pagamento do imposto e renda através do lucro real:

- Trimestral: o imposto a pagar é calculado a cada trimestre;
- Anual: o imposto a pagar é calculado mensalmente para recolhimento de antecipações, que podem ser feitas com base na receita bruta e acréscimos ou com base em balanço ou balancete de suspensão e redução. Ao final do exercício, apura-se o lucro real anual e o imposto devido, podendo deduzir as antecipações já recolhidas.

Para os autores, o lucro real trimestral trouxe “muitas desvantagens, como a da limitação na compensação dos prejuízos fiscais e a possibilidade de cometer mais infrações fiscais”.

Assing (s.d.) em seu artigo “Lucro real trimestral versus anual: as vantagens financeiras” concorda que, geralmente, essa não é a forma de tributação mais benéfica à empresa, pois é mais rígida.

Como não se pretende estudar as vantagens dos diferentes métodos de pagamento do imposto, e sim apenas dar uma noção geral do imposto de renda para o mais adequado entendimento dos incentivos fiscais, o assunto não será mais aprofundado.

3.1 INTRODUÇÃO AOS INCENTIVOS FISCAIS

Incentivos fiscais ou benefícios fiscais são expressões sinônimas, caracterizando-se pela redução ou eliminação, direta ou indireta, do respectivo ônus tributário, oriundo de lei ou norma específica (ZANLUCA, s.d.).

Latorraca (2000, p. 216) introduz que a legislação do imposto de renda concede incentivos às pessoas jurídicas, mediante dedução do imposto de renda por elas devido, objetivando estimular atividades específicas.

Os incentivos fiscais do Imposto de Renda têm por característica atuarem diretamente no imposto devido. Ou seja, após o cálculo do imposto, é permitido o desconto de valores a título de doações e contribuições, desde que feitas de acordo com a legislação e sendo respeitados certos limites.

Em virtude disso, os valores despendidos para esse fim, podem não representar um ônus à empresa ou, pelo menos, um ônus menor do que o efetivamente contribuído, em virtude de poderem ser compensados diretamente com o imposto que seria pago integralmente aos cofres públicos.

Uma imposição é feita a partir dos arts. 543 do RIR/99 e 3º, § 4º, da Lei nº 9.249/95, que vedam qualquer tipo de dedução do valor do adicional de Imposto de Renda calculado à alíquota de 10%. Ou seja, os limites dos benefícios fiscais que serão tratados nesse trabalho devem sempre ser calculados em relação ao Imposto de Renda calculado à alíquota de 15%, desconsiderando o valor a ser recolhido a título de adicional.

Da mesma forma, a Lei nº 9.430 de 1996, em seu art. 16, § 4º, determina que não é admitida qualquer destinação ou dedução a título de incentivo fiscal do imposto devido correspondente a lucros, rendimentos ou ganhos de capital oriundos do exterior.

É clara a faculdade da adoção da possibilidade de aplicação de parte de seus tributos a projetos que consideram relevantes. Porém, para Zanluca (s.d.), muitos contribuintes deixam de utilizar tais dispositivos legais por desconhecimento, pagando, assim, maior imposto.

A legislação brasileira, atualmente, prevê a existência de diversos tipos de incentivos fiscais que podem ser deduzidos do imposto de renda devido:

- PAT – Programa de Alimentação do Trabalhador;
- FUNCRIANÇA - Fundos dos Direitos da Criança e do Adolescente;
- Operações de Caráter Cultural;
- Programa Empresa Cidadã;
- Projetos Audiovisuais;
- Programas de Desenvolvimento Tecnológico Industrial – PDTI e Programas de Desenvolvimento Tecnológico Agropecuário – PDTA;
- Atividade Desportiva.

Dentre os diversos incentivos fiscais elencados acima, no decorrer do trabalho serão estudados aqueles relacionados a doações: FUNCRIANÇA, Operações de Caráter Cultural, Projetos Audiovisuais e Atividades Desportivas.

Tendo isso em vista, não se pretende entrar em detalhes com doações de caráter diferenciado, como para campanhas eleitorais ou para entidades vinculadas ao doador. Da mesma forma, não se pretende detalhar as doações que, embora beneficiem a sociedade em geral, não são dedutíveis diretamente do imposto de renda devido, como é o caso das doações a entidades civis sem fins lucrativos e de utilidade pública.

4 DOAÇÕES

Com vista a atender as demandas da sociedade por responsabilidade social, as empresas podem optar pela aplicação de parcela do Imposto de Renda devido em projetos sociais de sua escolha.

Qualquer empresa pode fazer doações, todavia, para que essa doação possa ser deduzida do Imposto de Renda, devem ser atendidos os limites e demais exigências previstas em legislação específica.

4.1 ATIVIDADES DESPORTIVAS

A Lei nº 11.438 de 2006, regulamentada pelo Decreto nº 6.180 de 2007 e pela Portaria (Port.) MESP nº 120 de 2009, do Ministério do Esporte (MESP), disciplina acerca dos projetos desportivos e paradesportivos, em cujo favor podem ser captados recursos. O art. 4º do Decreto nº 6.180/07 prevê as áreas do esporte que podem recebê-los:

Art. 4º Os projetos desportivos e paradesportivos [...] atenderão a pelo menos uma das seguintes manifestações:

I - desporto educacional, cujo público beneficiário deverá ser de alunos regularmente matriculados em instituição de ensino de qualquer sistema, nos termos dos arts. 16 a 20 da Lei no 9.394, de 20 de dezembro de 1996, evitando-se a seletividade e a hipercompetitividade de seus praticantes, com a finalidade de alcançar o desenvolvimento integral do indivíduo e a sua formação para o exercício da cidadania e a prática do lazer;

II - desporto de participação, caracterizado pela prática voluntária, compreendendo as modalidades desportivas com finalidade de contribuir para a integração dos praticantes na plenitude da vida social, na promoção da saúde e educação e na preservação do meio ambiente; e

III - desporto de rendimento, praticado segundo regras nacionais e internacionais, com a finalidade de obter resultados, integrar pessoas e comunidades do País e estas com as de outras nações.

Santos (2009, p.3) acrescenta que “poderão receber os recursos oriundos dos incentivos os projetos desportivos destinados a promover a inclusão social por meio do esporte, preferencialmente em comunidades de vulnerabilidade social.”

Conforme os arts. 4º e 5º da Lei nº 11.438/06, os projetos devem ser submetidos ao Ministério do Esporte, acompanhados da documentação suporte e de orçamento analítico, ficando a avaliação e a aprovação do mesmo por conta de Comissão Técnica vinculada ao Ministério do Esporte. Sendo o projeto aprovado, é publicado ato de autorização no Diário Oficial da União contendo o título do projeto, a instituição responsável, o prazo de validade

da autorização e o valor autorizado para captação, o qual, segundo Lima (2008), o valor captado não poderá superar.

Após aprovação, o Ministério do Esporte é responsável por acompanhar e avaliar os projetos. Da mesma forma, o proponente deve apresentar, ao Ministério, prestação de contas dos recursos captados e aplicados, de acordo com Mendes (2007).

Os que assim desejarem, podem contribuir com os projetos desportivos mediante doações ou patrocínios, que são conceituados no art. 3º da Lei nº 11.438/06.

Art. 3º [...] Considera-se:

I - patrocínio:

- a) a transferência gratuita, em caráter definitivo, ao proponente de que trata o inciso V do caput deste artigo de numerário para a realização de projetos desportivos e paradesportivos, com finalidade promocional e institucional de publicidade;
- b) a cobertura de gastos ou a utilização de bens, móveis ou imóveis, do patrocinador, sem transferência de domínio, para a realização de projetos desportivos e paradesportivos pelo proponente [...];

II - doação:

- a) a transferência gratuita, em caráter definitivo, ao proponente de que trata o inciso V do caput deste artigo de numerário, bens ou serviços para a realização de projetos desportivos e paradesportivos, desde que não empregados em publicidade, ainda que para divulgação das atividades objeto do respectivo projeto;
- b) a distribuição gratuita de ingressos para eventos de caráter desportivo e paradesportivo por pessoa jurídica a empregados e seus dependentes legais ou a integrantes de comunidades de vulnerabilidade social.

As pessoas jurídicas, contribuintes do imposto de renda, que apoiem projetos aprovados pelo Ministério do Esporte podem ser beneficiadas com o incentivo fiscal que será tratado no item 5.1.

4.2 ATIVIDADES CULTURAIS E ARTÍSTICAS

Conhecida no meio cultural com a "Lei Rouanet", a Lei nº 8.313 de 1991 instituiu o Programa Nacional de Apoio à Cultura (PRONAC), “com a finalidade de captar recursos para o setor, a ser implementado através do Fundo Nacional de Cultura (FNC); dos Fundos de Investimento Cultural e Artístico (FICART); e de incentivos a projetos culturais”, de acordo com Latorraca (2000, p. 221).

No exato entendimento do seu artigo 1º, a "Lei Rouanet" estabelece que os recursos capitalizados pelo PRONAC, são direcionados aos produtos de caráter cultural, que se encontram relacionados nos Incisos I a X, de modo a contribuir para a criação dos meios necessários para o livre acesso às fontes da cultura, e para o pleno exercício dos direitos culturais (BRUNO, 2002).

A referida Lei, que foi regulamentada pelo Decreto nº 5.761 de 2006 e pela Port. Conj. MinC nº 1 de 1995, do Ministério da Cultura (MinC), elenca os projetos culturais em cujo favor pode-se captar e canalizar os recursos do PRONAC.

Art. 3º Para cumprimento das finalidades expressas no art. 1º desta lei, os projetos culturais [...] atenderão, pelo menos, um dos seguintes objetivos:

I - incentivo à formação artística e cultural [...];

II - fomento à produção cultural e artística [...];

III - preservação e difusão do patrimônio artístico, cultural e histórico [...];

IV - estímulo ao conhecimento dos bens e valores culturais [...];

V - apoio a outras atividades culturais e artísticas [...].

Na raiz da Lei Rouanet, está a preservação da memória histórica de uma região, que, segundo Bruno (2002) consiste em manter viva a chama da identidade física de regiões, famílias, pessoas, costumes, tradições e etc. Nessa linha, encontramos as premissas fundamentais da questão cultural brasileira expressas nos artigos 215 e 216 da Constituição Federal de 1988.

No primeiro, nos deparamos com o dever do Estado de garantir, o pleno exercício dos direitos culturais e o acesso às fontes da cultura nacional, apoiando e incentivando a valorização das manifestações culturais. No segundo, temos os elementos constitutivos do patrimônio nacional, assim dispõe o texto constitucional. (BRUNO, 2002)

O art. 19 da Lei 8.313/91, juntamente com a IN Conj. MinC nº 1 de 1995, dispõe que os projetos devem ser apresentados ao Ministério da Cultura acompanhados de orçamento analítico, ficando a avaliação e a aprovação do mesmo por conta da Comissão Nacional de Incentivo à Cultura - CNIC. Após aprovação, é feita publicação no Diário Oficial da União contendo o título do projeto, a instituição responsável, o valor autorizado para obtenção de doação ou patrocínio e o prazo de validade da autorização.

Após aprovação, o Ministério da Cultura é responsável por acompanhar e avaliar os projetos, que objetivam verificar a fiel aplicação dos recursos.

Bruno (2002) relata que é facultado ao setor privado celebrar parcerias com a administração pública, a forma de doações ou patrocínios, voltadas a preservação e manutenção do patrimônio cultural brasileiro.

Anan Jr. E Mota (2003) definem doações e patrocínios:

DOAÇÃO - Transferência gratuita, em caráter definitivo, à pessoa física ou jurídica de natureza cultural, sem fins lucrativos, de numerário, bens ou serviços, para a

realização de projetos culturais, vedado o uso de publicidade paga para divulgação deste ato.

PATROCÍNIO - Transferência gratuita, em caráter definitivo, à pessoa física ou jurídica de natureza cultural, com ou sem fins lucrativos, de numerário, para a realização de projetos culturais, com a finalidade promocional e institucional de publicidade.

Considera-se também patrocínio, a cobertura de gastos ou a utilização de bens móveis e imóveis do patrimônio do patrocinador sem a transferência de domínio, para a realização de projetos culturais sem fins lucrativos.

Zanluca (s.d.) introduz que as doações e os patrocínios em favor de projetos culturais [...] poderão ser objeto de incentivo fiscal. Os investimentos efetuados nessas formas conferem aos fomentadores culturais possibilidades fruição dos benefícios fiscais que são tratados no item 5.2

4.3 ATIVIDADES AUDIOVISUAIS

A Medida Provisória (MP) nº 2.228 de 2009 estabeleceu a Política Nacional do Cinema, que tem como base:

Art. 2º A política nacional do cinema terá por base os seguintes princípios gerais:

I - promoção da cultura nacional e da língua portuguesa mediante o estímulo ao desenvolvimento da indústria cinematográfica e audiovisual nacional;

II - garantia da presença de obras cinematográficas e videofonográficas nacionais nos diversos segmentos de mercado;

III - programação e distribuição de obras audiovisuais de qualquer origem nos meios eletrônicos de comunicação de massa sob obrigatória responsabilidade editorial de empresas brasileiras;

III - programação e distribuição de obras audiovisuais de qualquer origem nos meios eletrônicos de comunicação de massa sob obrigatória e exclusiva responsabilidade, inclusive editorial, de empresas brasileiras [...];

IV - respeito ao direito autoral sobre obras audiovisuais nacionais e estrangeiras.

A referida MP também criou o CSC – Conselho Superior do Cinema – e a ANCINE – Agência Nacional do Cinema –, vinculada ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, para fomentar, regular e fiscalizar a indústria cinematográfica e videofonográfica. Segundo o art. 6º, são seus objetivos:

Art. 6º A ANCINE terá por objetivos:

I - promover a cultura nacional e a língua portuguesa mediante o estímulo ao desenvolvimento da indústria cinematográfica e videofonográfica nacional em sua área de atuação;

II - promover a integração programática, econômica e financeira de atividades governamentais relacionadas à indústria cinematográfica e videofonográfica;

III - aumentar a competitividade da indústria cinematográfica e videofonográfica nacional por meio do fomento à produção, à distribuição e à exibição nos diversos segmentos de mercado;

IV - promover a auto-sustentabilidade da indústria cinematográfica nacional visando o aumento da produção e da exibição das obras cinematográficas brasileiras;

- V - promover a articulação dos vários elos da cadeia produtiva da indústria cinematográfica nacional;
- VI - estimular a diversificação da produção cinematográfica e videofonográfica nacional e o fortalecimento da produção independente e das produções regionais com vistas ao incremento de sua oferta e à melhoria permanente de seus padrões de qualidade;
- VII - estimular a universalização do acesso às obras cinematográficas e videofonográficas, em especial as nacionais;
- VIII - garantir a participação diversificada de obras cinematográficas e videofonográficas estrangeiras no mercado brasileiro;
- IX - garantir a participação das obras cinematográficas e videofonográficas de produção nacional em todos os segmentos do mercado interno e estimulá-la no mercado externo;
- X - estimular a capacitação dos recursos humanos e o desenvolvimento tecnológico da indústria cinematográfica e videofonográfica nacional;
- XI - zelar pelo respeito ao direito autoral sobre obras audiovisuais nacionais e estrangeiras.

Latorraca (2000, p. 225) comenta que foram criados incentivos fiscais no âmbito do imposto de renda com a finalidade de estimular o desenvolvimento da atividade audiovisual. Tais incentivos serão analisados no item 5.3.

4.4 FUNDOS DOS DIREITOS DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE

De acordo com o art. 227 da Constituição Federal de 1988, é dever da família, da sociedade e do Estado assegurar à criança e ao adolescente, com absoluta prioridade, o direito à vida, à saúde, à alimentação, à educação, ao lazer, à profissionalização, à cultura, à dignidade, ao respeito, à liberdade e à convivência familiar e comunitária, além de colocá-los a salvo de toda forma de negligência, discriminação, exploração, violência, crueldade e opressão.

O Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) foi instituído por meio da Lei nº 8.069 de 1990 e visa assegurar os direitos referidos na Constituição Federal. Em seu art. 7º complementa que a criança e o adolescente também têm direito a proteção à vida e à saúde, mediante a efetivação de políticas sociais públicas que permitam o nascimento e o desenvolvimento sadio e harmonioso, em condições dignas de existência. O art. 86 complementa que a política de atendimento dos direitos da criança e do adolescente se dará através de um conjunto articulado de ações governamentais e não-governamentais, da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos municípios.

Nesse sentido, para Vidal e Raimundini (2008, p.2),

O ECA exige políticas sociais voltadas para a infância e adolescência, que tenham por pressupostos a descentralização do atendimento, instauração de relações entre o Estado e a sociedade (por meio de Conselhos) e a garantia dos direitos de cidadania para crianças e adolescentes, atendendo à Constituição Federal.

Além disso, o art. 88 da Lei nº 8.069/90 também prevê a criação e manutenção de programas específicos e manutenção de fundos nacional, estaduais e municipais vinculados aos respectivos conselhos dos direitos da criança e do adolescente. Fundos desse tipo são criados com o intuito de captar recursos que devem ser destinados ao amparo de crianças e adolescentes.

As linhas de ação, que visam beneficiar a Criança e o Adolescente, também são previstas na referida Lei.

Art. 87. São linhas de ação da política de atendimento:

- I - políticas sociais básicas;
- II - políticas e programas de assistência social, em caráter supletivo, para aqueles que deles necessitem;
- III - serviços especiais de prevenção e atendimento médico e psicossocial às vítimas de negligência, mastratos, exploração, abuso, crueldade e opressão;
- IV - serviço de identificação e localização de pais, responsável, crianças e adolescentes desaparecidos;
- V - proteção jurídico-social por entidades de defesa dos direitos da criança e do adolescente.
- VI - políticas e programas destinados a prevenir ou abreviar o período de afastamento do convívio familiar e a garantir o efetivo exercício do direito à convivência familiar de crianças e adolescentes;
- VII - campanhas de estímulo ao acolhimento sob forma de guarda de crianças e adolescentes afastados do convívio familiar e à adoção, especificamente inter-racial, de crianças maiores ou de adolescentes, com necessidades específicas de saúde ou com deficiências e de grupos de irmãos.

Conforme o site [Tributo à Cidadania](#), é possível destinar uma parte do seu Imposto de Renda para as crianças e adolescentes, benefício o qual será tratado no item 5.4 desse artigo.

5 INCENTIVOS RELACIONADOS ÀS DOAÇÕES

Nesse capítulo, são tratadas novamente todas as formas de doações aprofundadas no capítulo 4, sob a forma dos diferentes incentivos trazidos pela legislação.

5.1 INCENTIVOS ÀS DOAÇÕES PARA ATIVIDADES DESPORTIVAS

Conforme o Roteiro de Procedimentos de Incentivos e Benefícios Fiscais relacionados a Atividades Desportivas (s.d.) publicado pelo FISCOSOFT – Informações Fiscais e Legais –, por meio da Lei nº 11.438, publicada no DOU extra de 29.12.2006, foram instituídos incentivos e benefícios fiscais, com o objetivo de incentivar, beneficiar e fomentar as atividades de caráter desportivo, que serão analisados a seguir.

Art. 1º A partir do ano-calendário de 2007 e até o ano-calendário de 2015, inclusive, poderão ser deduzidos do imposto de renda devido, [...] em cada período de apuração, trimestral ou anual, pela pessoa jurídica tributada com base no lucro real os valores despendidos a título de patrocínio ou doação, no apoio direto a projetos desportivos e paradesportivos previamente aprovados pelo Ministério do Esporte.

O incentivo consiste na possibilidade de dedução do imposto de renda devido, sendo vedada a dedução da doação ou patrocínio como despesa operacional para fins de determinação do lucro real e da base de cálculo da Contribuição Social sobre o Lucro Líquido - CSLL, de acordo com o § 2º do art. 1º da referida Lei. Mendes (2007) explica: “Isso significa que o incentivo recairá somente sobre o valor do imposto devido e não sobre a base de cálculo do imposto e da contribuição.”

Ainda sobre o assunto, a referida publicação do FISCOSOFT (s.d.) complementa:

“O incentivo atua diretamente no montante do IR a pagar, não devendo afetar sua base de cálculo. Dessa forma, deve-se adicionar à base de cálculo o valor despedido com as doações e patrocínios; e somente após o IR calculado é que deve ser diminuído, do montante devido, o valor do incentivo, respeitados os limites tratados no tópico anterior.”

Porém, há limites impostos pela legislação para os referidos valores serem deduzidos do imposto de renda devido. O § 1º determina que as deduções a 1% do imposto devido. Outro limitador é previsto no art. 13-A.

Art. 13-A. O valor máximo das deduções de que trata o art. 1º desta Lei será fixado anualmente em ato do Poder Executivo, com base em um percentual da renda tributável das pessoas físicas e do imposto sobre a renda devido por pessoas jurídicas tributadas com base no lucro real.

Parágrafo único. Do valor máximo a que se refere o caput deste artigo o Poder Executivo fixará os limites a serem aplicados para cada uma das manifestações de que trata o art. 2º desta Lei.

Como incentivo fiscal, o presente benefício não exclui ou reduz outros benefícios fiscais e deduções em vigor, de acordo com o § 3º do art. 1º da Lei nº 11.438/06. Porém, H. Higuchi, F. Higuchi e C. Higuchi (2010, p. 36) salientam que o patrocínio ou a doação poderá resultar em penalidade quando a pessoa jurídica tiver prejuízo fiscal ou 1% do imposto de renda devido menor que o valor dispendido.

5.1.1 EXEMPLO DE INCENTIVO ÀS DOAÇÕES PARA ATIVIDADES DESPORTIVAS

Considerando que uma Pessoa Jurídica, contribuinte do imposto de renda e tributada pelo lucro real, apure lucro real de R\$ 1.000.000 (a adição do valor doado ou patrocinado já está computada), o imposto devido total será de R\$ 226.000, sendo R\$ 150.000 à alíquota de 15% e R\$ 76.000 a título de adicional à alíquota de 10%. Como visto anteriormente, do adicional não pode ser deduzido qualquer valor a título de incentivo fiscal. Dessa forma, o limite de 1% deve ser calculado sobre o imposto devido a 15%. No caso específico, o referido limite é de R\$ 1.500. Ou seja, caso o valor da doação ou patrocínio seja inferior a R\$ 1.500, a dedução máxima é a da efetiva doação ou patrocínio. Caso contrário, será limitada a R\$ 1.500. Abaixo, há representação do descrito.

Doação / Patrocínio inferior ao Limite de 1%	
Lucro Líquido do Exercício	999.000
(+) Adições (doação)	1.000
Lucro Real	1.000.000
Imposto Devido a 15%	150.000
Imposto Devido a 10%	76.000
Imposto Devido Total	226.000
(-) Dedução	- 1.000
Imposto a Recolher	225.000

Doação / Patrocínio superior ao Limite de 1%	
Lucro Líquido do Exercício	998.000
(+) Adições (doação)	2.000
Lucro Real	1.000.000
Imposto Devido a 15%	150.000
Imposto Devido a 10%	76.000
Imposto Devido Total	226.000
(-) Dedução	- 1.500
Imposto a Recolher	224.500

5.2 INCENTIVOS ÀS DOAÇÕES PARA ATIVIDADES CULTURAIS E ARTÍSTICAS

Conforme o Roteiro de Procedimentos de Incentivos e Benefícios Fiscais relacionados a Atividades Culturais ou Artísticas publicado pelo FISCOSOFT (s.d.), com o objetivo de incentivar as atividades culturais, a Lei nº 8.313 de 1991 criou incentivos fiscais, que

permitem a dedução, do imposto de renda devido, das doações e dos patrocínios feitos a projetos culturais, observando alguns limites impostos.

Diversas são as modalidades de investimento cultural previstas nos termos da Lei Rouanet, porém a referida Lei faz clara distinção entre os diferentes benefícios que tal investimento possibilita, os quais estão previstos nos arts. 18 e 26.

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

I – [...];

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

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

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

§ 3º Os benefícios de que trata este artigo não excluem ou reduzem outros benefícios, abatimentos e deduções em vigor [...].

O Regulamento do Imposto de Renda (RIR/99) acrescenta que tais deduções poderão ser feitas, opcionalmente, através de contribuições ao FNC, de acordo com o § 7º do art. 475.

Em suma, nos termos da mencionada Lei, os patrocinadores e/ou doadores poderão considerar o total dos investimentos culturais feitos no período como despesa operacional para fins de determinação do lucro real. Além disso, poderão ainda deduzir do imposto de renda devido os valores investidos através de patrocínio e doação, respectivamente, até 30% e 40%.

Art. 18. [...]

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

a) doações; e

b) patrocínios.

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

§ 3º As doações e os patrocínios na produção cultural, a que se refere o § 1º, atenderão exclusivamente aos seguintes segmentos:

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 difusão 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 100.000 (cem mil) habitantes.

O art. 28 do Decreto nº 5.761/06 explica que, no caso de doação ou em favor de programas e projetos culturais amparados pelo art. 18 da Lei nº 8.313/91, o percentual de dedução será de até 100% do valor do incentivo, não sendo permitida a utilização do referido montante como despesa operacional pela empresa incentivadora.

Ou seja, a dedução do imposto de renda devido poderá ter como base a totalidade das quantias investidas, porém é vedada a sua dedução (deverá ser feita adição) para fins de determinação da base de cálculo do IRPJ.

O incentivo fiscal será concedido em função do segmento cultural, indicado no projeto aprovado, nos termos da regulamentação do Pronac, conforme o previsto no § 1º do art. 22 da IN nº 267/02.

Mota e Anan Jr. (2003) esclarecem uma das principais diferenças entre os tipos de incentivos:

O valor das doações e patrocínios em favor de projetos culturais dos segmentos acima referidos, previamente aprovados pelo Ministério da Cultura, poderá ser integralmente deduzido do imposto de renda devido pelo contribuinte. Isto significa que as pessoas jurídicas, quando contribuírem nesses projetos, não estão sujeitas ao limite de 30% (trinta por cento) no caso do patrocínio, ou dos 40% (quarenta por cento) no caso das doações.

A outra diferença significativa é a possibilidade de não adicionar lucro real o valor do patrocínio ou doação para os segmentos não elencados no art. 18.

A Port. Conj. MinC nº 1/95, em seu art. 16, prevê que os benefícios da Lei nº 8.313/91 não excluem ou reduzem outros benefícios e deduções em vigor, porém há um limite de 4% de dedução do imposto devido, conforme o § 5º do art. 15 da IN nº 267. A referida IN, em seu art. 54, ainda limita que o cálculo do referido percentual máximo deve considerar o investimento feito em atividades culturais e audiovisuais conjuntamente.

5.2.1 EXEMPLO DE INCENTIVO ÀS DOAÇÕES PARA ATIVIDADES CULTURAIS E ARTÍSTICAS

Considerando que uma Pessoa Jurídica, contribuinte do imposto de renda e tributada pelo lucro real, apure lucro real de R\$ 1.000.000 (a adição do valor doado ou patrocinado já está computada, porém a dedução dos valores não), o imposto devido total será de R\$ 226.000, sendo R\$ 150.000 à alíquota de 15% e R\$ 76.000 a título de adicional à alíquota de 10%. Como visto anteriormente, do adicional não pode ser deduzido qualquer valor a título de incentivo fiscal. Dessa forma, o limite de 4% deve ser calculado sobre o imposto devido a 15%. No caso específico, o referido limite é de R\$ 6.000. Ou seja, no caso de o investimento se enquadrar no art. 26 da Lei nº 8.313/91, e o valor contribuído seja inferior a R\$ 6.000, a dedução máxima é de 40% ou 30% da efetiva doação ou patrocínio, respectivamente. Caso contrário, será limitada a R\$ 6.000. Ainda, no caso de o investimento se enquadrar no art. 18, e o valor contribuído seja inferior a R\$ 6.000, a dedução máxima é a da efetiva doação ou patrocínio. Caso contrário, será limitada a R\$ 6.000. Abaixo, há representação do descrito.

Art. 26 - Doação (40%) ou Patrocínio (30%) - Inferior ao Limite de 4%	
Lucro Antes da Despesa com Patr.	1.005.000
(-) Despesa Operacional (patrocínio)	5.000
Lucro Líquido / Lucro Real	1.000.000
Imposto Devido a 15%	150.000
Imposto Devido a 10%	76.000
Imposto Devido Total	226.000
(-) Deduções	1.500
Imposto a Recolher	224.500

Art. 26 - Doação (40%) ou Patrocínio (30%) - Superior ao Limite de 4%	
Lucro Antes da Despesa com Patr.	1.030.000
(-) Despesa Operacional (patrocínio)	30.000
Lucro Líquido / Lucro Real	1.000.000
Imposto Devido a 15%	150.000
Imposto Devido a 10%	76.000
Imposto Devido Total	226.000
(-) Deduções	6.000
Imposto a Recolher	220.000

Art. 18 - Doação ou Patrocínio - Inferior ao Limite de 4%	
Lucro Líquido do Exercício	995.000
(+) Adições (patrocínio)	5.000
Lucro Real	1.000.000
Imposto Devido a 15%	150.000
Imposto Devido a 10%	76.000
Imposto Devido Total	226.000
(-) Deduções	5.000

Art. 18 - Doação ou Patrocínio - Inferior ao Limite de 4%	
Lucro Líquido do Exercício	970.000
(+) Adições (patrocínio)	30.000
Lucro Real	1.000.000
Imposto Devido a 15%	150.000
Imposto Devido a 10%	76.000
Imposto Devido Total	226.000
(-) Deduções	6.000

5.3 INCENTIVOS ÀS DOAÇÕES PARA ATIVIDADES AUDIOVISUAIS

Segundo o Roteiro de Procedimentos de incentivos fiscais relacionados à Atividade audiovisual publicado pelo FISCOSOFT (s.d.), pela Lei nº 8.685 de 1993 foi instituído incentivo no qual os contribuintes do imposto de renda poderão deduzir do imposto devido as quantias despendidas com projetos audiovisuais.

Para melhor entendimento, os tipos de incentivos previstos na legislação foram divididos em Investimentos, Patrocínios e FUNCINES.

a) Investimentos:

Foi criado o incentivo que consiste da dedução do imposto de renda devido das 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, caracterizadas por Certificados de Investimento (LATORRACA, 2000, p. 225).

A Lei nº 9.323 de 1996 prevê a vigência do benefício até o ano de 2010 e o limite de dedução de até 3%, no caso de pessoas jurídicas. Além disso, o § 5º do art. 3º do Decreto nº 6.304 de 2007 regula que o valor do investimento ainda poderá ser excluído do lucro líquido para apuração do lucro real. Ou seja, além do benefício que dedução de até 3% do imposto devido, o montante investido ainda poderá ser excluído para fins de cálculo do imposto.

b) Patrocínios

A Lei nº 8.685 de 1993, em seu art. 1º-A, instituiu outro benefício até 2016:

Art. 1º-A. Até o ano-calendário de 2016, inclusive, 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, do imposto de renda devido apurado.

O benefício tem como limitador, também previsto na mesma Lei, o percentual de até 4% do imposto devido, sendo vedada a dedução do patrocínio como despesa operacional.

Os dois benefícios da Atividade Audiovisual estudados até agora podem parecer similares, porém há diferenças básicas entre eles:

- O primeiro é classificado como um investimento (ativo). O segundo, como patrocínio (despesa);
- O primeiro tem como limitador 3% do imposto devido. O segundo, 4%;
- O primeiro pode ser deduzido do lucro líquido como despesa operacional. O segundo, não.

c) FUNCINES - Fundos de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional

A MP nº 2.228/01, por meio do art. 44, instituiu o benefício fiscal na aquisição de quotas dos FUNCINES até o ano-calendário de 2016.

Como alternativa ao incentivo tratado anteriormente, as pessoas jurídicas tributadas pelo Lucro Real, que adquirirem quotas dos FUNCINES, poderão usufruir dos seguintes incentivos fiscais: 1) Exclusão do Lucro Líquido e 2) Dedução do imposto de renda devido [...]. (ZANLUCA, s.d.).

H. Higuchi, F. Higuchi e C. Higuchi (2010, p. 35) observam que essa dedução está limitada a 3% do imposto devido, sendo que, conforme o art. 22, § 5º do Decreto nº 6.304 de 2007, não é permitida a dedução das quantias aplicadas na aquisição de quotas dos FUNCINES para fins de determinação do lucro real.

5.3.1 EXEMPLO DE INCENTIVO ÀS DOAÇÕES PARA ATIVIDADES AUDIOVISUAIS

Observando-se as condições de dedutibilidade e o limite específicos relativo à possibilidade de dedução do imposto de renda devido das doações que beneficiem as Atividades Audiovisuais, o mecanismo de apuração e cálculo do incentivo é muito similar ao do Incentivo às Atividades Esportivas, já tratado no presente trabalho.

5.4 INCENTIVOS ÀS DOAÇÕES PARA FUNDOS DOS DIREITOS DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE

Conforme o Roteiro de Procedimentos de Dedução do Imposto de Renda relacionados às Contribuições ao FUNCRANÇA publicado pelo FISCOSOFT (s.d.), foi criado o incentivo fiscal relativo à dedução do Imposto de Renda para as pessoas jurídicas que efetuarem contribuições e doações aos Fundos dos Direitos da Criança e do Adolescente, tendo como objetivo o repasse uma parte do imposto de renda que seria recolhido ao governo às crianças e adolescentes. Vidal e Raimundini (2008, p.2) explicam que se trata de alguns artigos contidos

no Estatuto dos Direitos da Criança e do Adolescente e do Regulamento do Imposto de Renda.

O art. 260 da Lei nº 8.069, de 1990 [...], dispõe que os contribuintes poderão deduzir do imposto devido, na declaração do Imposto sobre a Renda, o total das doações feitas aos Fundos dos Direitos da Criança e do Adolescente – nacional, estaduais ou municipais – devidamente comprovadas [...]. (H. HIGUCHI, F. HIGUCHI e C. HIGUCHI, 2010, p. 37).

Simplificando, é prevista a dedução de até 100% dos valores doados para o FUNCRIANÇA, embora o mesmo dispêndio não possa ser considerado como despesa operacional para fins de determinação do lucro real tributável. Ou seja, a despesa é indedutível e por isso deve ser adicionada para fins de cálculo do Imposto de Renda devido, como prevê Zanluca (s.d.): “é vedada a dedução do respectivo valor como despesa operacional, [...] para efeito da determinação do lucro real”.

Ainda conforme a Lei nº 8.069, os limites de dedução das doações efetuadas aos Fundos seriam estabelecidos em Decreto. Nesse sentido, o Decreto nº 794 de 1993, fixou em 1% a dedução máxima do imposto devido em para período de apuração.

“Essa dedução não está sujeita a outros limites, nem exclui ou reduz outros benefícios previstos na legislação do imposto sobre a renda” (LATORRACA, p. 220). Isso significa que não há limite global de aproveitamento do benefício em conjunto com outro também previsto pela legislação. Assim, o montante a ser deduzido do imposto de renda devido deve apenas ser igual ou inferior a 1% do imposto.

5.4.1 EXEMPLO DE INCENTIVO ÀS DOAÇÕES PARA FUNDOS DOS DIREITOS DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE

Assim como tratado no Incentivo às doações para Atividades Esportivas, as doações efetuadas em favor dos Fundos dos Direitos da Criança e do Adolescente são indedutíveis para fins de apuração do lucro real e sua dedução do imposto devido está sujeira ao limite de 1%. Assim, o método de apuração é idêntico ao do incentivo ao Desporto.

5.5 LIMITE GLOBAL

Latorraca (2000, p. 228) completa que “alguns incentivos comentados nos itens anteriores estão sujeitos a limites globais em relação ao imposto de renda devido, além do

limite individual a que cada um está sujeito”. Segundo o autor, a soma das deduções dos incentivos referentes a atividades culturais ou artísticas e à atividade audiovisual não pode deduzir o imposto devido em mais de 4%, em conformidade com H. Higuchi, F. Higuchi e C. Higuchi (2010, p. 35) e com o inciso II do art. 6º da Lei nº 9.532 de 1997.

Zanluca (s.d.) resume:

[...] a dedução desse incentivo em conjunto com a dedução do incentivo relativo a Operações de Caráter Cultural e Artístico não poderá exceder a 4% do imposto normal devido (respeitado o limite específico de 3% para o incentivo referente a investimentos em atividades audiovisuais).

6 QUADRO-RESUMO

Zanluca (s.d.) propôs um quadro-resumo das espécies de doações que foram estudadas nesse artigo. O mesmo contém os principais limites individuais estabelecidos em legislação, bem como os globais.

Incentivos Fiscais	Limite de Dedução Individual	Limite de Dedução Cumulativa	Embasamento Legal
Atividades Desportivas	1% do IRPJ devido	Não existe	Lei nº 11.438/06
Doações aos Fundos dos Direitos da Criança e do Adolescente	1% do IRPJ devido	Não existe	Art. 591 do RIR/99
Atividade Audiovisual	3% do IRPJ devido	4% do IRPJ devido, observado o limite específico para as atividades audiovisuais	Arts. 475 478, 484 a 488 do RIR/99
Operações de Caráter Cultural e Artístico	4% do IRPJ devido		

(adaptado de ZANLUCA, s.d.)

Vale ressaltar que, por se tratar de periodicidade anual, o valor do limite do incentivo de dedução do IRPJ somente será conhecido e calculado de forma definitiva ao final do ano, em 31/12, e demonstrado na entrega da DIPJ, geralmente em junho do ano seguinte.

Ainda, como lembra Zanluca (s.d.), “sugere-se, sempre, acompanhamento da legislação vigente, para aplicação de qualquer incentivo previsto”.

7 DOCUMENTAÇÃO COMPROBATÓRIA E POSSÍVEIS PENALIDADES

Para fruição dos incentivos fiscais que foram tratados nesse artigo, é necessária a manutenção de documentação suporte da doação ou patrocínio.

De modo geral, o §2º, do art. 16 da IN nº 267 de 2002 instaura a obrigatoriedade de comprovação por meio de recibo de depósito bancário e de declaração de recebimento firmada pelo donatário.

Para as atividades culturais, é prevista na IN Conj. MinC nº 1 de 1995, a emissão de recibo específico, de acordo com o modelo constante do Manual de Instrução em favor do doador ou patrocinador. Zanluca (s.d.) acrescenta que o comprovante deve possuir: nome do projeto, data da publicação de sua aprovação no Diário Oficial da União, nome da pessoa física ou jurídica responsável pelo projeto, número de sua inscrição no CPF ou CNPJ e endereço completo, tipo de operação (doação ou patrocínio), valor da operação em reais, correspondente ao período da doação ou do patrocínio, data da operação, no caso de contribuição em bens e serviços, data do depósito bancário, nome do banco e número da conta bancária do responsável pelo projeto, no caso de contribuição em espécie, nome do doador ou patrocinador, número de sua inscrição no CNPJ ou no CPF e endereço completo, assinatura do responsável pelo projeto ou, quando se tratar de pessoa jurídica, de seu representante legal, com indicação de nome, cargo e CPF.

No que tange à comprovação da doação de caráter esportivo, há modelo de recibo do Ministério do Esporte disponível no site do próprio Ministério.

Zanluca (s.d.) também reconhece a necessidade dos “Certificados de Investimento em Obras Audiovisuais” e elenca o conteúdo obrigatório dos mesmos. O autor ainda prevê que além do registro em sua escrituração dos valores doados, deve-se manter arquivada a documentação correspondente, que deve conter o nome e o CNPJ do doador, a data e o valor efetivamente recebido em dinheiro.

Caso o contribuinte não esteja apto a comprovar o seu investimento feito em benefício da Sociedade, ou caso o aproveitamento não esteja em conformidade com a legislação brasileira, poderá ser penalizado.

Via de regra, tais infrações podem acarretar a cobrança do imposto de renda que deixou de ser recolhido aos cofres públicos em razão da fruição de benefícios fiscais. É o que prevê a Lei nº 8.313 de 1991.

Art. 30. As infrações aos dispositivos [...] sujeitarão o doador ou patrocinador ao pagamento do valor atualizado do Imposto sobre a Renda devido em relação a cada exercício financeiro, além das penalidades e demais acréscimos previstos na legislação que rege a espécie.

Ainda, a IN nº 267, em seu art. 128 veda o aproveitamento de incentivos fiscais em razão de infrações cometidas.

Art. 128. A prática de atos que configurem crimes contra a ordem tributária (Lei nº 8.137, de 27 de dezembro de 1990), bem assim a falta de emissão de notas fiscais, nos termos da Lei nº 8.846, de 21 de janeiro de 1994, acarretarão à pessoa jurídica infratora a perda, no ano-calendário correspondente, dos incentivos e benefícios de redução ou isenção previstos na legislação tributária.

8 A PRÁTICA NO BRASIL

“É possível traçar evidências da preocupação da comunidade empresarial para com a sociedade desde séculos” (SALLES, 2008, p.8).

No mesmo sentido, de acordo com a publicação Manual de Incentivos Fiscais do CRC/RS (2009, p.3),

Nos últimos anos, de maneira mais constante, as empresas brasileiras também têm mostrado sua preocupação com as questões sociais de nosso País. Cresce em importância a empresa detentora de uma política social mais transparente, preocupada não só com o lucro e com o seu crescimento – que são fundamentais –, mas também com o bem-estar da comunidade em geral.

Segundo Deborah Leipziger, diretora europeia do Council on Economic Priorities Accreditation Agency – CEPAA, e uma das maiores autoridades mundiais em cidadania organizacional: “empresas éticas e que ajudam suas comunidades não são novidade”. (FERNANDES, 2000). Ainda segundo a autora, apoiar a comunidade através do financiamento de projetos sociais sempre fez parte da cultura e estratégia da empresa, que desde sua fundação desenvolveu essa prática.

Para ela, ampliam-se as tendências de reconhecimento, por parte de organismos e entidades profissionais na instituição de prêmios e selos voltados ao mérito social.

Pode-se citar como exemplo o Prêmio Empresário Amigo do Esporte, que é entregue aos empreendedores que mais contribuíram para projetos esportivos por meio da Lei de Incentivo ao Esporte. A premiação foi dividida em cinco categorias, sendo que há prêmios para os três participantes que melhor se classificaram em cada uma delas, porém todas as empresas que utilizaram o benefício fiscal da Lei de Incentivo ao Esporte recebem medalhas.

Dentre os contribuintes que mais se destacaram no âmbito nacional, estão Bancos, como o Bradesco e o Itaú e empresas como a Petrobrás e a Oi. No Rio Grande do Sul, cabe destaque para os Grupos Randon, Gerdau e Banrisul.

Em 2009, os projetos esportivos captaram R\$ 106,2 milhões, 29,2% a mais do que em 2008. Segundo reportagem publicada no site do Ministério do Esporte, foram beneficiadas diretamente dois milhões de pessoas no ano passado, entre atletas, trabalhadores e profissionais do esporte.

Quanto ao incentivo às atividades culturais, o Ministério da Cultura divulgou lista com a relação dos maiores incentivadores por ano. No ano de 2008, se destacaram Bancos, como Bradesco e Banco do Brasil e empresas incentivadoras como a Vale do Rio Doce e a Petrobrás, que sozinha doou R\$ 137.677.604,17. No ano de 2009, considerando todos os segmentos culturais, foram arrecadados R\$ 15.417.849,03 até a data da publicação do Ministério, 03/02/2009. O mesmo relatório traz que, somente no ano de 2008 foram captados R\$ 804.722.202,47 em recursos.

Fernandes (2000) também destaca o desenvolvimento do Instituto Ethos.

“Em julho de 1998, o Ethos reunia 30 empresas. Atualmente conta com a participação de mais de 150 empresas que se voltam para pesquisas, disseminação de informações correlatas, apoio às empresas na elaboração de códigos de ética e de conduta, à troca permanente de casos e realização de eventos mensais e anuais que destacam as iniciativas e modelos de práticas de sucesso.”

9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

É impossível negar a existência de problemas de cunho social no Brasil. Porém, também não restam dúvidas de que os conceitos de responsabilidade social têm se expandido no País com a criação de diversos mecanismos que estimulam as formas de investimento socialmente responsáveis. Grande parte dessa evolução se deve aos incentivos fiscais que eles possibilitam e que foram desenvolvidos ao longo do presente artigo.

Teve-se como hipótese verificar as ações de responsabilidade social e os benefícios que elas podem trazer para a empresa, começando pelo incentivo fiscal, que acaba por se traduzir em melhoria da imagem da empresa perante a sociedade. Os objetivos desse trabalho foram alcançados ao serem aprofundados os estudos dos investimentos feitos na forma de doações e patrocínios, de que forma esses contribuem com a comunidade e com a empresa em si.

A legislação vigente brasileira possibilita aos contribuintes eleger onde deve ser aplicado parte de seu imposto de renda. Assim, o imposto que seria pago integralmente ao governo pode ser aplicado em projetos de escolha da própria empresa. Focou-se na questão da desoneração tributária porque é justamente em razão dela que não há razão para não investir, tendo em vista ser possível recuperar pelo menos parte do valor investido.

Vê-se a aplicação dos conceitos dispostos nesse artigo como uma responsabilidade do contador, que deve apresentar as alternativas aqui vistas aos empresários, para que tomem conhecimento do incentivo fiscal e que, dessa forma, possam auxiliar a sociedade e ainda se beneficiar da mídia inerente a esse tipo de ação social.

Em muitos depoimentos e pesquisas, a responsabilidade social aparece como responsável pelo apoio da sociedade e dos consumidores, pela preferência de investidores internacionais, por um espaço crescente aberto pela mídia, por um bom clima organizacional, pelo recrutamento e retenção de pessoas talentosas (LOURENÇO; SCHRODER, s.d., p.16).

Nota-se que a prática da responsabilidade social mediante as doações e incentivos fiscais aqui estudados ainda são tímidas e se restringem às empresas de grande porte. Porém, poucos sabem que qualquer empresa tributada pelo lucro real pode ser beneficiada. Esse trabalho colaborou para a disseminação dessa tão importante forma de contribuir com o desenvolvimento do Brasil.

Ainda existe um longo caminho a ser percorrido para que as ações sejam disseminadas em todo o País, de modo que esse tipo de investimento preencha o nicho de mercado e atenda às necessidades do povo brasileiro. Tudo indica que haverá ainda mais investimentos nessa área. O cenário é promissor.

Segundo o sociólogo Herbert de Souza, o Betinho, no Manual de Incentivos Fiscais publicado pelo CRC/RS (2009), “para nascer um novo Brasil, humano, solidário, democrático, é fundamental que uma nova cultura se estabeleça, que uma nova economia se implante e que um novo poder expresse a sociedade democrática e a democracia no Estado”.

Para concluir, Drucker (2010) cita a frase emblemática do empreendedor norte-americano Julius Rosenwald: “you have to be able to do good to do well”. Traduzindo, você deve ser capaz de fazer o bem para fazer bem feito.

REFERÊNCIAS

ANAN JR., Pedro; MOTA. **Incentivos Fiscais à Cultura - Teoria e Prática**. FISCOSOFT, 2003. Disponível em <<http://www.fiscosoft.com.br>> Acesso em: 13 nov. 2010.

ASSING, Ildfonso. **Lucro real trimestral versus anual: as vantagens financeiras**. Disponível em <<http://www.machadoc.com.br/inform29.htm>>. Acesso em: 02. Dez 2010.

BRASIL. **Constituição**, 1988.

BRASIL. **Decreto n° 794**, de 5 de abril de 1993.

BRASIL. **Decreto n° 3.000**, de 26 de março de 1999.

BRASIL. **Decreto n° 5.761**, de 27 de abril de 2006.

BRASIL. **Decreto n° 6.180**, de 3 de agosto de 2007.

BRASIL. **Decreto n° 6.304**, de 12 de dezembro de 2007.

BRASIL. **Decreto n° 6.338**, de 31 de dezembro de 2007.

BRASIL. **Decreto n° 6.684**, de 9 de dezembro de 2008.

BRASIL. **Instrução Normativa Conjunta MINC/MF n° 1**, de 13 de junho de 1995.

BRASIL. **Instrução Normativa n° 267**, de 23 de dezembro de 2002.

BRASIL. **Lei n° 3.830**, de 25 de novembro de 1960.

BRASIL. **Lei n° 7.505**, de 2 de julho de 1986.

BRASIL. **Lei n° 8.034**, de 12 de abril de 1990.

BRASIL. **Lei n° 8.069**, de 13 de julho de 1990.

BRASIL. **Lei n° 8.134**, de 27 de dezembro de 1990.

BRASIL. **Lei n° 8.242**, de 12 de outubro de 1991.

BRASIL. **Lei n° 8.313**, de 23 de dezembro de 1991.

BRASIL. **Lei n° 8.685**, de 20 de julho de 1993.

BRASIL. **Lei n° 8.981**, de 20 de janeiro de 1995.

BRASIL. **Lei n° 9.249**, de 26 de dezembro de 1995.

BRASIL. **Lei n° 9.323**, de 5 de dezembro de 1996.

BRASIL. **Lei n° 9.532**, de 10 de dezembro de 1997.

BRASIL. **Lei n° 11.196**, de 21 de novembro de 2005.

BRASIL. **Lei n° 11.437**, de 28 de dezembro de 2006.

BRASIL. **Lei n° 11.438**, de 29 de dezembro de 2006

BRASIL. **Lei n° 11.472**, de 2 de maio de 2007.

BRASIL. **Ministério da Cultura**. Disponível em <<http://www.cultura.gov.br>> Acesso em: 13 nov. 2010.

BRASIL. **Ministério do Esporte**. Disponível em <<http://www.esporte.gov.br>> Acesso em: 13 nov. 2010.

BRASIL. **Medida Provisória n° 2228-1**, de 6 de setembro de 2001.

BRASIL. **Portaria MINC n° 46**, de 13 de março de 1998.

BRASIL. **Portaria MESP n° 120**, de 3 de julho de 2009.

BRUNO, Gilberto Marques. **O Incentivo a cultura: Instrumento de preservação das raízes histórico-culturais e a possibilidade redução da carga tributária**. FISCOSOFT, 2020. Disponível em <<http://www.fiscosoft.com.br>> Acesso em: 13 nov. 2010.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia científica**. 3. ed. São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1983.

CHAGAS, Marco Aurélio Bicalho de Abreu. **Doações Feitas por Pessoas Jurídicas Dedutíveis do Imposto de Renda**. FISCOSOFT, 2008. Disponível em <<http://www.fiscosoft.com.br>> Acesso em: 13 nov. 2010.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. Rio de Janeiro: Ed. Campus, 1999.

CONSELHO REGIONAL DE CONTABILIDADE DO RIO GRANDE DO SUL. **Manual de Incentivos Fiscais para Investimentos Sociais, Desportivos e Culturais**. 3. ed. Porto Alegre, 2009.

DAFT, Richard L. **Administração**. 4. ed. Rio de Janeiro: Ed. LTC, 1999.

DRUCKER, Peter F. **The Frontiers of Management: Where Tomorrow's Decisions Are Being Shaped Today**. United States of America: Harvard Business School Publishing Corporation, 2010.

FERNANDES, Ângela. **A Responsabilidade social e a contribuição das relações públicas**. 2000. Disponível em: <<http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/responsabilidadesocial/0098.htm>> Acesso em: 02 dez. 2010.

FISCOSOFT - Informações Fiscais e Legais . **Imposto de Renda - Atividades Desportivas - Incentivos e Benefícios Fiscais - Roteiro de Procedimentos**. 2009. Disponível em <<http://www.fiscosoft.com.br>> Acesso em: 13 nov. 2010.

FISCOSOFT - Informações Fiscais e Legais. **IRPF/IRPJ - Incentivos às Atividades Culturais ou Artísticas - Lei Rouanet - Roteiro de Procedimentos**. 2009. Disponível em <<http://www.fiscosoft.com.br>> Acesso em: 13 nov. 2010.

FISCOSOFT - Informações Fiscais e Legais. **IRPF/IRPJ - Atividade audiovisual - Incentivo Fiscal - Roteiro de Procedimentos**. 2009. Disponível em <<http://www.fiscosoft.com.br>> Acesso em: 13 nov. 2010.

FISCOSOFT - Informações Fiscais e Legais. **IRPF/IRPJ - Contribuições aos Fundos dos Direitos da Criança e do Adolescente - Dedução do Imposto de Renda - Roteiro de**

Procedimentos. 2009. Disponível em <<http://www.fiscosoft.com.br>> Acesso em: 13 nov. 2010.

FISCOSOFT - Informações Fiscais e Legais. **Incentivos Fiscais de Dedução do IRPJ Devido.** 2008. Disponível em <<http://www.fiscosoft.com.br>> Acesso em: 13 nov. 2010.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

HIGUCHI, Hiromi; HIGUCHI, Fábio Hiroshi; HIGUCHI, Celso Hiroyuki. **Imposto de Renda das Empresas: Interpretação e prática.** 35a ed. São Paulo: IR Publicações, 2010.

INSTITUTO ETHOS. **Ética e qualidade nas relações.** Disponível em: <http://www.ethos.org.br/docs/conceitos_praticas/indicadores/responsabilidade/etica.asp> Acesso em: 10 jun. 2010.

LATORRACA, Nilton. **Direito Tributário: Imposto de Renda das Empresas.** São Paulo: Atlas, 2000.

LIMA, Luciana Ramos. **IR - Imposto de Renda - Atividades Desportivas - Incentivos e Benefícios Fiscais.** CONTADEZ, 2008. Disponível em <<http://contadez.cenofisco.com.br>> Acesso em: 13 nov. 2010.

LOTZ, Erike Gisele; RAMOS, Simone Eloisa Villanueva de Castro. **A Responsabilidade Social Corporativa como Estratégia de Diferenciação para o Setor Turístico Brasileiro.** Disponível em <<http://www.obsturpr.ufpr.br/artigos/turismo03.pdf>>. Acesso em: 05. Dez 2010.

LOURENÇO, Alex Guimarães; SCHRODER, Débora de Souza. **Vale investir em responsabilidade social? Stakeholders, ganhos e perdas.** Disponível em: <www.ethos.org.br> Acesso em: 02 dez. 2010

MENDES, Wagner. **IR - Atividades de Caráter Desportivo - Tratamento do Imposto de Renda Pessoa Jurídica – IRPJ.** CONTADEZ, 2007. Disponível em <<http://contadez.cenofisco.com.br>> Acesso em: 13 nov. 2010.

MENDES, Wagner. **IR - IRPJ - Despesas com Festas de Final de Ano.** CONTADEZ, 2009. Disponível em <<http://contadez.cenofisco.com.br>> Acesso em: 13 nov. 2010.

MENDONÇA, Patricia Maria E. **O Marketing e sua relação com o Social: Dimensões Conceituais e Estratégicas.** 2000. Disponível em: <www.marketing.com.br/conteudo/marketingsocial.doc> Acesso em: 04 dez. 2010

OLIVEIRA, Luís Martins et al. **Manual de Contabilidade Tributária.** 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2007.

RASQUINHA, Emilia Fabiana. **Mas o que é responsabilidade social?** Disponível em: <<http://www.habitatbrasil.org.br/biblioteca/artigos-e-pesquisas/mas-o-que-e-responsabilidade-social>> Acesso em: 02 dez. 2010.

RESPONSABILIDADE SOCIAL. Disponível em: <<http://www.responsabilidadesocial.com>> Acesso em: 02 dez. 2010.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas.** 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SANTOS, Paulo Lenir. **IR - Atividade Desportiva e Para-Desportivas - Concessão de Incentivos e Benefícios - Normas Gerais.** CONTADEZ, 2009. Disponível em <<http://contadez.cenofisco.com.br>> Acesso em: 13 nov. 2010.

SANTOS, Paulo Lenir. **IR - Contribuições e Doações – Tratamento Tributário.** CONTADEZ, 2008. Disponível em <<http://contadez.cenofisco.com.br>> Acesso em: 13 nov. 2010.

SALLES, Rodrigo Borsu. **Responsabilidade Social Empresarial.** Porto Alegre: UFRGS, 2008. 65 f. Monografia – Ciências Econômicas, Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2008.

TRIBUTO À CIDADANIA. Disponível em: <<http://www.tributoacidadania.org.br>> Acesso em: 02 dez. 2010.

TUCCI, Rafael de Mello. **Avaliação do Investimento Socialmente Responsável.** Porto Alegre: UFRGS, 2008. 73 f. Monografia – Ciências Econômicas, Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2008.

VIDAL, Anderson de Castro; RAIMUNDINI, Simone Letícia. **Responsabilidade Social e educação tributária: doação do Imposto de Renda ao Fundo Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente-Viçosa**. Revista Mineira de Contabilidade, Minas Gerais, n° 31, p. 36-41, 3° Trimestre 2008.

ZANLUCA, Júlio César. **Manual dos Benefícios Fiscais do IRPJ**. Disponível em <www.portaltributario.com.br>. Acesso em: 20. Ago 2010.