

Incentivo Fiscal à Cultura: Uma Análise das Divulgações das Sociedades Anônimas do Sul do Brasil

Tax Incentives Culture: An Analysis of Corporate Disclosures in southern Brazil

Luciano Gomes dos Reis

Pós-Doutor em Ciências Contábeis – FURG
Docente Adjunto da Universidade Estadual de Londrina
Universidade Estadual de Londrina
E-mail: lucianoreis@uel.br

Felipe Pagni

Graduado em Ciências Contábeis – UEL
Universidade Estadual de Londrina
E-mail: felipepagni@hotmail.com

Raissa Gouveia Ancieto

Graduada em Ciências Contábeis – UEL
Universidade Estadual de Londrina
E-mail: raissa_ancieto_1993@hotmail.com

Maria Carolina de Paula Oliveira

Graduada em Ciências Contábeis – UEL
Universidade Estadual de Londrina
E-mail: mariacarolininha@hotmail.com

Resumo

A divulgação de informações dos Incentivos Fiscais à Cultura é essencial para que os usuários externos façam uma análise íntegra a respeito dos benefícios gerados pelos mesmos. Nesse sentido, o objetivo deste estudo foi verificar a consistência e a forma de divulgação das informações divulgadas pelas Sociedades Anônimas de Capital Aberto do Sul do Brasil, sob a ótica da redução da carga tributária e do montante destinado à Cultura. A amostra foi composta por 27 Sociedades Anônimas de Capital Aberto do Sul do Brasil e foram analisadas as suas demonstrações financeiras, notas explicativas e relatórios complementares, através de palavras-chave pré-estabelecidas, caracterizando a pesquisa como descritiva, com abordagem qualitativa. Os resultados encontrados revelaram a importância das Demonstrações Financeiras completas, incluindo Notas Explicativas, Relatório da Administração, bem como de relatórios complementares voluntários, como Balanço Social e Relatório de Sustentabilidade, pois nestes relatórios havia informações relevantes e que foram úteis à pesquisa. Algumas empresas divulgaram o incentivo fiscal à cultura juntamente com outros incentivos, como por exemplo, o Programa de Alimentação ao Trabalhador – PAT, o que impossibilitou a análise detalhada dos dados. Foram encontrados casos de divergência entre as informações do Ministério da Cultura e das demonstrações divulgadas. Em alguns casos foram constatadas ausências de informações a respeito dos incentivos fiscais, nas demonstrações e relatórios complementares. Concluiu-se que a divulgação está aquém do necessário, pois apenas quatro, de um total de vinte e sete empresas analisadas, divulgaram informações consistentes, completas e adequadas sobre incentivos fiscais à cultura, nos quais foi possível comparar as informações dos incentivos recebidos, oriundas do Ministério da Cultura, com as informações divulgadas pelas empresas.

Palavras-chave: Incentivo Fiscal; Responsabilidade Social; Lei Rouanet

Abstract

The disclosure of tax incentives Culture is essential for external users to make full analysis of the benefits generated by them. In this sense, the aim of this study was to verify the consistency and form of disclosure of the information disclosed by the Corporation Publicly Traded in southern Brazil, from the perspective of reducing the tax burden and the amount allocated to the Culture. The sample consisted of 27 Corporate Capital Open in southern Brazil and analyzed its financial statements, accompanying notes and supplementary reports through pre-established keywords, characterizing the research as descriptive, with a qualitative approach. The results showed the importance of the Notes, the Management Report and additional reports as Social and Sustainability Report. These reports had relevant information and helpful research. However, many of them did not have clear information about the tax incentives for culture. Some companies released the tax incentive culture along with other incentives, such as the Workers Food Program - PAT, which did not allow detailed analysis of the data. We found cases of disagreement between the Ministry of Culture and information disclosed statements. In some cases, were observed lack of information about the tax incentives in the statements and supplementary reports. It was concluded that the disclosure is lower than necessary, because only four out of a total of twenty seven companies analyzed, reported consistent, complete and appropriate on tax incentives for culture.

Keywords: Tax Incentives; Social Responsibility; Rouanet.

1 Introdução

As entidades empresariais brasileiras desempenham um papel essencial para o desenvolvimento social e econômico do Brasil, seja através do aumento do valor adicionado, que pode ser destinado aos acionistas, governo (por intermédio de impostos), geração de empregos, práticas sustentáveis ou mediante apoio a projetos sócio-culturais. Com o objetivo de estimular as empresas a investirem nesses projetos, foram criados benefícios fiscais (Constituição Federal, art. 151, 1988) que contemplam a isenção, anistias, remissões, subsídios, créditos presumidos, alterações de alíquotas e mudanças na base de cálculo (Paranaíba & Mizziara, 2011). Os benefícios fiscais são classificados como: benefício tributário, benefício creditício, benefício financeiro e desoneração tributária. Dessa forma, os incentivos fiscais são um subconjunto dos benefícios tributários que podem ser de cunho social, cultural, desportivo, entre outros (Almeida, 2000).

O desenvolvimento social no Brasil está longe de ser o ideal. Muitas vezes, os grandes incentivadores estão em regiões já desenvolvidas, como Sul e Sudeste, o que impossibilita o desenvolvimento do Norte e Nordeste brasileiro. Em determinadas políticas, o Governo não oferece oportunidades em condição de igualdade, visando minimizar as diferenças regionais históricas. Entretanto, ainda existe alguns projetos que tentam combater a desigualdade regional, proporcionando uma uniformidade entre regiões, para que nestas regiões com desenvolvimento econômico em fase inicial a população deixe de ser apenas beneficiária de projetos e passe a ser contribuinte de um sistema econômico (Pereira, 2008).

Por meio de doações ou patrocínios, as empresas podem ser beneficiadas com a dedução de uma parcela do seu imposto de renda apurado. Considerando-se a existência de benefícios fiscais diversos, o tema desta pesquisa está ligado a uma das formas de incentivo existente no país, que tem como motivação a Lei de Incentivos Fiscais à Cultura, conhecida como Lei Rouanet (Lei 8.313/1991). Segundo Bernardi *et. al.* (2013), “uma solução que atende, em parte, às demandas sociais das empresas é a plena utilização dos Incentivos Fiscais de Inclusão Social” (p. 9), pois estes, além de beneficiarem a entidade, contribuem para a melhoria cultural, em relação à Lei Rouanet, e também criam uma responsabilidade social. Em concordância com Souza, Soares e Lins (2007), por intermédio de programas que são oferecidos às empresas, o Governo busca, além de reduzir a carga tributária, formas atrativas que visam ao desenvolvimento, ao crescimento, reduzindo a desigualdade social em regiões brasileiras.

Considerando que a finalidade principal da contabilidade é a evidenciação dos reflexos ocorridos sobre o patrimônio, reflexos evidenciados nas demonstrações financeiras, a legislação societária regulamenta a forma como esses incentivos devem ser explicitados aos usuários da informação contábil, o que se dá, dentre outras formas, por meio do Regulamento do Imposto de Renda (RIR/ 99) e pela Lei Rouanet.

Este estudo torna-se relevante, pois existe a probabilidade de que as empresas incentivadoras não publiquem, de forma completa, os incentivos fiscais nas demonstrações financeiras, notas explicativas, relatórios da administração e/ou relatórios socioambientais. A publicação inadequada impossibilita que seus usuários façam uma análise correta dos incentivos fiscais utilizados e dos reflexos desses incentivos no patrimônio das empresas. De acordo com Iudícibus, Martins, Gelbcke e Santos (2010):

Em notas explicativas devem ser divulgadas pelas companhias abertas beneficiárias de incentivos fiscais, suas controladas, controladoras e coligadas, informações sobre a existência de benefícios fiscais, de qualquer natureza, contemplando, no mínimo, o tipo de benefício, o prazo ou vencimento e o montante da economia tributária realizada no exercício acumulada, quando cabível (p. 603 – 604).

Nesse sentido, as companhias abertas brasileiras, seja em notas explicativas e/ou Demonstrações Financeiras, devem divulgar seus incentivos para a sociedade de uma forma clara e objetiva, sendo acessível a todos.

Diante do exposto levanta-se a seguinte questão: Como estão sendo divulgadas, pelas sociedades anônimas de capital aberto da região Sul do Brasil, as informações relativas ao incentivo fiscal à cultura em suas demonstrações financeiras, notas explicativas e/ou nos relatórios complementares?

Esta pesquisa tem como objetivo principal verificar a consistência e a forma de divulgação das informações sobre incentivos fiscais previstos na Lei Rouanet, por meio de análise de todas as Demonstrações Financeiras e Relatórios Complementares, publicados pelas sociedades anônimas de capital aberto da Região Sul do Brasil. Se as empresas estiverem prestando essas informações, de forma consistente, isso poderá possibilitar aos usuários externos visualizar, de forma adequada, a responsabilidade social, efetiva em forma de benefício fiscal, sob forma de redução de carga tributária e destinação certa, precisa e socialmente relevante, tendo como base a Lei Rouanet e o RIR 99, presente nas sociedades anônimas de capital aberto, localizadas no Sul do Brasil, no exercício fiscal de 2012.

O presente artigo está dividido em cinco seções: a introdução, em que é realizada a contextualização e apresentado o problema e objetivo da pesquisa. A segunda seção é destinada à revisão da literatura sobre o tema da pesquisa. Na terceira seção é apresentada a metodologia de pesquisa. Os dados apurados e a análise e discussão dos resultados são apresentados na quarta seção. Na última seção são apresentadas as considerações finais do artigo.

2 Revisão da Literatura

O Referencial Teórico demonstra como diversos autores definem os termos relacionados aos tipos de benefícios, o histórico do incentivo fiscal à cultura e seus objetivos, a divulgação contábil e os resultados de pesquisas anteriores, com o enfoque voltado para a Lei de Incentivos Fiscais à Cultura.

Como já mencionado, os benefícios fiscais são classificados em quatro grupos, sendo: a desoneração tributária, os benefícios creditícios, benefícios tributários e benefícios financeiros (Almeida, 2000). O benefício fiscal é o termo mais amplo, pois “em economia a palavra fiscal envolve tanto questões ligadas à receita como à despesa, podendo, assim, designar não apenas os benefícios tributários como também os gastos diretos na forma de subsídios, subvenções, etc.” (Almeida, 2000, p. 28).

É importante ressaltar que nem todo o benefício fiscal é um benefício tributário. Segundo Rosa (1996, citado por Sayd, 2003), os benefícios tributários possibilitam a “isenção ou redução dos impostos que constituem a receita que é obtida através da arrecadação tributária, com objetivos específicos de beneficiar grupos relativamente restritos de

contribuintes, setores econômicos ou regiões político-econômicas.”. Uma visão internacional a respeito dos benefícios não difere muito a respeito dos autores brasileiros, pois, de acordo com Fernandes, Dinis e Ussmane (2011, p. 1623), “os Benefícios Fiscais são considerados exclusões, isenções ou deduções que fornecem créditos especiais, taxas de imposto preferenciais ou diferimento do imposto.” Pode-se concluir que apesar de algumas disparidades entre países diferentes, o benefício tributário está presente de alguma forma contribuindo para a sociedade.

Para melhor visualização da estrutura dos benefícios fiscais, a Figura 1 demonstra, de forma simplificada, onde estão alocados os incentivos fiscais.

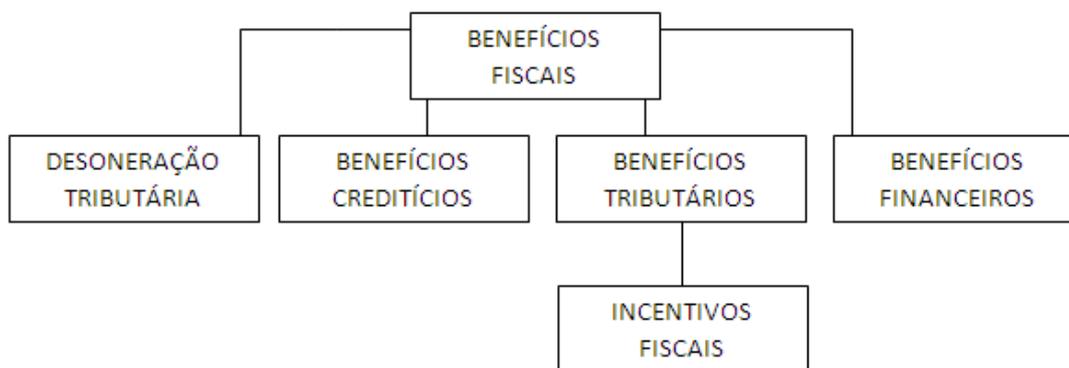


Figura 1. Tipos de Benefícios Fiscais.
Fonte: Adaptado de Almeida (2000).

De acordo com Paranaíba e Miziara (2011):

Os benefícios fiscais, relacionados com a tributação, são chamados de benefícios tributários, que podem ser considerados incentivos fiscais ou não. Os benefícios tributários que são considerados incentivos fiscais são aqueles que promovem uma indução do comportamento dos agentes econômicos que se sujeitam a este. (p. 2)

Por conseguinte, os incentivos fiscais são o foco da pesquisa, pois, como citado anteriormente, promovem uma indução do comportamento dos agentes econômicos, ou seja, promove de alguma forma, o desenvolvimento brasileiro, seja através de doações ou patrocínios, por exemplo. A Lei nº 4.357 de 1964 introduziu, no Brasil, a política de incentivos fiscais, que promoveu um investimento de cunho social e econômico, possibilitando a quem a incentivasse uma redução da parcela do imposto de renda. “Para um benefício tributário ser também enquadrado como incentivo fiscal é preciso [...] que estimule os agentes a agir de determinada forma, objetivando a atingir um alvo econômico ou social previamente definido.” (Almeida, 2000).

Conforme relata Formigoni (2008), os incentivos fiscais estão ligados aos tributos por meio de arrecadação do Estado que, por sua vez, trata de financiar projetos em diversas atividades constitucionais beneficiando a população no âmbito da saúde, educação, segurança, habitação, transporte e outros. De acordo com Higuchi, Higuchi e Higuchi (2006), os incentivos dedutíveis são: PAT – Programa de Alimentação do Trabalhador; doação para

fundo da criança; atividade cultural e atividade audiovisual. Os mesmos só podem ser dedutíveis para as empresas que apuram o imposto com base no Lucro Real.

Um dos incentivos dedutíveis, especificamente o da atividade cultural, atualmente é regido pela Lei Rouanet, porém a Lei de Incentivo à Cultura não foi a primeira lei de incentivo à cultura a surgir no Brasil. Em 1986, foi sancionada a Lei Sarney (7505 de 02/07/1986) a qual modificou a forma de incentivar a cultura, que antes era feita através de financiamento público direto (Alves, 2011). A Lei Rouanet busca captar e canalizar recursos a fim de contribuir para que a sociedade tenha acesso livre à cultura brasileira. Os incisos II ao IX da Lei contêm seus objetivos principais que são: promover e estimular a regionalização da produção cultural e artística brasileira (inciso II), desenvolver a consciência internacional e o respeito aos valores culturais de valor universal, formadores e informadores de conhecimento, cultura e memória (inciso VII) (Brasil, 1991)

Para alcançar esse objetivo, a lei possui duas formas de captar recursos, de acordo com Estigara, Pereira e Lewis (2009, citado por, Souza e Petri, 2011): para entidades que se beneficiam por meio de doações, a dedução no Imposto de Renda é de 40% (quarenta por cento); e através de patrocínios, a dedução é de 30% (trinta por cento) do investimento na Cultura. Porém existem alguns incentivos que podem ter a dedução integral, no caso de artes cênicas, livros de valor artístico, literário ou exposição de artes visuais, lembrando sempre que esses valores não podem ultrapassar os 4% (quatro por cento) do Imposto de Renda apurado.

As doações e patrocínios são definidos como transferência gratuita de caráter definitivo a pessoas físicas ou jurídicas para a realização de projetos culturais. No entanto, as suas finalidades são distintas: na doação, ao doador não é permitida a publicidade paga para a divulgação do mesmo, enquanto que o patrocínio é realizado com a finalidade promocional e institucional de publicidade (Albuquerque, 2009).

Ainda tratando da evidenciação de incentivos fiscais nos relatórios financeiros, Hendriksen e Van Breda (1999) ressaltam que a divulgação financeira tem como um de seus objetivos contribuir para a tomada de decisão através da correta apresentação das informações contábeis. Para isso ocorrer, é necessário um detalhamento das informações, desde a forma até o momento da divulgação.

Os incentivos fiscais devem ser evidenciados nas demonstrações financeiras e relatórios que as acompanham de maneira compreensível e detalhada. Lélis, Pinheiro, Jordão e Colauto (2012) retratam que “a divulgação das informações financeiras envolve todos os demonstrativos, de posição financeira, resultado e fluxo de recursos, incluindo peças com menor fundamentação contábil, como o relatório de administração” (p. 150), a fim de possibilitar o conhecimento da economia tributária dos mesmos a todos os usuários.

O Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa - IBGC (2010) tem a seguinte colocação quanto à transparência na relação da empresa com seus *stakeholders*:

Mais do que a obrigação de informar e o desejo de disponibilizar para as partes interessadas as informações que sejam de seu interesse e não apenas aquelas impostas por disposições de leis ou regulamentos. A adequada transparência resulta em um clima de confiança, tanto internamente quanto nas relações da empresa com terceiros. Não deve restringir-se ao desempenho econômico-

financeiro, contemplando também os demais fatores (inclusive intangíveis) que norteiam a ação gerencial e que conduzem a criação de valor. (p. 19)

Sendo assim, as entidades devem prover informações aos seus usuários não apenas de acordo com a legislação ou regulamentos vigentes. Segundo Fonteles, Nascimento, Ponte e Rebouças (2012), “não devem circunscrever-se unicamente à evidenciação determinada por lei, mas, sobretudo, priorizar a veiculação de informações capazes de subsidiar decisões por parte dos *stakeholders*” (p. 1), não só a respeito da economia tributária obtida através do incentivo fiscal, mas também de todo desempenho econômico-financeiro da entidade.

O tema incentivo fiscal à cultura ainda é pouco explorado no meio contábil, o que se nota através da escassez de publicações e produções nessa área. A pesquisa realizada por Souza e Petri (2011) buscou analisar as evidenciações contábeis dos incentivos fiscais das sete maiores empresas em investimento na Lei Rouanet no período de 2007, no âmbito da economia fiscal gerada pelos mesmos e a motivação envolvendo o *marketing* social.

Foram analisadas as notas explicativas das empresas da amostra e outros relatórios auxiliares. Como não são padronizados as demonstrações ou relatórios em que se devem evidenciar os incentivos fiscais, notou-se que cada empresa tende a publicar as informações a respeito dos incentivos conforme seus interesses. Ficou evidenciado, através deste estudo, que as empresas analisadas possuem uma tendência em divulgar apenas o que consideram conveniente, ou seja, divulgam apenas a parte socialmente responsável, deixando de lado os benefícios adquiridos com tais ações, um exemplo disso é a redução dos tributos devidos (Souza & Petri, 2011).

De acordo com a conclusão encontrada por Formigoni (2008) em sua pesquisa, na qual o objetivo foi avaliar o efeito dos incentivos fiscais sobre a estrutura de capital e a rentabilidade das companhias abertas brasileiras não financeiras, uma das limitações encontradas pelo autor foi de que a contabilização dos incentivos fiscais que não transitavam pelo resultado do exercício muitas vezes só era divulgada em Relatórios Complementares, o que desperta a importância da divulgação dos incentivos nas Demonstrações Complementares e das Notas Explicativas.

Com base nos autores citados, percebe-se a importância do tema para a área contábil, bem como se verifica que é um tema ainda pouco explorado na literatura nacional. Na próxima seção, será apresentada a metodologia utilizada no presente trabalho de pesquisa.

3 Metodologia

A metodologia irá definir como e onde será alcançado o objetivo da pesquisa realizada. Nessa seção, será demonstrada a tipologia da pesquisa quanto à abordagem, objetivo e procedimento técnico e o instrumento de coleta.

Quanto à abordagem, esta pesquisa é qualitativa, pois não demonstra, em sua essência, instrumentos estatísticos para a análise dos dados (Longaray *et al.*, 2003). Quanto ao objetivo da pesquisa, Gil (2008) a caracteriza como descritiva, pois proporciona uma visão geral sobre um fato ou fenômeno. Diante do exposto, esta pesquisa busca identificar e descrever a consistência das informações nas demonstrações financeiras, nas notas explicativas e nos relatórios complementares, através de palavras-chave pré-estabelecidas. A seleção das palavras-chave foi determinada com base no tema. São elas: Lei Rouanet, Rouanet, Lei, Lei Incentivo Fiscal à Cultura: Uma Análise das Divulgações das Sociedades Anônimas do Sul do Brasil

8.313/1991, Incentivo fiscal, Incentivo, Incentivos Fiscais, Cultura, Doação, Patrocínio, Benefício e Redução. Apesar de serem estas as palavras-chave, a pesquisa não ficou restrita a elas, por exemplo, a palavra-chave “Lei 8.313/1991” pode não estar descrita assim em algum relatório, portanto, procura-se por palavras semelhantes. Ao final de toda a pesquisa, foram utilizadas as informações de todas as empresas que as divulgam.

Este estudo tem como procedimento técnico a pesquisa documental. Segundo Martins e Theóphilo (2009), sua característica é utilizar documentos como fonte de dados, informação e evidência, sendo analisadas as demonstrações financeiras que constam no Pronunciamento (CPC) 26: balanço patrimonial; demonstração do resultado do exercício; demonstração do resultado abrangente; demonstração das mutações do patrimônio líquido; demonstração dos fluxos de caixa; demonstração do valor adicionado e notas explicativas. Serão analisados também os relatórios complementares como: relatório da administração, relatório de sustentabilidade e balanço social.

Este estudo tem como população as cem maiores empresas incentivadoras da cultura de cada Estado da Região Sul, totalizando trezentas empresas, no ano de 2012, listadas no *site* do Ministério da Cultura, através do *SalicNet*, no qual é possível consultar a base de dados do Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac). A amostragem foi elaborada por acessibilidade, na qual “o pesquisador apenas obtém os elementos a que tem maior facilidade de acesso, admitindo que eles possam efetivamente representar de forma adequada a população.” (Longaray *et al.*, 2003).

As empresas selecionadas foram analisadas quanto a sua natureza jurídica, pesquisadas no sítio da Receita Federal do Brasil e, posteriormente, confrontadas com o sítio da BM&FBOVESPA a fim de evitar que empresas com ações negociadas na Bolsa de Valores ficassem fora da lista. Desejando obter apenas as sociedades anônimas de capital aberto, em função da acessibilidade na obtenção dos dados fornecidos a partir do *site* da BM&FBOVESPA, foram excluídas da amostra as empresas que não se enquadraram na natureza jurídica desejada. Totalizaram, após a seleção final, uma amostra de vinte e sete empresas, listadas na tabela 1:

Tabela 1 - Amostra da pesquisa

Empresas	Sede	UF
Aes Sul Distrib. Gaúcha De Energia S.A.	Porto Alegre	RS
Baesa Energética Barra Grande S/A.	P. da Serra	RS
Bco. Estado Do Rio Grande Do Sul S.A.	Porto Alegre	RS
Celulose Irani S.A	Porto Alegre	RS
Centrais Elet. De Santa Catarina Celesc Distribuidora S.A.	Florianópolis	SC
Cia Cacique De Café Solúvel	Londrina	PR
Cia De Saneamento Do Paraná – Sanepar	Curitiba	PR
Cia Estadual Ger. E Transmissão De Energia Elétrica Ceee – Gt	Porto Alegre	RS
Cia Hering	Blumenau	SC
Companhia Catarinense De Água E Saneamento - CASAN	Florianópolis	SC
Conc. Rod. Osório Porto Alegre S/A Concepa	Gravatá	RS
Copel S.A.	Curitiba	PR
Dimed S.A Distribuidora De Medicamentos	Porto Alegre	RS
Electro Aço Altona S.A	Blumenau	SC

Empresa Conc. Rodov. Do Norte S.A.Econorte	Londrina	PR
Évora S.A.	Porto Alegre	RS
Fras-Le S.A.	C. do Sul	RS
Grazziotin S.A	Passo Fundo	RS
Grendene S.A.	Farroupilha	RS
Lojas Renner S.A.	Porto Alegre	RS
Maesa - Machadinho Energética S.A	Florianópolis	SC
Marcopolo S.A.	C. do Sul	RS
Metisa Metalúrgica Timboense S.A	Timbo	SC
Paraná Bco S/A	Curitiba	PR
Portobello S/A	Tijuca	SC
Rio Grande Energia S/A	C. do Sul	RS
Schulz S/A	Joinville	SC
Tractebel Energia S.A	Florianópolis	SC
Whirlpool S/A – Unid. Embraco - Compressores E Soluções De Refrigeração	Joinville	SC

Fonte: Os autores

A amostra é composta de cinco empresas do Estado do Paraná, nove do Estado de Santa Catarina e treze do Estado do Rio Grande do Sul. Embora especificado o Estado de cada empresa, não será estabelecida comparação entre os mesmos. A técnica utilizada para análise dos dados foi a análise de conteúdo que, segundo Alves (2011):

A análise de conteúdo com as suas potencialidades e, sobretudo, com a facilidade que deriva de ser uma análise discreta, constitui um método de investigação de inegável interesse como forma de procurar aumentar, melhorar e diversificar a investigação. Embora conscientes de que a análise de conteúdo não proporciona o mesmo tipo de respostas às questões de investigação que, nomeadamente, os questionários ou as entrevistas, considera-se que se trata de uma técnica que permite efetuar estudos relevantes e com elevado rigor científico. (p. 147)

4 Descrição e Análise dos dados

A pesquisa foi realizada com todos os dados disponíveis pelas empresas listadas na Tabela 1, como ‘características gerais das empresas observadas’. Nestes demonstrativos encontrou-se a forma de divulgação das informações, que tratassem dos incentivos fiscais por meio da Lei Rouanet. Dentre as Demonstrações Financeiras, apenas quatro tiveram informações mencionadas: no Balanço Patrimonial foram encontradas apenas Reservas de Incentivos Fiscais; na Demonstração de Resultado do Exercício foram encontrados valores de doações e da Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido; e Demonstração do Valor Adicionado consta realização de Reserva de Incentivos Fiscais, porém, mesmo contendo informações, não foi possível comprovar que as mesmas dizem respeito à Lei Rouanet. Nas demais Demonstrações Financeiras, não foi encontrada nenhuma palavra que tenha relação com a pesquisa. Foram encontradas informações relevantes apenas nos Relatórios complementares, sendo a mais utilizada as Notas Explicativas. A Tabela 2 demonstra a situação encontrada.

Tabela 2 - Tabela Geral de Divulgação das Informações

Relatório anual	Nº de empresas que mencionam informações
Balanco Patrimonial	1
Demonstração do Resultado do Exercício	1
Demonstração do Resultado Abrangente	0
Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido	1
Demonstração dos Fluxos de Caixa	0
Demonstração do Valor Adicionado	1
Notas Explicativas	12
Relatório da Administração	10
Relatório de Sustentabilidade	8
Balanco Social	6

Fonte: Os autores

Observa-se, na Tabela 2, a importância dos Relatórios Complementares para a divulgação das informações. Apesar disso, a grande maioria das empresas não os faz de forma clara, ou seja, as informações são muito curtas e muitas vezes não são separadas por incentivos. A empresa AES Sul Distribuidora Gaúcha de Energia S/A, por exemplo, demonstra nas Notas Explicativas a dedução do incentivo fiscal à cultura juntamente com o Programa de Alimentação do Trabalhador – PAT, impossibilitando uma análise individualizada.

Conforme Iudícibus *et. al.* (2010), a forma de divulgação das informações pelas empresas em Notas Explicativas tem que seguir um padrão, o que não ocorre quando se realiza a análise de diversas empresas. Verificou-se que das vinte e sete empresas analisadas, nove delas não apresentaram informações sobre os incentivos fiscais nas Demonstrações Financeiras ou Demonstrações Complementares, sendo que figuram como incentivadoras no endereço do Ministério da Cultura, ou seja, tiveram projetos aprovados de incentivo, mas não divulgam essa informação em suas Demonstrações.

A Tabela 3 apresenta o total de projetos incentivados por cada empresa da amostra e a Tabela 4 mostra o total incentivado por Estado.

Tabela 3 - Total incentivado por empresa

Empresas	Total incentivado	UF
Tractebel Energia S.A	7.917.764,35	SC
Copel S.A.	6.205.777,42	PR
Lojas Renner S.A.	3.249.958,00	RS
Cia De Saneamento Do Paraná – Sanepar	3.100.000,00	PR
Cia Hering	1.564.000,00	SC
Rio Grande Energia S/A	1.485.000,00	RS
Marcopolo S.A.	1.000.000,00	RS
Aes Sul DistribGaucha De Energia S.A.	717.687,78	RS
Baesa Energética Barra Grande S/A.	516.170,00	RS
Centrais Elet De Santa Catarina Celesc Distribuidora S.A.	450.000,00	SC
Portobello S/A	370.000,00	SC
Maesa - Machadinho Energética S.A	345.895,00	SC

Paraná Bco S/A	273.495,51	PR
Grazziotin S.A	243.950,00	RS
Bco Estado Do Rio Grande Do Sul S.A.	235.000,00	RS
Empresa ConcRodov Do Norte S.A.Econorte	225.000,00	PR
Companhia Catarinense De Água E Saneamento - CASAN	211.613,01	SC
Cia Cacique De CaféSolúvel	200.000,00	PR
ConcRod Osório Porto Alegre S/A Concepa	190.575,00	RS
Évora S.A.	189.000,00	RS
Cia Estadual Ger E Transmissão De Energia Elétrica Ceee – Gt	181.750,00	RS
Fras-Le S.A.	127.200,00	RS
Celulose Irani S.A	100.000,00	RS
Schulz S/A	100.000,00	SC
Metisa Metalúrgica Timboense S.A	90.000,00	SC
Dimed S.A Distribuidora De Medicamentos	80.000,00	RS
Electro Aço Altona S.A	58.350,00	SC

Fonte: Os Autores

Como se pode observar na Tabela 3, há empresas que incentivam milhares de reais para projetos culturais no Brasil, porém não existe uma relação entre valor incentivado X divulgação das informações. Como exemplo disso, a empresa Tractebel Energia S.A., maior incentivadora da amostra, apresenta uma Reserva de Incentivo Fiscal no valor de R\$ 45.098,00 e a realização da mesma na DMPL e DVA no valor de R\$ 18.816,00, mas, como relatado anteriormente, não há como verificar a respeito de qual incentivo foi realizado a reserva. Já a Copel, a segunda maior incentivadora, só apresenta dados em Notas Explicativas e Balanço Social.

A Tabela 4 demonstra o total incentivado por Estado.

Tabela 4 - Total Incentivado por Estado

Estado	Total incentivado
Santa Catarina	11.107.622,36
Paraná	10.004.272,93
Rio Grande do Sul	8.316.290,78

Fonte: Os Autores

Após análise detalhada das informações prestadas pelas empresas, a respeito dos incentivos, foram encontrados alguns casos que mereceram destaque na pesquisa. A COPEL S/A, apresenta em seus Relatórios uma quantia de incentivo por meio da Lei Rouanet de R\$ 7.873.000,00 aproximados, contudo, quando confrontado com o *Salicnet*, chega-se a um total de R\$ 6.205.777,42 indicando indícios de divergências entre as informações. Outro caso que contém esses indícios é da BAESA, no qual o Relatório da Administração divulga 11 projetos incentivados, mas após pesquisa no sítio do *Salicnet*, com a palavra-chave “baesa”, apenas 10 projetos foram encontrados em 2012.

Existem outros casos que, embora não apresentem discrepância relevante, não deixam de ser importantes para a pesquisa. Empresas como Banrisul, Casan, Cacique, Sanepar, Cia Estadual – CEEE, Hering, Conc. Rod. Osorio, Dimed, Electro Aço, Évora, Fras-Le, Metisa, *Incentivo Fiscal à Cultura: Uma Análise das Divulgações das Sociedades Anônimas do Sul do Brasil*

Paraná Banco, Portobello, Rio Grande Energia e Schulz não estão de acordo com as Normas Brasileiras de Contabilidade, em virtude do fato de que algumas não apresentam nenhuma informação acerca de incentivos, enquanto outras divulgam os fatos de forma inconsistente, como por exemplo, não divulgar o total exato dos incentivos, deduções no cálculo do Imposto de Renda de forma sintética, sem explicar quais são as deduções, e Relatórios Complementares desatualizados.

Embora as divulgações da maioria das organizações não permitam realizar uma comparação entre incentivos aprovados e incentivos utilizados, nas Demonstrações Financeiras, algumas empresas, tais como Celulose Irani, Celesc, Renner e Sanepar divulgam, de forma consistente, clara e objetiva as informações sobre os incentivos, separando-os por tipo de benefício, evidenciando os dados em seus Relatórios de forma a permitir tal comparação.

Após a análise de todas as empresas, os resultados demonstraram que nove empresas não apresentaram informações sobre incentivos, sendo que apenas quatro Demonstrações Financeiras tiveram valores, mas sem qualquer forma de confirmação sobre os valores representarem benefícios fiscais à cultura. Em sua maioria, os dados das companhias pesquisadas apresentaram indícios de divergências de valores, quando comparados com os dados do Ministério da Cultura, sendo que apenas quatro empresas evidenciaram as informações seguindo as Normas Brasileiras de Contabilidade. A Tabela 5 mostra os resultados de forma condensada:

Tabela 5 - Resultados encontrados

Resultados Encontrados	Nº de Empresas
Sem informações sobre incentivos	9
Informações divergentes em relação ao Ministério da Cultura	4
Informações incompletas sobre incentivos	10
Informações claras e objetivas sobre incentivos	4

Fonte: Os Autores

Analisando a Tabela 5, o item ‘informações divergentes em relação ao Ministério da Cultura’ significa que as empresas divulgaram valores diferentes dos que constam no endereço do Ministério. A seguir, aparecem as empresas que divulgaram informações incompletas sobre os incentivos à cultura, ou seja, embora tenham informado, todas não divulgaram quais eram os incentivos e constam também valores sobre outros tipos de benefícios e, por fim, as empresas que divulgaram as informações sobre os incentivos para a cultura de forma consistente e apresentaram os valores exatos referente aos benefícios adquiridos com a Lei Federal de Incentivo à Cultura.

5 Considerações Finais

A divulgação das informações nas Demonstrações Financeiras e/ou Relatórios Complementares é extremamente importante para a análise tanto de usuários internos e/ou externos. Quanto ao problema de pesquisa - a pergunta: como estão sendo divulgadas as informações nessas Demonstrações e Relatórios – revelou-se, na análise de dados, que a divulgação está aquém do ideal para algumas empresas, pois apenas quatro das vinte e sete

Ancioto, R. G.; Oliveira, M. C. P; Pagni, F.; Reis, L.G

empresas analisadas estão divulgando as informações coerentemente. Com isso, as demais empresas impossibilitam os usuários externos de visualizarem, de forma clara e adequada, os aspectos relativos à responsabilidade social, pois há indícios de inconsistências de valores em empresas analisadas.

Com base na pesquisa realizada, a principal contribuição no campo acadêmico e teórico foi complementar a literatura científica sobre Incentivos Fiscais em Contabilidade, buscando-se disseminar o conhecimento acerca do tema geral da pesquisa, possibilitando novas investigações que tenham por objeto temas similares e possibilitando um melhor conhecimento, por parte da sociedade, a respeito dos incentivos fiscais concedidos pelo setor governamental a empresas. No campo prático, demonstrar de forma geral que se torna difícil analisar empresas que não divulgam informações consistentes e na forma adequada, sobre Incentivos Fiscais à Cultura em um determinado período.

Como sugestão para pesquisas futuras, pode-se realizar a verificação da consistência das informações em outras Regiões brasileiras, bem como a realização de pesquisas em empresas de outros tipos societários, assim como analisar as subvenções governamentais recebidas das empresas e o retorno desses benefícios fiscais para a sociedade.

Referências

Albuquerque, Joelson B.. **Diretrizes para a Avaliação de Projetos Culturais**. 2009. F. 78. Dissertação (Mestrado) – Fundação Cesgranrio, 2009, Rio de Janeiro, p. 22.

Almeida, Francisco C. R. de. **Uma abordagem estruturada da renúncia de receita pública federal**. Revista do Tribunal de Contas da União, Brasília, DF, 2000, v.31 n°84, p. 22-28, abr/jun.

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

Alves, Maria T. V. D. Análise de Conteúdo: Sua Aplicação nas Publicações de Contabilidade. **Revista Universo Contábil**, Blumenau, 2011, v. 7, n. 3, p.146-166, Jul./Set.

Bernardi, Marco A. et. Al. Acesso em: 21 maio 2013. **Manual de Incentivos Fiscais para investimentos sociais, culturais, desportivos e na saúde**. Marco Aurélio Bernardi [Coord.]. Disponível em <http://www.crcrs.org.br/arquivos/livros/livro_incentivos.pdf>.

BM&FBOVESPA. Acesso em: 11 maio 2013. Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuros de São Paulo. Disponível em: <<http://www.bmfbovespa.com.br>>.

Brasil. **Constituição da República Federativa do Brasil**. 27. Ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

Brasil. **Decreto nº 3000**, de 26 de março de 1999, Regulamenta a tributação, fiscalização, arrecadação e administração do Imposto sobre a Renda e Proventos de Qualquer Natureza. Regulamento do Imposto de Renda – RIR/99, Brasília, DF, 26 de março de 1999.

Brasil. **Lei nº 8.313**, de 23 de dezembro de 1991. Restabelece princípios da Lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986, institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) e dá outras providências. Presidência da República Casa Civil Subchefia para Assuntos Jurídicos, Brasília, DF.

Comitê de pronunciamentos contábeis (CPC). Acesso em: 21 ago. 2013. **Pronunciamento Técnico CPC26 (R1) – Apresentação das Demonstrações Contábeis**. Disponível em: <<http://www.cpc.org.br/mostraorientacao.php?Id=44>>.

Fernandes, António B.; Dinis, Anabela; Ussmane, Ana M. *O Impacto dos incentivos fiscais regionais na taxa de criação de empresas: estudo aplicado às regiões portuguesas do interior*. In: **Gestão de Bens Comuns e Desenvolvimento Regional Sustentável**, 5., 2011, Bragança-Covilhã. Congresso de Gestão e Conservação da Natureza. Bragança-Zamora:Proceedings, 2011, p. 1620 - 1634.

Fonteles, I. V; Nascimento, C. P. S; Ponte, V. M. R; Rebouças, S. M. D. P.. Acesso em: 28 out. 2013. Determinantes da Evidenciação de Provisões e Contingências por Companhias Listadas na BM&FBOVESPA. In: **Congresso Usp de Controladoria E Contabilidade**, 12., 2012, São Paulo. Anais... . São Paulo: Fipecafi Usp, 2012. P. 1 -18. Disponível em: <<http://www.congressosp.fipecafi.org/artigos122012/437.pdf>>.

Formigoni, Henrique. **A influência dos incentivos fiscais sobre a estrutura de capital e a rentabilidade das companhias abertas brasileiras não financeiras**. 2008. F. 27, 192. Tese (Doutorado) - Universidade de São Paulo, São Paulo.

Gil, Antonio C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6ª Edição, 2008, São Paulo: Atlas, p. 26.

Hendriksen, Eldon S.; Van Breda, Michael F. **Teoria da Contabilidade**. São Paulo: Atlas, 1999

Higuchi, Hiromi; Higuchi, Fábio H.; Higuchi, Celso H. **Imposto de Renda das Empresas: Interpretação e prática**. 31ª Edição São Paulo: Ir Publicações Ltda, 2006, p. 33-34.

Instituto Brasileiro De Governança Corporativa. **Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa**. 4ª ed., 2010, São Paulo,. Disponível em: <<http://www.ibgc.org.br>>. Acesso em 22 out. 2013.

Iudícibus, Sérgio de et al. **Manual de contabilidade societária**. São Paulo: Atlas. 2010.

Lélis, Débora L. M. et al. Comparação das Práticas de evidenciação de informações financeiras nas empresas brasileiras listadas na BM&FBOVESPA e na NYSE dos setores de consumo não cíclicos e de telecomunicações. **Contabilidade Vista & Revista**, Belo Horizonte, 2011, v. 22, n. 4, p.145-172, Out./dez. 2011.

Lewis, Sandra B.. Responsabilidade social e incentivos fiscais na ciência, tecnologia e inovação. **Scientia Iuris**, Londrina, 2010, p.281-302. Anual. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/iuris/issue/view/420>>. Acesso em: 19 ago. 2013.

Longaray, André A. et al.. **Como Elaborar Trabalhos Monográficos em Contabilidade**. São Paulo: Atlas, 2003, p. 91, 126.

Martins, Gilberto de A. ; Theóphilo, Carlos R.. **Metodologia da Investigação Científica para Ciências Sociais Aplicadas**. 2ª Edição São Paulo: Atlas, 2009, p. 55.

Paranaíba, Adriano de C. ; Miziara, Fausto. Incentivos Fiscais: Uma hermenêutica tributária das políticas de desenvolvimento industrial regional. **In: 63ª Reunião Anual da SBPC**, 2011, Goiânia. 63ª Reunião Anual da SBPC.

Pereira, Francisco W. Á.. **Avaliação da política de incentivos fiscais no desenvolvimento econômico-social do município de Aquiraz - Ceará. 2008.** F. 47-48. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Ceará, Fortaleza.

Sayd, Patrícia D. **Renúncia fiscal e Equidade na Distribuição de Recursos para a Saúde**. 2003. F. 12. Dissertação (Mestrado) – Fundação Oswaldo Cruz, Rio de Janeiro.

Souza, Beatriz V. de; Petri, Sérgio M.. Contribuições dos Incentivos Fiscais: Responsabilidade X Benefícios. **In: Congresso UFSC de Controladoria e Finanças**, 4ª ed. Florianópolis. 2011, Anais... .

Souza, Erica X. de; Soares, Reyka K. do N. ; Lins, Wedja P.. Benefícios Fiscais: Um estudo sobre o nível de satisfação das empresas de grande porte em Pernambuco. **In: Seminários em Administração FEA-USP**, 10. São Paulo. Anais... . São Paulo: semeadfea-usp, 2007. P. 4.