

FUNÇÃO SOCIAL E SOLIDÁRIA DA EMPRESA E FOMENTO À CULTURA

THE SOCIAL AND SOLIDARITY FUNCTION OF THE COMPANY AND THE PROMOTION OF CULTURE

Otávio Fernando de Vasconcelos¹

Jaqueline Maria Ryndack²

Carlos Henrique Baptista Cardoso³

José Luiz Mansur Júnior⁴

Rafael José Nadim de Lazari⁵

Francis Marília Pádua⁶

RESUMO: O presente artigo aborda a relevância da função social e solidária das empresas, à luz dos artigos 3º e 170 da Constituição Federal de 1988, com enfoque especial nos investimentos destinados ao fomento cultural. Destaca-se a necessidade de as empresas não se restringirem à busca pelo lucro, mas também atuarem em prol do bem-estar social, promovendo iniciativas que fortaleçam a cultura e garantam o acesso da população a expressões culturais. Em um primeiro momento, o artigo contextualiza a função social da empresa dentro de uma breve incursão histórica sobre o Direito Comercial, abordando suas teorias e culminando na adoção da Teoria da Empresa pelo Código Civil de 2002. O texto

¹ Mestrando em Direito pela Universidade de Marília/SP (UNIMAR), com bolsa da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). Pós-graduando em Direito Tributário pela Escola Brasileira de Direito – EBRADI, Pós-graduando em Direito Processual Civil pela Universidade de Marília/SP (UNIMAR). Advogado e pesquisador. E-mail: otaviofv.adv@gmail.com.

² Pós-doutoranda em Direito pela Universidade de Marília (UNIMAR) e pós-doutoranda em Direito Empresarial e Cidadania pelo Centro Universitário Curitiba (UNICURITIBA). Doutora em Direito pela Universidade de Marília (UNIMAR). Mestre em Direito Empresarial e Cidadania no Centro Universitário Curitiba (UNICURITIBA). Advogada, pesquisadora e parecerista. E-mail: ryndack.jaqueline@hotmail.com.

³ Mestrando em Direito pela Universidade de Marília com bolsa integral da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior. Membro da Junta de Recursos Fiscais da Prefeitura de Marília/SP. Advogado. E-mail: cardosoadv.marilia@hotmail.com.

⁴ Doutor em Direito pela Universidade de Marília (UNIMAR). Mestre em Direito pelo Centro Universitário Eurípides de Marília (UNIVEM). Professor de Direito Penal do curso de graduação em Direito da Universidade de Marília (UNIMAR). É Líder Regional da Comissão Estadual de Exame de Ordem e Estágio da OAB/SP. Advogado criminalista. E-mail: jrmansur@hotmail.com.

⁵ Pós-Doutor em Democracia e Direitos Humanos pela Universidade de Coimbra. Estágio Pós-Doutoral pelo Centro Universitário Eurípides Soares da Rocha. Doutor em Direito Constitucional pela Pontifícia Universidade Católica. Professor da Graduação, Mestrado e Doutorado em Direito da Universidade de Marília. Professor da Graduação em Direito da Rede Gonzaga de Ensino Superior de Dracena/SP. Professor convidado de Pós-Graduação (LFG, Projuris Estudos Jurídicos, IED, dentre outros), da Escola Superior de Advocacia, e de Cursos preparatórios para concursos e Exame da Ordem dos Advogados do Brasil (LFG, IED, IOB Concursos, PCI Concursos, dentre outros). Professor dos Programas Saber Direito e Academia, na TV Justiça, em Brasília/DF. Advogado e consultor jurídico. E-mail: prof.rafaeldelazari@hotmail.com.

⁶ Pós-doutoranda em Direito pela Universidade de Marília. Doutora em Educação pela Universidade Estadual Paulista “Julio de Mesquita Filho”. Mestre em Direito pela Universidade de Marília. Coordenadora do curso de Graduação em Direito e professora permanente do Programa de Mestrado e Doutorado em Direito da Universidade de Marília. Advogada. E-mail: humanas.francis@unimar.br.

também destaca as funções sociais e solidárias das empresas no contexto específico do investimento e promoção cultural em determinado estado, sublinhando não apenas as disposições constitucionais, mas também as leis infraconstitucionais que preveem incentivos fiscais para as empresas que adotam tais práticas. Ao cumprir essa função social, as empresas contribuem para a construção de uma sociedade mais justa e inclusiva, ultrapassando as obrigações legais e tributárias para investir em projetos culturais benéficos à comunidade. Ações como apoio a eventos culturais, patrocínio a artistas locais, financiamento de projetos educacionais e preservação do patrimônio histórico destacam-se como estratégias relevantes para o papel das empresas na promoção da cultura. Tais iniciativas não apenas atendem aos requisitos legais, mas também fortalecem os laços entre as empresas e a comunidade, contribuindo para a formação de um ambiente social mais enriquecedor e diversificado. Ao integrar teoria e prática, este artigo visa proporcionar uma compreensão mais abrangente do papel crucial das empresas na promoção da cultura e no desenvolvimento social, enfatizando a importância de sua atuação responsável e engajada para o progresso cultural e social do país. A metodologia adotada neste trabalho segue uma abordagem dedutiva, partindo da análise do cenário atual por meio de revisão bibliográfica e documental, em conformidade com os métodos científicos considerados acadêmica e metodologicamente idôneos.

Palavras-chave: Empresa, Função Social, Função Solidária, Cultura, Desenvolvimento.

ABSTRACT: This article addresses the relevance of the social and solidarity function of companies, in light of articles 3 and 170 of the Brazilian Federal Constitution of 1988, with a special focus on investments aimed at cultural promotion. It emphasizes the need for companies not to restrict themselves to profit-seeking but also to act for social well-being, promoting initiatives that strengthen culture and ensure access to cultural expressions for the population. Initially, the article contextualizes the social function of the company within a brief historical overview of Commercial Law, addressing its theories and culminating in the adoption of the Enterprise Theory by the Civil Code of 2002. The text also highlights the social and solidarity functions of companies in the specific context of cultural investment and promotion in a particular state, emphasizing not only constitutional provisions but also infraconstitutional laws that provide tax incentives for companies adopting such practices. By fulfilling this social function, companies contribute to the construction of a fairer and more inclusive society, going beyond legal and tax obligations to invest in cultural projects beneficial to the community. Actions such as supporting cultural events, sponsoring local artists, financing educational projects, and preserving historical heritage stand out as relevant strategies for the role of companies in cultural promotion. These initiatives not only meet legal requirements but also strengthen the bonds between companies and the community, contributing to the creation of a more enriching and diversified social environment. By integrating theory and practice, this article aims to provide a broader understanding of the crucial role of companies in cultural promotion and social development, emphasizing the importance of their responsible and engaged action for the cultural and social progress of the country. The methodology adopted in this work follows a deductive approach, starting from the analysis of the current scenario through bibliographical and documentary review, in accordance with scientifically and methodologically sound methods.

Keywords: Company, Social Function, Solidarity Function, Culture, Development

INTRODUÇÃO

Invariavelmente, ao discorrermos sobre a pertinência da empresa enquanto agente econômico e seu intrínseco papel no âmbito do desenvolvimento nacional,

inevitavelmente nos deparamos com as disposições consignadas nos artigos 3º e 170 da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988.

Este artigo se propõe a examinar, de forma didática e acessível, a função social e solidária das empresas, em consonância com os preceitos delineados nos referidos dispositivos constitucionais, com especial ênfase na vertente relativa aos investimentos para o fomento da cultura.

É imprescindível ressaltar que as empresas não se restringem à mera busca pelo lucro, mas também possuem o imperativo de agir em prol do bem-estar social. Este compromisso engloba a promoção de iniciativas que fortaleçam a cultura e assegurem o acesso de toda a população às expressões culturais, as quais desempenham um papel fundamental na construção da identidade individual e coletiva.

Ao se comprometerem com sua função social, as empresas contribuem significativamente para a edificação de uma sociedade mais justa e inclusiva. Tal compromisso transcende a mera observância das normativas legais e o pagamento de tributos, englobando, também, o investimento em projetos culturais que reverberem benefícios para a comunidade.

Apoiar eventos culturais, patrocinar artistas locais, financiar projetos educacionais e preservar o patrimônio histórico são exemplos de ações mediante as quais as empresas desempenham um papel relevante na promoção da cultura. Tais iniciativas não apenas atendem aos imperativos legais, mas também fortalecem os laços entre as empresas e a comunidade, contribuindo para a criação de um ambiente mais rico e diversificado.

Portanto, é crucial que as empresas compreendam a importância de sua função social e solidária, sobretudo no que concerne ao fomento da cultura. Ao agirem de maneira responsável e engajada, não apenas cumprem com suas obrigações legais, mas também contribuem para o desenvolvimento social e cultural do país.

No desenvolvimento deste artigo, será empreendida uma breve incursão histórica sobre o Direito Comercial como ramo autônomo do Direito e suas diversas correntes teóricas, culminando na adoção da Teoria da Empresa pelo Código Civil de 2002. Ademais, serão expostas as funções social e solidária da empresa no investimento e promoção da cultura em nosso Estado, ressaltando não apenas as disposições constitucionais, mas também as leis infraconstitucionais que preveem incentivos fiscais aos agentes privados que assim procedem.

Tendo em vista o objeto da pesquisa, dentro dos métodos científicos considerados academicamente idôneos, o presente trabalho opta-se pelo método dedutivo, vez que se parte da análise do cenário atual, utilizando revisão bibliográfica e documental, como procedimento instrumental de pesquisa.

1 TEORIA DA EMPRESA – FUNÇÃO SOCIAL E SOLIDÁRIA

Antes mesmo de que o tema do presente trabalho seja desenvolvido, e tão somente com finalidade didática, se faz necessária a realização de devido introito quanto a revisão histórica sobre o Direito Comercial como ramo, da Teoria dos Atos do Comércio ao surgimento da Teoria da Empresa, bem como sua contextualização em nosso ordenamento jurídico, para que então o estudo sobre a relevância do fomento da cultura, em cumprimento das funções social e solidária da empresa seja realizado.

1.1 SÍNTESE SOBRE A ORIGEM DO DIREITO COMERCIAL E SUAS TEORIAS

Em decorrência do período de domínio do Império Romano, a Itália é considerada pioneira no que tange aos estudos de diversos domínios jurídicos, em especial aqui, do Direito Comercial. Contudo, após o início das grandes navegações e, principalmente em razão da expansão marítima, com a transferência de relevância comercial do Mediterrâneo para o Atlântico, outros países também ganharam destaque em relação à tais atividades, assim como Holanda, Inglaterra, França, Portugal e Espanha.

Neste sentido, mediante o advento do renascimento e consolidação dos Estados modernos, bem como o crescente desenvolvimento das relações internacionais entre eles, surgiu o campo do Direito Internacional, exercendo significativa influência no Direito Comercial. Este último viu-se especialmente influenciado por obras seminalmente importantes, como "*De Jure Belli*" de Alberico Gentili (1588), "*Mare Liberum*" de Hugo Grotius (1609), e "*De dominio maris*" de Cornelis van Bynkershoek (1703), que delinearam conceitos e princípios cruciais. Além disso, as ideias utilitaristas do filósofo inglês Jeremy Bentham desempenharam um papel essencial na integração do Direito Internacional, impactando profundamente as transações comerciais entre as nações (Barros, 2013, p. 30).

Na França no ano de 1807, consagrou-se a primeira codificação do Código Comercial. Este, fundamentado em convicções ainda do reinado de Luís XIV, mas em razão da situação privilegiada do referido país, em decorrência das guerras napoleônicas, o texto legal tornou-se referência para todos os outros países. Importante salientar que, inobstante o citado Código ainda possuir ideais alicerçados no reinado de Luís XIV, suas posições classistas eram reprovadas, principalmente após a revolução francesa. Quando da promulgação do Código Comercial francês, as corporações já haviam sido extintas para que a plena liberdade do comércio e a livre iniciativa fossem consagradas, através da Lei de Chapelier, em 1791 (Barros, 2013, p. 31).

Desta feita, o surgimento da positivação do Direito Comercial como ramo autônomo, tutelou, objetivamente, sobre os direitos e deveres dos comerciantes, dando prioridade aos atos do comércio quanto a regulação da referida disciplina.

Já no contexto brasileiro, a chegada das cortes portuguesas em 1808 motivada pela fuga das tropas napoleônicas na Europa continental, desempenhou um papel decisivo no desenvolvimento econômico e comercial, com repercussões significativas no âmbito do direito comercial. Inicialmente, por meio da promulgação da Carta Régia em 1808, estabeleceu-se a abertura dos portos às nações amigas, mantendo a vigência da legislação portuguesa. Esse cenário perdurou até a promulgação do Código Comercial Brasileiro em 25 de junho de 1850, já em um cenário de um país independente. Esse marco normativo consolidou as bases legais para as atividades comerciais no Brasil, refletindo a transição e autonomia jurídica alcançadas após o período de influência das cortes lusitanas (Miragem, 2004, p. 14-15).

A teoria dos atos do comércio foi adotada pelo edito de 1850. Contudo, diferentemente do que praticado na Europa, vez que, em que pese a utilização de sistema subjetivo para qualificação do comerciante, o legislador pátrio trouxe ao ordenamento, critérios objetivos para conceituar quem eram os comerciantes, bem como a prática do comércio.

Com a promulgação do Código Civil Italiano em 1942, foi estabelecido naquele país, um inovador sistema de regulação das atividades econômicas privadas, marcando uma expansão do escopo de aplicação do Direito Comercial. Nesse contexto, as atividades relacionadas à prestação de serviços e vinculadas à terra passaram a estar sujeitas às normas aplicáveis aos setores comercial, bancário,

securitário e industrial. Este novo arcabouço regulatório foi denominado como Teoria da Empresa, representando uma abordagem abrangente na disciplina das atividades privadas (Coelho, 2006, p. 8).

Ou seja, o Direito Comercial sob tal enfoque, deveria regulamentar muito mais do que um rol de profissões e atividades relacionadas ao comércio, mas sim, todas as atividades que, uma vez organizadas, realizassem a produção ou mesmo a prestação de serviços, tendo como objetivo o lucro.

No Brasil, com a promulgação da Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002 – Código Civil, o legislador encampou na *novel legis* a primeira parte do Código Comercial de 1850, revogando-a.

De maneira inovadora, o Código Civil de 2002, no Livro II da Parte Especial, adota uma abordagem distinta ao abandonar os princípios franceses que inspiraram o Código Comercial de 1850. Sob a influência do Código Civil italiano, o novo código passa a incorporar a Teoria da Empresa, estabelecendo normas regulamentares para a atividade empresarial. No artigo 966, *caput*, ao definir o empresário como aquele que exerce profissionalmente atividade econômica organizada para a produção ou circulação de bens ou serviços, o código deixa de lado a teoria dos atos do comércio, reconhecendo sua limitação ao não abranger toda a atividade econômica. Assim, ao afastar-se do modelo francês e adotar positivamente a teoria da empresa, o Código Civil brasileiro incorpora o modelo italiano de disciplina privada dessa atividade. Com essa evolução, o termo "direito comercial" assume contemporaneamente a roupagem de "direito de empresa", mantendo, no entanto, sua autonomia e sem promover a unificação do direito privado (Diniz, 2018, p. 389).

Deste modo, as atividades consideradas como sendo empresariais passaram a ser reguladas pelo Código Civil Brasileiro de 2002. E, nas palavras de Rizzardo (2019, p. 9), tais ramos, mesmo que tutelados no mesmo código, não implicam na desconsideração dos princípios e institutos próprios de cada um deles. Permanecem os desdobramentos peculiares, como o caráter econômico da atividade disciplinada, o maior grau de liberdade na celebração das relações contratuais, a observância da literalidade na interpretação e aplicação da lei, e a manutenção de certos institutos específicos, tais como a falência, a recuperação de empresas, a constituição e o registro das sociedades empresárias.

1.2 FUNÇÃO SOCIAL DA EMPRESA

Dadas as considerações supra, salienta-se que o Código Civil de 2002 foi promulgado sob a égide da Constituição Federal de 1988 que, constituiu em seu artigo 3º, como sendo os objetivos fundamentais da nossa República: a) a construção de uma sociedade livre, justa e solidária; b) a garantia do desenvolvimento nacional; c) a erradicação da pobreza e a marginalização e redução das desigualdades sociais e regionais, e; d) promoção do bem de todos, sem preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação (Brasil, 1988).

Já no artigo 170, ao aduzir sobre a ordem econômica e sua finalidade, a referida Carta Política elencou os seguintes princípios a serem observados: a) soberania nacional; b) propriedade privada; c) função social da propriedade; d) livre concorrência; e) defesa do consumidor; f) defesa do meio ambiente, inclusive mediante tratamento diferenciado conforme o impacto ambiental dos produtos e serviços e de seus processos de elaboração e prestação; g) redução das desigualdades regionais e sociais; h) busca do pleno emprego, e; i) tratamento favorecido para as empresas de pequeno porte constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sua sede e administração no País (Brasil, 1988).

Notoriamente, inobstante a presença do pensamento liberal, quando o texto constitucional preconizou a livre iniciativa e livre concorrência, evidente também foi a preocupação do legislador no sentido de aduzir que o desenvolvimento econômico deveria restar vinculado com o desenvolvimento social. Neste sentido, restaram as limitações da iniciativa privada e propriedade no escopo do alcance dos objetivos fundamentais da República, bem como na observação dos Princípios da Ordem Econômica.

O propósito subjacente ao pensamento do legislador constituinte reside na afirmação de que o Estado, por meio do fomento ao desenvolvimento nacional, tem a capacidade de assegurar uma qualidade de vida digna para seus cidadãos, concomitantemente garantindo os direitos inalienáveis da pessoa humana. Em consonância com esse entendimento, é pertinente ressaltar que para o Estado cumprir sua missão de promover o desenvolvimento nacional, um dos pilares essenciais do Estado Democrático de Direito, torna-se imprescindível a implementação dos preceitos estabelecidos no artigo 170 da Constituição, que trata dos Princípios Gerais da Atividade Econômica. Estes princípios não apenas fundamentam a ordem econômica, mas também servem como diretrizes fundamentais do sistema jurídico

constitucional. Assim sendo, é incontestável a relevância da ordem econômica e financeira para o progresso nacional (Santiago; Medeiros, 2017).

Consequentemente, ao considerar que a entidade empresarial representa mecanismo legal para a condução das atividades econômicas, é plausível o reconhecimento de sua dimensão social, em consonância com os princípios estabelecidos na Constituição de 1988, que preconiza a necessidade da observação da função social na prática da livre iniciativa (Santiago; Campello, 2016, p. 128).

Assim, ante o histórico da evolução do panorama jurídico brasileiro que, em 1943 promulgou a Consolidação das Leis do Trabalho, em proteção às vulnerabilidades dos trabalhadores; em 1988 restou promulgada a Constituição Federal, chamada também de “Constituição Cidadã”, que dispõem sobre a garantia da dignidade da pessoa humana e da solidariedade social, e, posteriormente com a sanção da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), que visa a proteção dos consumidores, haja visto sua hipossuficiência perante os fornecedores, conclui-se que a função social da empresa trata-se de limitações a esta impostas para que outras vulnerabilidades sejam também protegidas.

Segundo Diniz (2018, p. 394), “pela teoria da função social da empresa, o empresário e a sociedade empresária deverão ter o poder-dever de, no desenvolvimento de sua atividade, agir a serviço da coletividade”.

Doutro prisma, pode-se afirmar que a incumbência social da empresa restringe a autonomia dos detentores de capital, substituindo o arbítrio do proprietário da empresa por um equilíbrio que deve ser estabelecido entre as forças colaboradoras para o avanço dos propósitos empresariais. Nesse contexto, assemelha-se à função social do contrato, com o propósito de submeter o interesse individual ao coletivo, destacando a relevância da harmonização desses interesses para o bem comum (Santiago; Campello, 2016, p. 131).

Ou seja, as atividades empresariais tem o dever constitucional, da observação dos fundamentos, objetivos e princípios, tais como: dignidade da pessoa humana e valores sociais do trabalho (CF, art. 1º, III e IV); construir uma sociedade livre, justa e solidária, garantir o desenvolvimento nacional, erradicar a pobreza e a marginalização e reduzir as desigualdades sociais e regionais, promover o bem de todos, sem preconceitos de ordem, raça, sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação (CF, art. 3º); valorização do trabalho humano, defesa do consumidor,

defesa do meio ambiente, redução das desigualdades regionais e sociais (CF, art. 170, *caput*, V, VI e VII).

1.3 FUNÇÃO SOLIDÁRIA DA EMPRESA

Conforme já fora aduzido, segundo o artigo 170 da Constituição Federal, a relevância da observação da função social da empresa, enquanto agente econômico, na busca e construção de um desenvolvimento pleno da nossa República é inegável.

Contudo, além da citada função constitucionalmente prevista, outra de igual importância e que se complementa à primeira, é a chamada Função Solidária da Empresa, sendo esta materializada no artigo 3º da Carta Política de 1988, quando dispõe que construção uma sociedade livre, justa e solidária é um dos objetivos fundamentais do Estado Brasileiro.

A função solidária da empresa não está atrelada a uma imposição legal, significando possível sanção quando do seu descumprimento. Trata-se de função que se sobrepõe a um dever, referindo-se às responsabilidades que as organizações possuem com os locais onde estão inseridas, enquanto agentes econômicos, mas que também atuam com uma abordagem que pressupõe o reconhecimento e a preocupação com o bem-estar do próximo, manifestando-se através de atos de empatia e colaboração em prol do interesse coletivo. Este princípio reflete uma disposição para auxiliar indivíduos em situações de necessidade, promover a equidade social e enfrentar desafios coletivos de forma solidária.

No âmbito democrático, o discurso sobre solidariedade implica o reconhecimento de equívocos e responsabilidades nas interações entre indivíduos, destacando a importância de valores como cooperação e respeito. Esta perspectiva não apenas demanda uma postura ativa por parte do Estado, mas também requer a participação engajada de cada cidadão nas relações interpessoais, transcendendo as obrigações atribuídas às empresas pelo conceito de função social. O princípio da solidariedade, neste contexto, engloba a ideia de que a colaboração para o desenvolvimento da sociedade deve ser uma contribuição intrínseca aos negócios, visando auxiliar positivamente as pessoas e considerando, inclusive, as implicações para as gerações futuras. A função solidária da empresa, portanto, é aquela que proporciona uma contribuição valiosa para o progresso social (Santiago; Campello, 2016, p. 135-136).

A função solidária da empresa é delineada pela sua capacidade de criar oportunidades por meio do desenvolvimento de práticas sustentáveis. Este comprometimento se manifesta através da implementação de projetos sociais voltados para o apoio da comunidade local, promovendo a preservação ambiental e estimulando o desenvolvimento em todas as esferas locais. Reconhece-se a relevância das empresas e dos empresários para o progresso econômico e social, uma vez que, ao produzirem bens e serviços, atendem às demandas do mercado e às necessidades fundamentais dos cidadãos. Essas necessidades abrangem desde produtos alimentícios até serviços cruciais para a saúde, educação, cultura, lazer, entre outros, contribuindo para o bem-estar e progresso da sociedade como um todo (Santiago; Medeiros, 2017, p. 115-116).

Daí resta evidente que a Função Social e Solidária da empresa se entrelaçam se complementam, transcendendo a busca de desenvolvimento unicamente econômico e individual, mas também revela o essencial papel da atividade empresarial, fundamentado na cooperação, inclusão social e respeito aos direitos humanos na busca de desenvolvimento pleno, ou seja, com justiça social e bem comum.

2 A RELEVÂNCIA DA CULTURA QUANTO AO DESENVOLVIMENTO NACIONAL

Já se viu no presente trabalho que, em conformidade com o disposto no texto constitucional, um dos objetivos fundamentais da República Federativa do Brasil, é o de garantir o desenvolvimento nacional (art. 3º, II).

E com relação à concepção de desenvolvimento, esta foi particularmente influenciada pelo projeto político capitalista no período pós-guerra, sendo amplamente difundida visando à expansão da modernidade. Em muitos países, as intervenções nas políticas públicas para o desenvolvimento estiveram predominantemente focadas na economia e na ideologia industrial do referido regime econômico, negligenciando as demandas específicas de cada população e resultando em uma padronização cega nos planos estatais. Essa abordagem caracterizava o conceito de desenvolvimento como um processo de contínuo acúmulo de progresso, principalmente de ordem econômica, orientado para o abandono de elementos tradicionais do passado em favor de uma visão futura alinhada com os ideais capitalistas, demonstrando a

influência significativa desse paradigma na definição das estratégias de desenvolvimento (Roque, 2009, p. 16).

Contudo, Amartya Sen, economista e filósofo indiano, laureado pelo Prêmio Nobel de Economia em 1998, sendo um dos idealizadores do Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), consubstanciada em uma métrica que mede o progresso de um país de forma mais abrangente dos indicadores meramente econômicos, aduz em sua obra “Desenvolvimento como Liberdade” (Sen, 2000), uma crítica substancial ao paradigma convencional do desenvolvimento, o qual historicamente tem sido predominantemente encarado como uma questão de natureza econômica. Em sua análise, ele propõe fundamentos conceituais para um paradigma alternativo na economia do desenvolvimento, baseando-se em perspectivas que consideram não apenas os aspectos materiais, mas também os impactos diretos e indiretos nas vidas humanas.

Segundo o citado autor, os objetivos do desenvolvimento estão intrinsecamente relacionados à ampliação das liberdades reais das pessoas, estabelecendo a liberdade como o cerne do propósito do desenvolvimento. Nessa abordagem, o progresso é avaliado pelo aumento efetivo das liberdades individuais, representando uma mudança de ênfase significativa em relação aos tradicionais indicadores econômicos.

Neste sentido, conclui-se que o desenvolvimento pleno de um país, dar-se-á não somente de maneira econômica, mas este, em concomitância com o desenvolvimento social, possibilitando aos cidadãos à total liberdade quando efetivamente proporciona saúde, habitação, educação, cultura, dentre outros aspectos que promovem o bem estar comum.

E no que tange à possibilidade de amplo acesso à cultura, como fator primordial ao desenvolvimento do Estado, é que será desenvolvido neste item.

2.1 DEFINIÇÃO SOBRE CULTURA

Ao realizar a definição sobre cultura, o antropólogo Clifford Geertz (1973), assume que, ao conceber o ser humano como um organismo imerso em complexas teias de significados, que ele próprio construiu, a cultura deverá ser reconhecida como a manifestação de tais redes criadas e vividas pelo homem.

Essas “teias de significados”, são uma amalgama complexa de elementos históricos, sociais, artísticos, religiosos e comportamentais que, de maneira integrada, delineiam a identidade cultural de uma nação. No contexto brasileiro, destacam-se diversos elementos, tais como: a) diversidade étnica e racial; b) pluralidade religiosa e sincretismo; c) manifestações festivas e celebrações tradicionais; d) expressões musicais e de dança; e) culinária regional e nacional; f) práticas esportivas; g) nuances linguísticas e sotaques regionais, entre outros aspectos.

Já Roque de Barros Laraia (1986), destaca a ênfase na complexidade e diversidade da cultura. O autor ressalta que esta não se restringe unicamente a expressões artísticas ou ritualísticas, mas abarca todas as práticas, crenças, valores, comportamentos e formas de organização social de um dado grupo humano. Além disso, discorre sobre a noção de relatividade cultural, demonstrando como diferentes sociedades possuem visões de mundo singulares e como seus sistemas de crenças e valores podem variar substancialmente. Enfatiza a importância crucial do respeito a tais diferenças culturais, dado o número significativo de julgamentos que se fundamentam em valores inerentes a uma determinada sociedade.

Neste sentido, a cultura é definida não apenas como um dos elementos constituintes do indivíduo, mas sim como uma necessidade intrínseca que molda e confere significado à sua existência. Ela representa uma complexa rede de significados que não se limitam apenas a manifestações visíveis, mas englobam a totalidade da experiência humana.

Aliás, Geertz (1973, p. 60), atribui a evolução da mente humana ao mesmo nível com o crescimento cultural do indivíduo, prestes à conclusão do terceiro capítulo, argumenta que a observação de que os estágios finais da evolução biológica humana ocorreram posteriormente aos estágios iniciais do desenvolvimento cultural sugere que a natureza humana “básica”, “pura” ou “não-condicionada”, no sentido de uma constituição inata do ser humano, é funcionalmente incompleta ao ponto de não ser suficiente para moldar sua existência. As ferramentas, a caça, a organização familiar e, posteriormente, a arte, a religião e a “ciência” tiveram um papel significativo na formação somática do homem. Portanto, esses aspectos não são apenas essenciais para sua sobrevivência, mas também para sua realização existencial. A aplicação dessa nova perspectiva na evolução humana sugere que os recursos culturais são elementos intrínsecos, e não acessórios, do pensamento humano.

Ainda sob esta ótica, a hominização representa uma jornada que é simultaneamente descontínua e contínua. A descontinuidade é evidenciada pelo surgimento de novas espécies, como *habilis*, *erectus*, *neandertalensis* e *sapiens*, em conjunto com o desaparecimento das anteriores. Esse processo está associado ao desenvolvimento da linguagem e da cultura. Por outro lado, a continuidade é observada no avanço em direção à bipedalidade, à habilidade manual, à postura ereta do corpo, ao aumento do tamanho do cérebro, à juvenilização (onde os adultos mantêm características não especializadas do embrião e traços fisiológicos da juventude) e à complexificação social. Durante esse processo, emerge a linguagem propriamente humana, ao mesmo tempo em que se estabelece a cultura, composta por conhecimentos, habilidades, crenças e mitos adquiridos e transmitidos de geração em geração. Dessa forma, a hominização apresenta um ponto de partida distinto, marcado pelo surgimento do ser humano como ser cultural, caracterizado não apenas por mudanças anatômicas e genéticas, mas também por transformações psicológicas e sociológicas (Morin, 2003).

Com propósito didático, as expressões culturais podem ser ilustradas por uma variedade de elementos, que aqui incluem somente alguns, a saber: 1) quanto à diversidade étnica e racial – exemplificada, por exemplo, pelos bairros paulistanos como o Bixiga, que remete à imigração italiana, e a Liberdade, associada à comunidade japonesa; 2) quanto às festividades e celebrações – como as festas regionais (festa do Ovo em Bastos/SP; festa da Uva em Jundiaí/SP; as atividades do Centro de Tradições Nordestinas em São Paulo/SP); 3) quanto à gastronomia – representada por características como as quitandas de Minas Gerais, o acarajé baiano e o churrasco gaúcho; dentre tantas outras manifestações culturais.

É por meio do conhecimento de sua própria cultura que cada indivíduo pode estabelecer sua identidade, compreender suas origens, sua história, sua sociedade e, assim, situar-se em relação ao papel que desempenha na comunidade.

2.2 A CULTURA COMO PILAR DO DESENVOLVIMENTO NACIONAL E PROTEÇÃO CONSTITUCIONAL

Desta feita, não há que se negar que a cultura de um povo desempenha papel fundamental no desenvolvimento humano, mas também socioeconômico. Analisando de maneira individual, enquanto proporciona senso de pertencimento e significado,

esta atua na formação da autoestima, ampliação de empatia, promoção da tolerância e entendimento intercultural.

Com relação à coletividade, as manifestações culturais fortalecem a identidade de uma comunidade, atua na promoção da coesão social, bem como na preservação da diversidade cultural.

Doutra borda, tais manifestações trazem benefícios também em termos econômicos, vez que influencia diretamente em diversos setores como: turismo, gastronomia, produções audiovisuais e demais produtos da indústria criativa, gerando empregos e renda. A título de exemplo, no ano de 2023, o carnaval movimentou ao todo, na cidade do Rio de Janeiro, segundo a RioTur cerca de R\$ 4,5 bilhões (Simonetti, 2023).

Assim, inegável a importância da cultura para constituição e construção do desenvolvimento pleno de um país.

De maneira lógica, ainda que não esteja no rol do artigo 6º, o incentivo à cultura resta de maneira evidente, atrelada à educação, sendo este também um direito social.

Nesta seara, a Constituição Federal, em seus artigos 215, 216 e 216-A preveem o dever Estatal na garantia e promoção do acesso às fontes de cultura, aduzindo incentivos para tanto, bem como aduz sobre o patrimônio cultural brasileiro, dando a este, a devida proteção (Brasil, 1988).

Os dispositivos constitucionais mencionados representam a base fundamental da legislação cultural nacional, consolidando o compromisso estatal com a preservação da diversidade cultural e a promoção do acesso à cultura.

Como expressão do direito fundamental de acesso à cultura, tanto o constituinte quanto o legislador federal, têm promulgado disposições com o objetivo de fomentar o setor privado a cumprir sua função social no que diz respeito à produção e democratização do conhecimento em todo o território nacional. Esses estímulos consistem em uma série de incentivos que visam a geração de recursos financeiros para a produção, distribuição e acesso a uma variedade de produtos culturais e artísticos (Francisco; Pierdoná; Vieira, 2022).

E no que tange a legislação que regula tais estímulos estatal, a Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991, instituiu o Programa Nacional de Apoio à Cultura – PRONAC, que, em suma organiza de maneira sistêmica o apoio, a captação e canalização de recursos ao setor. A citada Lei também é popularmente conhecida

como “Lei Rouanet”, em razão de Sérgio Paulo Rouanet, ser o Secretário da Cultura à época de sua criação (Brasil, 1991).

Já em 29 de junho de 2020 foi promulgada a Lei Aldir Blanc I, que destinou R\$ 3 bilhões para os trabalhadores dos setores culturais que tiveram suas atividades interrompidas em razão da pandemia de COVID-19 (Brasil, 2020). Já a Lei 14.399, de 8 de julho de 2022, instituiu a Política Nacional Aldir Blanc de fomento à cultura, também chamada de “Lei Aldir Blanc II”, que em suma, dispõe sobre possibilidades de parcerias entre os Entes Públicos e Sociedade Civil na promoção da diversidade, democratização e universalização do acesso à cultura no Brasil (Brasil, 2022).

Finalmente, a título de exemplo, a Lei “Paulo Gustavo” – Lei Complementar nº 195, também datada em 8 de julho de 2022, que resumidamente, previu R\$ 3,8 bilhões para municípios para atividades e produtos culturais fossem fomentados, de modo que os efeitos econômicos e sociais da pandemia de COVID-19 fossem atenuados (Brasil, 2022).

Salienta-se que tais incentivos não existem somente na esfera federal, haja visto que os Estados da Federação também possuem competência para criar legislação neste mesmo sentido, possibilitando compensação quanto ao pagamento do ICMS.

3 FOMENTO PRIVADO NA CULTURA – EXERCÍCIO DAS FUNÇÕES SOCIAL E SOLIDÁRIA DA EMPRESA

Uma vez que a proteção ao patrimônio cultural, a garantia e incentivo para que haja pleno acesso às atividades e realização das manifestações culturais estão disciplinadas na Carta Política de 1988, bem como em leis infraconstitucionais. As instituições privadas, possuindo tais mecanismos legais, que incentivam o fomento, desempenham função essencial na preservação da diversidade e promoção do acesso à cultura.

Dentro do contexto do Estado Democrático de Direito, fundamentado nos princípios de participação, solidariedade e dignidade, as empresas assumem a responsabilidade de complementar as políticas estatais, através da concepção e implementação de projetos e iniciativas destinados ao progresso da sociedade. Este compromisso visa a proporcionar um retorno à comunidade local, promovendo um desenvolvimento justo e solidário. Neste sentido, é evidente que os interesses

empresariais não devem prevalecer sobre os interesses coletivos, destacando-se a importância da função social da empresa. Todavia, o papel das empresas transcende essa dimensão, implicando não apenas o cumprimento de suas atividades essenciais, mas também a realização de ações voltadas para o aprimoramento do desenvolvimento local, reconhecendo-se a existência de deveres de cooperação e respeito, que caracterizam sua função solidária (Santiago; Medeiros, 2017, p. 119).

Evidencia-se de forma inquestionável que as funções social e solidária da empresa se complementam de maneira intrínseca quando tais agentes do mercado realizam investimentos voltados à disseminação da cultura dentro das comunidades em que estão inseridas. Incontestavelmente, os investimentos efetuados por essas empresas não apenas cumprem as disposições estabelecidas nos artigos 3º e 170 da Constituição Federal, mas também têm o potencial de gerar, além de benefícios sociais tangíveis, ganhos econômicos substanciais. Em outras palavras, aqueles que ainda concebem tais investimentos no âmbito cultural como atos de mera benevolência, filantropia ou estratégias puramente mercadológicas, estão equivocados.

No Brasil, apesar da demora na implementação desse sistema, os incentivos fiscais voltados para o aumento da participação do setor privado na gestão e financiamento da cultura têm alcançado sucesso. Não se trata de uma tentativa de exonerar o poder público de suas responsabilidades, mas sim de um esforço para alcançar a plena realização da democracia cultural, atuando de forma subsidiária no domínio cultural. A partir desse cenário, emergem conceitos como os "patrocínios e mecenatos corporativos", que estão intrinsecamente ligados à ideia de responsabilidade social e solidária. Esses conceitos devem motivar as empresas a assumir compromissos com as comunidades onde estão inseridas, contribuindo assim para o progresso social tanto da empresa quanto do ambiente em que estão inseridas (Almeida; Nunes, 2018, p. 33-34).

Para tanto, as empresas têm a possibilidade de recorrer ao auxílio governamental, visando obter isenções ou deduções tributárias enquanto patrocinadoras de iniciativas culturais. A título de exemplificação, como anteriormente mencionado, no âmbito federal, destacam-se duas legislações de referência. Primeiramente, a Lei nº 8.313/91, conhecida popularmente como "Lei Rouanet", e a Lei nº 8.685/93, mais especificamente a Lei do Audiovisual, a qual destina recursos a projetos cinematográficos de produção independente, bem como a outras iniciativas

relacionadas ao audiovisual, abrangendo aspectos de exibição, distribuição e infraestrutura técnica (Belem; Donadone, 2013, p. 53).

Entretanto, além de meras estratégias de economia tributária ou da mera observância de uma obrigação constitucional, o atendimento das funções social e solidária das empresas, enquanto difusoras de diversas formas de expressão cultural, representa igualmente uma excelente tática empresarial, capaz de gerar vantagens tanto para elas mesmas quanto para a sociedade em geral.

Os benefícios para as empresas, especialmente no contexto econômico, são diversos e abrangentes. Em primeiro lugar, o investimento na cultura promove o fortalecimento da marca e da reputação empresarial, pois a associação com eventos e projetos culturais populares e respeitados pode significativamente melhorar a imagem pública da organização. Além disso, ao apoiar a cultura local, as empresas estabelecem relacionamentos sólidos com as comunidades, o que pode resultar em um mercado mais leal e engajado. Por fim, a utilização de incentivos fiscais destinados à cultura possibilita que as empresas destinem parte de seus impostos para projetos culturais, o que não apenas representa um benefício econômico direto, mas também contribui para o desenvolvimento cultural das regiões onde atuam.

Já para a sociedade, tal atuação está diretamente ligada ao alcance dos objetivos constitucionais elencados no artigo 3º da Constituição Federal.

Ademais da participação de natureza pública, as empresas frequentemente colhem vantagens ao direcionar investimentos para o setor cultural. A chamada "Economia Criativa" é caracterizada como um conjunto de empreendimentos embasados no capital intelectual, cultural e criativo, culminando na geração de valor econômico. Sua origem remonta a eventos emblemáticos, como o discurso proferido em 1994 pelo primeiro-ministro Paul Keating, na Austrália, intitulado "Creative Nation", que ressaltava a importância da globalização, tecnologia e identidades culturais para o avanço das nações (Oliveira; Araújo; Silva, 2013).

Além disso, em 1997, em pesquisa realizada em Londres, verificou-se que bairros dotados de uma infraestrutura cultural robusta experimentavam um desenvolvimento econômico mais pronunciado em relação a outras áreas. Em uma abordagem mais recente, em 2001, John Howkins, renomado autor britânico, publicou o livro "Economia Criativa: Como as pessoas lucram com ideias", explorando a concepção de que a criatividade e a propriedade intelectual constituem recursos cruciais para alavancar o crescimento econômico em um contexto cada vez mais

baseado no conhecimento. Ele sustenta que a economia criativa transcende diversos setores, incluindo artes, mídia, entretenimento, design, moda, arquitetura, software e publicidade, nos quais o valor é gerado a partir da criatividade, inovação e propriedade intelectual. A obra de Howkins enfatiza a valorização desses elementos como impulsionadores fundamentais do desenvolvimento econômico em uma era globalizada e digitalizada, destacando a importância da originalidade e da criatividade como fundamentos essenciais do sucesso econômico (Oliveira; Araújo; Silva, 2013).

Por derradeiro, embora não se apresentasse como uma urgência premente, o período pandêmico ressaltou de maneira inequívoca a intrínseca ligação entre a cultura e seu consumo, enraizada na essência de cada indivíduo, em virtude de sua natureza inalienável como necessidade humana. Empresas que ainda não se atentaram para o investimento no setor cultural, além de negligenciarem o cumprimento de suas funções social e solidária, correm o risco de desperdiçar oportunidades de magnitude significativa, em todas as esferas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A empresa, enquanto entidade econômica, desempenha um papel de suma importância no processo de desenvolvimento do Estado brasileiro, haja vista seu comprometimento inerente ao cumprimento dos preceitos estabelecidos nos artigos 3º e 170 da Constituição Federal do Brasil.

Para que o desenvolvimento pleno seja efetivamente alcançado, é imprescindível que as empresas não apenas considerem a dimensão econômica, mas também reconheçam a importância do acesso dos cidadãos a diversos aspectos essenciais para o bem-estar humano. Nesse contexto, o acesso à cultura emerge como um desses aspectos indispensáveis, constituindo não apenas uma influência formativa sobre o indivíduo, mas sim uma necessidade fundamental que configura e confere significado à existência humana.

Nesta conjuntura, o Estado viabiliza à empresa a realização de investimentos nesse escopo, ao instituir e fomentar incentivos fiscais destinados àqueles que contribuem para a difusão de manifestações culturais. Além disso, inserido no contexto do Estado Democrático de Direito, fundamentado nos princípios de participação, solidariedade e dignidade, as empresas assumem a responsabilidade de complementar as políticas estatais, mediante o desenvolvimento de projetos e

iniciativas destinados ao progresso da sociedade. Este compromisso não apenas propicia um retorno à comunidade local, mas também se orienta na promoção do desenvolvimento de maneira justa e solidária.

Entretanto, além de cumprir com suas obrigações inerentes, a empresa que opta por investir no setor cultural igualmente angaria significativos retornos, incluindo vantagens relacionadas ao reforço de sua imagem de marca, estreitamento de laços com a comunidade local e potencial de crescimento econômico.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Patrícia Silva; NUNES, Geilson. Do fundo de investimento cultural e artístico-ficart: análise da sua aplicação prevista pela Lei Rouanet. **Direito & Realidade**, v. 6, n. 4, 2018. Disponível em: <https://www.revistas.fucamp.edu.br/index.php/direito-realidade/article/view/1234>. Acesso em: 10 fev. 2024.

BARROS, Carla Eugenia Caldas. Manual de direito empresarial multifacetado: história do direito empresarial. V. 1. Aracaju: PIDCC, 2014. Disponível em: <https://ri.ufs.br/jspui/handle/riufs/1772>. Acesso em: 10 de fev. 2024.

BELEM, Marcela Purini; DONADONE, Julio Cesar. A Lei Rouanet e a construção do “mercado de patrocínios culturais”. **Novos Rumos Sociológicos**, v. 1, n. 1, 2013. Disponível em: <https://periodicos.ufpel.edu.br/index.php/NORUS/article/view/2761>. Acesso em: 15 jan. 2024.

CAVALLI, Cássio Machado. **Empresa, direito e economia**: elaboração de um conceito jurídico de empresa no direito comercial brasileiro contemporâneo a partir do dado teórico econômico. 2012. Disponível em: www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/55327/000856780.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 01 fev. 2024.

COELHO, Fábio Ulhoa. **Manual de direito comercial**. 17 ed. São Paulo: Saraiva. 2006.

DINIZ, Maria Helena. Importância da função social da empresa. **Revista Jurídica**, v. 2, n. 51, p. 387-412, 2018. Disponível em: <https://revista.unicuritiba.edu.br/index.php/RevJur/article/view/2815/371371482>. Acesso em: 20 jan. 2024.

FRANCISCO, José Carlos; PIERDONÁ, Zélia Luiza; VIEIRA, Filipe da Silva. PRONAC e Função Social: reequilíbrio na distribuição regional de incentivos à cultura brasileira. **Revista Pensamento Jurídico**, v. 16, n. 3, 2022. Disponível em: <https://ojs.unialfa.com.br/index.php/pensamentojuridico/article/view/655>. Acesso em: 10 jan. 2024.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. 1. ed., 1. Reim. Rio de Janeiro: Editora LTC, 2008.

GOMES, Aline Burni Pereira. Percepções, imagens e diplomacia cultural: algumas considerações sobre o caso brasileiro. **Revista Estudos Políticos**, v. 6, n. 12, p. 443-465, 2015. Disponível em: https://periodicos.uff.br/revista_estudos_politicos/article/view/39801/22889. Acesso em: 15 jan. 2024.

LOPES, José Reinaldo de Lima. **A formação do direito comercial brasileiro: a criação dos tribunais de comércio do império**. 2009. Disponível em: <https://repositorio.fgv.br/server/api/core/bitstreams/3569a956-5569-40d9-a8b8-56afe2c36356/content>. Acesso em: 10 fev. 2024.

MAGALHÃES, Rodrigo Almeida. A função social e a responsabilidade social da empresa. **Revista Magister Direito Empresarial, Concorrencial e do Consumidor**, v. 28, p. 10-23, 2009.

MIRAGEM, Bruno Nubens Barbosa. Do Direito Comercial ao Direito Empresarial: Formação histórica e tendências do direito brasileiro. **Revista da Faculdade de Direito da UFRGS**, n. 24, 2004.

MORIN, Edgar. **A cabeça bem-feita: repensar a reforma, reformar o pensamento.** Trad. Eloá Jacobina. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

MOTTIN, André Luís dos Santos. Desenvolvimento em Amartya Sen e a ordem constitucional brasileira. **Revista de Direito, Economia e Desenvolvimento Sustentável**, v. 4, n. 1, p. 113-134, 2018. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/210565769.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2024.

NEULS, Rodinei; ALVES, Giovani Ribeiro Rodrigues. A função social da empresa e sua aplicabilidade. **Conhecimento Interativo**, v. 1, p. 117-124, 2015. Disponível em: <http://app.fiepr.org.br/revistacientifica/index.php/conhecimentointerativo/article/view/159> Acesso em: 20 jan. 2024.

OLIVEIRA, João Maria de; ARAÚJO, Bruno César Pino Oliveira de; SILVA, Leandro Valério. Panorama da economia criativa no Brasil. **Texto para Discussão**. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA. Brasília, 2013.

REQUIAO, Rubens. **Direito comercial**. V. 1. São Paulo: Saraiva, 2005. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/217185/mod_resource/content/1/REQUI%3%83O.R.CURSO.DE.DIREITO.COMERCIAL.P453.seminario4.PDF. Acesso em 10 fev. 2024.

ROQUE, Augusto. **Desenvolvimento como liberdade: uma aplicação dos conceitos de Amartya Sen à educação de adultos**. 153f. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas) – Centro Universitário da FEI, São Paulo. 2009. Disponível em: <https://repositorio-api.fei.edu.br/server/api/core/bitstreams/f8ac36ad-782c-494a-90e7-bcecd344272e/content>. Acesso em 10 jan. 2024.

SANTIAGO, Mariana Ribeiro; MEDEIROS, Elisângela Aparecida de. Função social e solidária da empresa: impactos na liberdade econômica versus benefícios no desenvolvimento nacional. **Revista Jurídica**, v. 2, n. 47, p. 99-122, 2017. Disponível em: <https://revista.unicuritiba.edu.br/index.php/RevJur/article/view/2028> Acesso em 10 jan. 2024.

SANTIAGO, Mariana Ribeiro; CAMPELLO, Livia Gaigher Bósio. Função social e solidária da empresa na dinâmica da sociedade de consumo. **Scientia Iuris**, v. 20, n. 1, p. 119-143, 2016. Disponível em: <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/iuris/article/view/19877/18798>. Acesso em: 01 fev. 2024.

SEN, Amartya. **Desenvolvimento como Liberdade**. Tradução de Laura Teixeira Motta. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

SIMONETTI, Giovanna. Carnaval 2023: os números grandiosos da festa. **FORBES**. São Paulo, 25 fev. 2023. Forbesmoney. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbeslife/2023/02/carnaval-2023-os-numeros-grandiosos-da-festa/>. Acesso em: 18 de fev. 2024.