

**Inspere**  
**Graduação em Economia**

**Gabriel de Lima Franco**

**Paradigmas do financiamento cinematográfico brasileiro**

**São Paulo**

**2019**

**Gabriel de Lima Franco**

**Paradigmas do financiamento cinematográfico brasileiro**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao programa de Graduação em Economia como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Economia.

Orientador: Prof. Marcelo Marchesini da Costa

**São Paulo**

**2019**

**Gabriel de Lima Franco**

**Paradigmas do financiamento cinematográfico brasileiro**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao programa de Graduação em Economia como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Economia.

Orientador: Prof. Marcelo Marchesini da Costa

**Banca Examinadora**

---

**Marcelo Marchesini da Costa**

**Inspere**

---

**Hugo Valesini Gegembauer**

**Inspere**

## **Agradecimentos**

Devo aqui agradecer a todos que, direta ou indiretamente, se dispuseram a me ajudar na elaboração deste trabalho. Tenha sido por meio da recomendação de uma leitura, por uma conversa acerca do cinema brasileiro e mundial ou até mesmo por uma simples correção ortográfica, todas as contribuições foram fundamentais para que esta pesquisa pudesse existir.

## Resumo

Esta pesquisa tem como foco examinar o uso das leis de incentivo federais de financiamento do setor audiovisual brasileiro desde o período da Retomada, na metade da década de 1990. Os principais resultados indicam que os únicos mecanismos de incentivo que se mostraram relevantes na explicação das variáveis de interesse *renda*, *público* e *salas* foram os arts. 3º e 3ºA da Lei do Audiovisual, que foram desenvolvidos especialmente para fomentar relações mais fortes, de investimento, no caso, entre as grandes distribuidoras estrangeiras que dominam o mercado nacional de exibição e as produtoras brasileiras.

**Palavras-chave:** Lei do Audiovisual. Leis de incentivo. Renúncia fiscal. Cinema brasileiro.

## Sumário

<b>1 Introdução .....</b>	<b>7</b>
<b>2 Recortes históricos e políticos .....</b>	<b>9</b>
<b>3 O binômio Lei Rouanet - Audiovisual .....</b>	<b>12</b>
<b>4 Metodologia de análise .....</b>	<b>15</b>
<b>5 Resultados .....</b>	<b>18</b>
<b>7 Conclusão .....</b>	<b>24</b>
<b>Referências .....</b>	<b>27</b>

## 1 Introdução

No Brasil, ao longo dos últimos anos, a produção audiovisual passou por importantes mudanças que estão diretamente associadas ao tom denunciativo e catastrófico que marcam os discursos e manchetes de jornal que anunciam a chegada de uma nova crise para o setor. Na prática, o que se observa é o surgimento de grandes e pequenas campanhas por parte de inúmeros agentes ligados à atividade cinematográfica como, por exemplo, a “Audiovisual brasileiro, mais do que você imagina” lançada pela ANCINE em 2018 e a "Juntos pelos Talentos do Audiovisual Brasileiro" que fez parte da 43ª Mostra Internacional de Cinema em 2019.

Dentre tais transformações, as que mais chamam atenção estão ligadas às questões financeiras do setor como a extinção de alguns dos seus principais canais de financiamento. Conforme a cultura perde espaço na agenda do governo federal, crescem os debates sobre a autossuficiência e autonomia de um setor que via no fomento estatal um dos seus principais alicerces. De acordo com um levantamento da Associação Brasileira da Produção de Obras Audiovisual (APRO) em conjunto com o SEBRAE (2016), apenas entre 2009 e 2014, os investimentos públicos federais no mercado audiovisual totalizaram R\$ 1,3 bilhão — quantia distribuída por meio de diferentes aparelhos, mas em grande parte através do Fundo Setorial do Audiovisual que pode ter seu orçamento reduzido em 43% caso aprovada uma proposta recém-apresentada pelo poder Executivo.

Não obstante, uma análise coerente sobre tal estrutura financeira deve se valer de perspectivas e ferramental que vão além do arcabouço econômico, uma vez que produção cultural é um tema bastante abrangente e que inevitavelmente transborda para outros âmbitos aos quais também pertencem. Essa interdisciplinariedade é contemplada no que se conhece por "economia da cultura". Nesse sentido, buscou-se desenvolver uma metodologia e modelo através dos quais fosse possível analisar o impacto das leis de incentivo federais no desempenho comercial de filmes nacionais que as utilizaram a partir de fatores conjunturais do mercado cinematográfico ao longo dos anos e fatores específicos de cada projeto.

Mais detalhadamente, o que se pretende é, em um primeiro momento, apresentar uma análise histórica que explica a relação entre Estado e cinema a partir do início do período de "Retomada" do cinema nacional, que nasceu no início da década de 1990 e se consolidou em

1995 (CAETANO, 2007)<sup>1</sup>. Para tanto, faz-se uso de uma eclética coletânea de material acadêmico já publicado sobre o tema que tem como escopo temporal que a unifica os últimos trinta anos — o período desde a Retomada. Em seguida, apresenta-se a configuração atual do financiamento público do setor audiovisual feita essencialmente através do modelo de renúncia fiscal e suas leis de incentivo. Então, usando os dados públicos sobre o uso das leis de incentivo por diferentes projetos audiovisuais nacionais entre os anos de 1995 e 2018 disponibilizados pela Agência Nacional reguladora do setor, a ANCINE, estimam-se os coeficientes de um modelo de equações com o objetivo de examinar o impacto do uso dessas leis de incentivo no desempenho comercial dos projetos que as usaram. Por fim, é possível encontrar uma análise dos resultados estimados e uma conclusão acerca dos diversos levantamentos, considerações e descobertas do trabalho.

---

<sup>1</sup>Durante os primeiros anos da década de 1990, a produção cinematográfica nacional passou por uma difícil fase. Logo no início de seu governo, o presidente Fernando Collor pôs fim aos incentivos governamentais à cultura, além de dismantelar o tripé que sustentava a política cinematográfica da época: a Embrafilme, a Fundação do Cinema Brasileiro e o Concine foram extintas. Como consequência, os filmes nacionais passaram a representar, no seu pior ano, apenas 0,4% da bilheteria total do país — situação que começou a ser revertida apenas quando as famosas Lei Rouanet e do Audiovisual foram promulgadas em 1991 e 1993, respectivamente. Nos cinemas, a Retomada foi marcada pelo sucesso de bilheteria do filme *"Carlota Joaquina, princesa do Brasil"* de Carla Camurati dois anos mais tarde, em 1995.



## 2 Recortes históricos e políticos

### *Sobre a investigação do cinema nacional*

Ao se debruçar sobre a história do cinema brasileiro, logo entende-se que o Estado cumpriu, e cumpre até hoje, um papel fundamental nos rumos desta trajetória. Jean-Claude Bernardet (2014), talvez o mais popular historiador do tema, argumenta há mais de quatro décadas que esta relação é de extrema relevância pois configura uma das principais balizas entre as quais se estruturou a produção cinematográfica no país. Pontos de vista e opiniões à parte, o que se observa, em linhas gerais, é uma espécie de consenso por parte dos acadêmicos no que diz respeito à influência do Estado no desenrolar da sétima arte no Brasil. Este entendimento comum revela, então, um possível motivo por trás da tradicional atenção dada à investigação de aspectos políticos que é facilmente identificada nas mais diversas análises que compõem a literatura sobre o tema.

Neste vasto conjunto de material, buscando examinar a relação Estado-cinema de forma mais prática, é frequente que autores discutam o vínculo a partir do principal canal através do qual ele se dá: políticas culturais desenvolvidas e implementadas pelo Estado desde 1934, quando houve a criação do primeiro órgão público responsável pelas questões do setor cinematográfico (SIMIS E PELLEGRINI, 1998). Sobre as políticas culturais, Marcelo Ikeda, outro notável pesquisador, explica que a influência da esfera política na evolução do cinema é grande devido ao fato de que *“a condução dos rumos das políticas culturais é um reflexo inevitável de posições mais amplas, espelhando, nesse aspecto, a própria posição de cada governo quanto ao papel do Estado no desenvolvimento setorial”* (IKEDA, 2015, p. 10).

Quando pensamos o jogo político *per se*, já espera-se que, especialmente em contextos democráticos, o próprio entendimento do Estado a cerca da sua responsabilidade frente ao cinema mude de tempos em tempos, acompanhando a dinâmica do processo no qual governos recém-eleitos escolhem dar (ou não) continuidade às agendas implementadas pelos governos anteriores. Esse entendimento, por sua vez, consiste em um importante elemento de análise já que pode ser interpretado como indicador dos ciclos que marcam a alternância da relação Estado-cinema entre duas condições, o "protecionismo e o abandono disfarçado" (SIMIS E PELLEGRINI, 1998). A título de exemplo, para que se tenha uma ideia da frequência com que esse medidor se altera, somente uma breve análise da história recente já basta: até o início do governo Collor em 1990, a política cultural se dava através de, principalmente, grandes

instituições como a Embrafilme, por exemplo. Com a ascensão do governo Collor e dos ideais do estado mínimo, todos os instrumentos de política cultural foram extintos, causando uma paralisação súbita na produção de novos filmes brasileiros. Esta aguda crise na produção vivida imediatamente após a terminação dos canais de financiamento causou uma revolta na classe cinematográfica que, na época, se articulou com o objetivo de demandar uma mudança no comando da então Secretaria da Cultura com o objetivo de que as políticas setoriais voltassem a existir com a nova liderança. Após alguns meses de pressão, Sérgio Paulo Rouanet tomou posse da Secretaria em 1991 e novas diretrizes para o setor já comeraçam a ser idealizadas. Contudo, a nova política previa um modelo de apoio diferente do que existia antes da era Collor. Agora, o apoio estatal seria indireto, feito por meio de mecanismos de incentivo fiscais — dinâmica que se manteve vigente, passando por poucas mudanças estruturais, até o 2018. Ao longo dos últimos dois anos, o novo governo interrompeu alguns dos principais mecanismos de apoio indireto (as leis de incentivo), sinalizando uma clara mudança no posicionamento do Estado que, apesar de ser pouco definido, indica ser contrário ao apoio estatal à cultura.

Sendo assim, analisar a relação Estado-cinema usando uma abordagem estruturada através desses recortes (ou ciclos) me parece uma escolha adequada não apenas devido à frequência com que a posição do Estado muda, mas também tendo em vista a barreira que essa alternância impõe à existência de um projeto contínuo e coeso de políticas culturais indispensável para o desenvolvimento de um setor economicamente autosustentável.

Outro exemplo de abordagem que usa dos recortes é uma das principais obras de Ikeda, “Cinema Brasileiro a partir da Retomada: aspectos econômicos e políticos”, na qual o autor discute as políticas culturais para o cinema a partir de três recortes: a extinção e resurgimento do apoio Estatal ao longo do governo Collor; a consolidação desse novo modelo ao longo dos mandatos de Fernando Henrique Cardoso; e, por fim, a reavaliação deste modelo durante os governos Lula. Essa combinação de recortes sucessivos escolhida por Ikeda, e que também pode ser identificada no trabalho de outros pesquisadores como Telmo Estevinho, não apenas constitui um bom exemplo de abordagem que tem como fio condutor o tortuoso processo político a partir do qual as políticas culturais foram sendo desenvolvidas, mas também aponta para um fator comum às diversas estratégias de pesquisa adotadas por aqueles que buscam examinar a história recente do cinema nacional.

No seu artigo publicado em 2009 “Cinema e Política no Brasil: os Anos da Retomada”, Estevinho explica que existem diversos fatores que fazem da Retomada um bom ponto de partida. O primeiro deles é o fato de ter sido um ciclo iniciado por ríspidas mudanças no posicionamento do Estado que resultaram em uma crise na qual a produção de filmes nacionais chegou muito próxima de zero, evidenciando os fantasmas por trás do famigerado paradigma "sem apoio Estatal, não existe cinema no Brasil". Além disso, talvez devido aos inúmeros desafios e incertezas da época, a Retomada consistiu em um período no qual verdadeiramente se buscou por novos rumos para a cinematografia nacional, fazendo dele um período bastante similar ao atual. No entanto, o principal motivo é o fato deste ser um recorte no qual se desenvolveram e implementaram o cerne da política cultural para o cinema das últimas três décadas: o modelo de incentivo fiscal pautado na lei Rouanet e do Audiovisual.

Este conjunto de diretrizes que previam a atuação indireta do Estado efetivamente permitiu que a produção cinematográfica voltasse a operar, mas logo começou a dar sinais de esgotamento no fim da década. Aproximadamente em 1997, com a eclosão de crises mundiais que afetaram o cenário econômico brasileiro, ficou comprovada uma das principais limitações do investimento através de mecanismos de incentivo fiscal: como o fomento destinado ao cinema havia se tornado proporcional ao imposto de renda pago por empresas e pessoas físicas que, agora, eram responsáveis por financiar as produções, os canais de financiamento passaram a depender quase que exclusivamente das flutuações da economia (IKEDA, 2015).

Também como colocado por Estevinho, apesar dos incentivos fiscais terem obtido certo "sucesso" — passando a representar mais de 70% dos recursos aplicados em cultura pelas agências nacionais e resultando na efetiva retomada da produção —, este cenário não viu significativo progresso do setor na sua busca por autonomia. Com a crise vivida a partir de 1998 frente à dificuldade em estruturar uma cadeia produtiva completa no país quando se dependia essencialmente dos humores do mercado nacional e internacional.

Dito isso, esta pesquisa parte para uma análise do ciclo da Retomada, marcado pela criação de uma política cultural para o cinema pautada em um binômio de leis de incentivo, na qual examina-se alguns dos fatores políticos decisivos dessa conjuntura em paralelo a considerações sobre o impacto e funcionamento de tais leis.

### 3 O binômio Lei Rouanet-Audiovisual

*Uma nova conjuntura que se consolida no fim do século XX*

Alguns anos após a extinção quase que completa de todo o apoio público à cultura no início de 1990, a estrutura através da qual o cinema brasileiro é financiado até hoje surgiu. O termo “binômio Lei Rouanet-Audiovisual”, amplamente empregado na literatura sobre o tema, consiste em um recorte histórico-político protagonizado por duas das mais relevantes leis federais de incentivo ao cinema. Não obstante, também pode ser analisado como conjuntura que marca uma importante mudança na lógica por trás da relação entre o Estado e o seu histórico projeto de desenvolvimento do cinema nacional, mostrando-se assim um bom ponto de partida para o panorama a ser traçado.

Naquela ocasião, conforme valores neoliberais ganhavam popularidade com a insurgência de governos como o de Fernando Collor, as responsabilidades do Estado frente à economia foram sendo repensadas a partir de premissas como a do Estado mínimo, por exemplo. Essa mudança de entendimento por parte dos agentes públicos e da sociedade civil foi suficiente para que, em um primeiro momento, o governo tivesse respaldo para aniquilar os instrumentos de apoio no começo da década e, depois de constatada a necessidade de incentivo público para que houvesse qualquer nível de produção no país<sup>2</sup>, desenvolvesse as leis do binômio a partir de uma lógica híbrida, sob a premissa de que o Estado e a iniciativa privada possuíam uma espécie de “guarda compartilhada” no que diz respeito à responsabilidade de apoiar financeiramente a atividade cinematográfica.

Assim, em contraposição aos modelos de caráter mais intervencionista que existiram em outras épocas, a atuação do Estado passou a consistir essencialmente<sup>3</sup> no apoio indireto feito através da renúncia fiscal no qual abre-se mão do recolhimento de pequenos percentuais dos impostos devidos de empresas e pessoas físicas que invistam em projetos culturais

---

<sup>2</sup> As consequências de tais medidas do governo de Fernando Collor na produção de filmes nacionais foram massivas, fazendo com que os níveis de produção chegassem a patamares muito próximos de zero, servindo de evidência para a constatação de que a atividade cinematográfica realmente não era viável sem dinheiro público.

<sup>3</sup> Essencialmente pois, como colocado por Marcelo Ikeda, as primeiras e mais importantes leis que serviriam para reconstruir o cinema nacional — a Lei Rouanet e do Audiovisual — contemplavam mecanismos na sua grande maioria de atuação indireta, mas também alguns poucos de apoio direto como o Fundo Nacional da Cultura que apoiaria iniciativas com menor apelo comercial, mas de relevante interesse público. Na prática, a falta de clareza nas suas concepções fez com que a utilização desses instrumentos diretos fosse bastante tímida, se tornando quase que insignificante quando comparada à prática do mecenato privado promovido pelos mecanismos de apoio indireto.

pré-selecionados. Já aos agentes privados ficou atribuído o papel de selecionar e apoiar produções utilizando os principais mecanismos recém-criados pelo governo que, mesmo de caráter liberal, buscava implementar um projeto que efetivamente desenvolvimentista.

Para que uma indústria pudesse nascer, os formuladores de políticas entendiam que era necessário promover uma aproximação entre as produtoras de cinema e os investidores, fomentando um contexto provisório no qual uma nova lógica de financiamento pudesse se proliferar. Assim, a Lei Rouanet foi criada para servir de canal de fomento às produções cinematográficas, funcionando sob um sistema de gradação fiscal pautado na ideia de que a renúncia do Estado deveria ser gradativamente maior conforme os estímulos à participação privada oferecidos pelos projetos fossem menores<sup>4</sup>.

Já o segundo mecanismo de incentivo criado —a Lei do Audiovisual— foi desenhado com o mesmo objetivo, mas sob um formato mais ambicioso que pretendia transformar o mero “apoiador” da cultura em “investidor” ao garantir retornos financeiros diretos previstos por lei. No entanto, o conjunto de direitos contemplado pela Lei do Audiovisual acabou permitindo que a dedução real de imposto acabasse ultrapassando o valor total investido nas obras. Ou seja, as regras deste mecanismo acabaram por garantir benefícios fiscais superiores aos valores investidos nos projetos, gerando uma aproximação meramente artificial entre os investidores e as produtoras.

Assim, a existência desse benefício logo permitiu que a Lei do Audiovisual se tornasse o mecanismo de fomento de preferência de quaisquer partes interessadas em investir em cinema, fazendo com que, na prática, a Lei Rouanet caísse em desuso. Consequentemente, o que se observou foi a predominância de um instrumento sobre o outro, configurando um cenário no qual a inédita tentativa de instaurar uma lógica na qual o Estado financiaria apenas obras de interesse público e os agentes privados seriam responsáveis pelo financiamento de projetos comerciais fosse descartada. O que se observou foi a instauração de um “mercado de patrocínio” no qual a política para o audiovisual passou a se apoiar no tripé: leis – empresas – artistas.

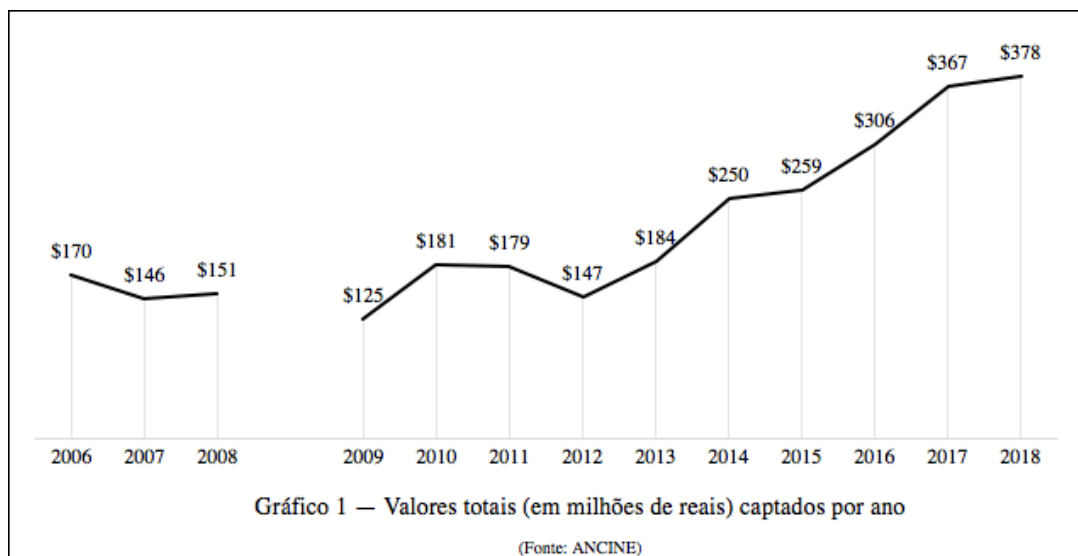
Nesse sentido, a análise do binômio Lei Rouanet-Audiovisual não apenas nos serve de ponto de partida por contemplar a origem dos canais mais relevantes de financiamento da

---

<sup>4</sup> Por exemplo: enquanto empresas ou pessoas que decidam apoiar projetos com maior apelo comercial e que, por consequência, apresentam maiores possibilidades de retorno financeiro não podem deduzir integralmente o valor aportado, o apoio a projetos de menor viabilidade comercial permite a dedução integral do valor no imposto de renda.

indústria, como também nos revela algumas valiosas considerações no que diz respeito à definição de políticas públicas que tenham como objetivo dar autonomia financeira ao um setor historicamente dependente do fomento público.

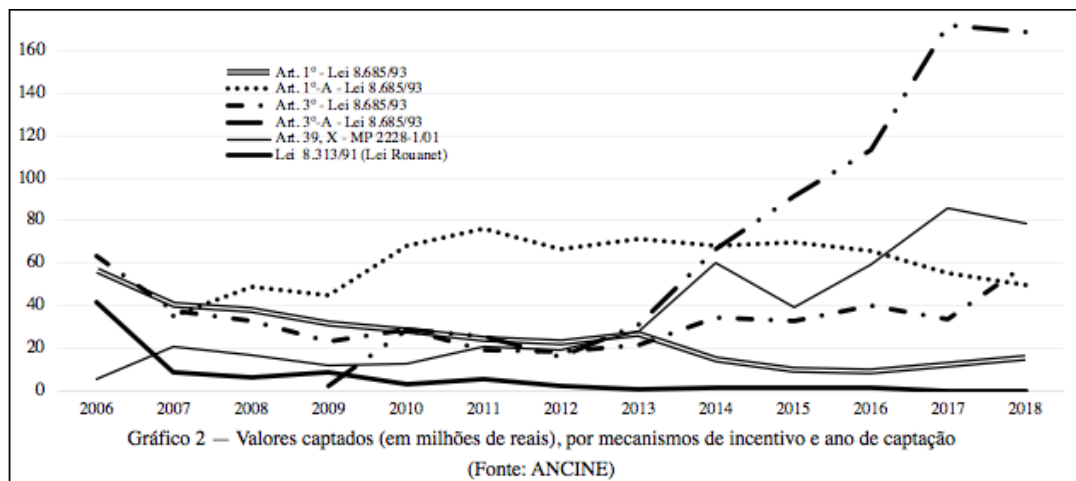
Para se ter uma ideia da evolução no uso das leis de incentivo, no livro "Cinema Brasileiro a partir da Retomada" Ikeda desenha um panorama acerca do uso das leis de incentivo fiscal entre o período os anos de 1994 a 2008 — um recorte temporal próximo ao utilizado na estimação das regressões. A partir desta análise, o autor pôde identificar tendências e conjunturas que, desde então, vêm mudando significativamente. Nos 15 anos analisados pelo autor, o montante total captado por projetos audiovisuais totalizou R\$ 1,46 bilhão. Já uma análise mais recente, entre 2009 e 2018, é possível identificar que este valor foi de R\$ 2,37 bilhões, revelando um aumento de 62% em um período de 10 anos<sup>5</sup>.



Como ilustrado no gráfico 1, os valores totais registrados vêm aumentando a uma taxa de crescimento anual composta de aproximadamente 13% ao ano de 2009 a 2018. Ao olhar para este período, é fundamental considerar que dois novos dispositivos de captação foram

<sup>5</sup> Buscou-se usar os mesmos dados utilizados pelo autor de forma que a análise cobrisse todo o período de 1995 a 2018, no entanto os dados não estão mais disponíveis. Como os dados eram divulgados pela agência no formato de Relatórios Financeiros compilados pela Superintendência de Acompanhamento do Mercado da agência, é possível que esse formato de divulgação tenha sido descontinuado com a remodelação pela qual passou o portal em 2016. Como muitas das bases de dados disponíveis no Observatório felizmente contemplam os anos de 2006, 2007 e 2008, foi possível comparar os valores contidos nessas bases aos números das análises de IKEDA, 2015. Dessa forma, garante-se que as análises presentes realmente dêem continuidade às análises já publicadas.

introduzidos no mercado — um em 2007 e outro 2009<sup>6</sup>. E estes dois novos instrumentos — os arts. 1º-A e 3º-A da Lei do Audiovisual — rapidamente se tornaram os mais relevantes em volume de captação, representando 27% e 30% respectivamente do total captado durante o período. Contudo, a partir de 2008, rapidamente artigo 1º perdeu espaço para os artigos 3º e 3º-A conforme apresentado no gráfico 2.

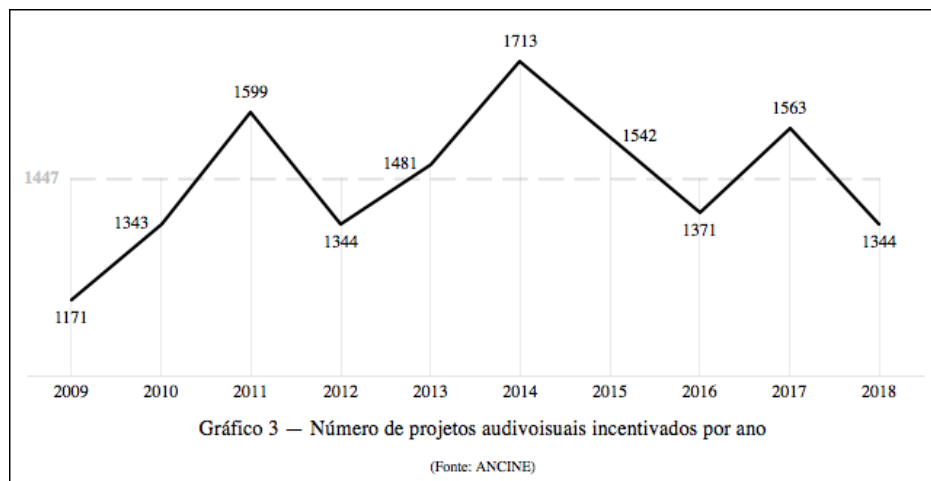


Assim, pode-se imaginar que o aumento no volume captado por ano seja um reflexo da expansão vivida nos últimos anos pelo setor — o que, por sua vez, significaria um aumento no número de projetos nacionais sendo desenvolvidos e lançados no mercado. Porém, ao examinar a evolução no número de projetos incentivados ano a ano disponíveis no relatório "Valores Captados por Projeto Incentivado e por Investidor" da ANCINE ilustrada no gráfico 3, o que se verifica são oscilações próximas à média e um crescimento composto tímido no número de títulos lançados de, aproximadamente, 1,5% ao ano.

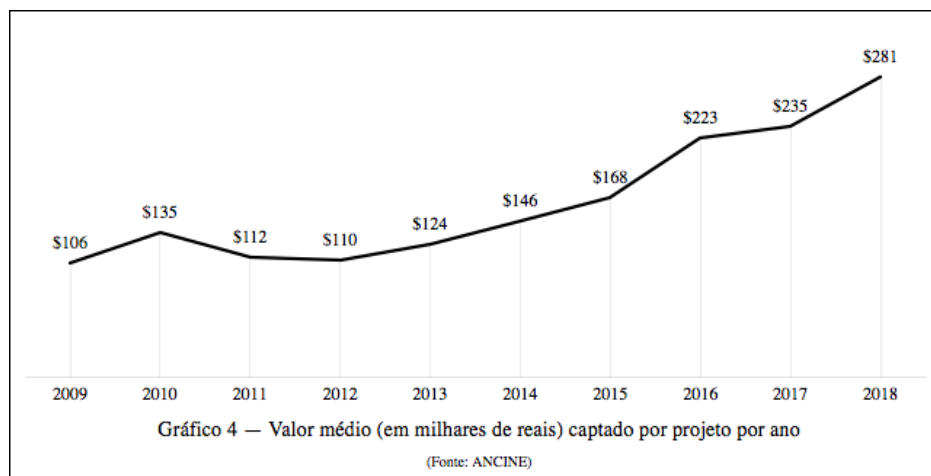
Então, na realidade, o que fica evidente é uma notória característica da produção cinematográfica da pós-Retomada há tempos sugerida por Anita Simis e Tânia Pellegrini no artigo "O audiovisual brasileiro dos anos 90: questão estética ou econômica?". Neste artigo, as autoras argumentam que, apesar das leis de incentivo do binômio de fato terem permitido que a produção de projetos audiovisuais voltasse a existir no país, diferente do que se imagina, o

<sup>6</sup> Os artigos 1º-A e 3º-A são dois instrumentos de captação que não constavam no texto original da Lei do Audiovisual aprovado em 1993 (Lei nº. 8.685/93). Para aqueles não familiarizados com legislação, é pertinente explicar que ambos os novos dispositivos foram introduzidos ao texto já existente da Lei do Audiovisual através de uma nova lei promulgada em 2006 (Lei nº. 11.437/06). Uma vez introduzidos à lei, para que os dispositivos passassem a valer, era necessário que fossem regulamentados através de decretos (ou instruções normativas?). Essa etapa aconteceu em momentos separados para cada um dos instrumentos, explicando o motivo do art.1º-A ter passado a valer já em 2007 e o art.3º-A apenas no fim de 2008, ou seja, basicamente em 2009.

crescimento anual dos valores captados através desses instrumentos não deve ser interpretado como expansão no número de filmes brasileiros lançados, mas sim como reflexo do fato de que as produções nacionais se tornam cada vez mais caras conforme os produtores e diretores buscavam equiparação técnica e estética com o produto norte-americano (SIMIS E PELLEGRINI, 1998).



Como podemos ver no gráfico 4, o valor médio captado por projeto por ano cresce a uma taxa bastante similar à dos valores totais captados, apresentando uma taxa de crescimento composta de aproximadamente 11% ao ano para o período 2009-2018. Em 2008, como é possível observar no gráfico 1, o principal instrumento utilizado na captação de recursos era o art. 1ºA da Lei do Audiovisual que, apesar de ter entrado em vigor apenas em 2007 se tornou bastante relevante.





## 4 Metodologia de análise

### *Os modelos e metodologia utilizados para analisar as leis de incentivo*

Uma infeliz realidade da "economia da cultura" — o campo da Economia que busca investigar a atividade econômica oriunda da produção e consumo de bens culturais — é a relativa ausência de análises empíricas. No âmbito do cinema, mas também de todas as outras atividades que produzem bens artísticos, essa carência impede que a avaliação e o próprio desenvolvimento de políticas setoriais sejam feitos da forma mais adequada, pautados na tanto na teoria como na constatação prática. Elaborar políticas públicas a partir de dados reais do setor é uma prática bastante recomendada<sup>7</sup> pois aproxima o processo à realidade do problema e permite que se avalie adequadamente os resultados.

Os motivos que explicam esse quadro de escassez são diversos, mas como indica Marcos Júnior (2011, p.55), pesquisador pioneiro na avaliação empírica das consequências do uso das leis de incentivo no cinema brasileiro, um grande desafio "ainda é a disponibilização de dados do setor em níveis mais desagregados, o que poderia melhorar a avaliação das leis de incentivo e contribuir com futuras políticas adotadas pelos gestores de políticas públicas". Felizmente, ao longo dos últimos anos, a atenção atribuída aos dados aumentou e o processo de coleta e disponibilização se tornou mais sofisticado — o que se traduziu em uma completa reformulação do portal oficial de acesso à informação da ANCINE em 2016. No novo portal, o Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual, é possível encontrar dados ainda em nível bastante agregado, mas já divididos nos diferentes segmentos de cinema, televisão, outras mídias e recursos públicos. As informações mais antigas, referentes à década de 80, foram resgatadas da antiga Embrafilme, mas a grande maioria das bases contém dados apenas a partir de 1995<sup>8</sup>.

Dito isso, a análise empírica desenvolvida nesta seção utiliza dados oficiais da ANCINE, retirados diretamente do Observatório, referentes aos filmes lançados em salas de

---

<sup>7</sup> Ver (Secchi, 2017).

<sup>8</sup> Essa realidade comprova uma observação feita por (SIMIS E PELLEGRINI, 1998) a cerca da importância de políticas culturais consistirem também em diretrizes legais que prevejam a prestação de contas e a constante colaboração dos diversos agentes do mercado no levantamento de dados. No próprio portal do Observatório, a instituição deixa claro que a sua manutenção se faz apenas possível através do respaldo legal que exige do setor trabalho conjunto para apuração dos dados oficiais, permitindo também que as políticas sejam avaliadas de forma adequada levando o setor à profissionalização, por exemplo.

exibição entre 1995 e 2018 e seus respectivos valores captados através das diversas leis de incentivo disponíveis. Já os dados como os preços médios de ingresso de cinema ano a ano foram coletados de diferentes fontes: parte dos dados (1995-2000) foi retirada da literatura, enquanto os valores para os anos seguintes (2001-2018) foram retirados diretamente do portal público da Filme B<sup>9</sup> — como a Filme B é uma fonte de dados paga, que fornece apenas alguns dados gerais do setor para o período de 2001 em diante, uma alternativa encontrada foi buscar os valores faltantes na literatura já publicada. E, para efeitos de comparação, todos os valores financeiros foram corrigidos pela inflação<sup>10</sup>.

Quando se pensa no desempenho de um filme, este pode ser avaliado por meio de inúmeros indicadores que dependem diretamente da perspectiva através da qual se escolhe analisá-lo. Estritamente enquanto obra de arte, é comum que os filmes sejam avaliados unicamente a partir dos seus aspectos estéticos, que — com algumas sérias limitações — poderiam ser quantificados através de suas premiações, por exemplo. Por outro lado, enquanto um produto qualquer, algumas análises buscam examinar o desempenho comercial de um filme apenas a partir de resultados financeiros como o valor arrecadado nas bilheteria, por exemplo. Assim, compartilhando do entendimento de que a condição industrial de produção e consumo do mercado global inevitavelmente passou a pautar também o cinema, esta análise compreende os filmes enquanto produtos culturais e, portanto, tem como foco a análise de indicadores comerciais onde se busca explicá-los através de um conjunto variado de fatores.

Dada a notória complexidade da economia da cultura e também as particularidades do mercado cinematográfico brasileiro já apontadas pela literatura e discutidas previamente aqui, buscou-se desenvolver um modelo no qual o desempenho comercial pudesse ser avaliado não apenas no seu aspecto *financeiro*, mas também em termos de *alcance* e *adesão* — por isso o modelo contém três variáveis de interesse, uma referente a cada uma das diferentes dimensões. Na primeira das três equações, a variável de interesse é *renda* e indica o valor total em reais acumulado de bilheteria desde o pré-lançamento; na segunda, *salas*, que determina o número máximo de salas de cinema onde o filme foi exibido; e, na terceira, *público*, que representa o número total acumulado de pessoas que assistiram ao filme no cinema.

---

<sup>9</sup> Mais informações sobre os valores médios de 1995 a 2000 estão disponíveis em (BORGES, 2007).

<sup>10</sup> Todos os valores foram calculados a partir da metodologia do Banco Central do Brasil, com índice de correção IGP-M da FGV, e têm como ano de referência 2018.

$$(1) Renda = \beta_0 + \beta_1 VC + \beta_2 TamanhoMédio_i + \beta_3 Eixo + \beta_4 Gênero + \beta_5 PreçoMédio + LEIS + \varepsilon$$

$$(2) Salas = \beta_0 + \beta_1 VC + \beta_2 TamanhoMédio_i + \beta_3 Eixo + \beta_4 Gênero + \beta_5 PreçoMédio + LEIS + \varepsilon$$

$$(3) Publico = \beta_0 + \beta_1 VC + \beta_2 TamanhoMédio_i + \beta_3 Eixo + \beta_4 Gênero + \beta_5 PreçoMédio + LEIS + \varepsilon$$

O sistema de equações foi estimado por meio do método SUR<sup>11</sup> (*seemingly unrelated regression*), que permite considerar possíveis correlações entre os erros das equações que o compõem. E as variáveis explicativas também foram escolhidas conforme a premissa da interseccionalidade característica da economia cultural e podem ser classificadas como de ordem (i) conjuntural, (ii) gênero-específica ou de (iii) financiamento. A primeira categoria contém as variáveis *TamanhoMédio* e *PreçoMédio*, que indicam os dados anuais do tamanho do mercado exibidor medido em quantidade de salas de cinema no país e o preço médio em reais do ingresso de cinema respectivamente. Já a segunda categoria contém duas variáveis mais específicas de cada projeto e bastante discutidas na literatura por representarem fatores relevantes na capacidade de inserção de um filme nacional no mercado doméstico: *Eixo*, que indica se o filme foi feito por uma produtora localizada no eixo dominante RJ-SP, e *Gênero*, que indica se o filme é do gênero de ficção ou não. Por fim, na última categoria estão as variáveis a respeito do uso das leis de incentivo: a variável *VC* mede o valor total em reais captado por cada projeto através dos diversos mecanismos de incentivo disponíveis e *LEIS* representa o conjunto de variáveis *dummy* que indicam o uso ou não de um determinado instrumento por cada projeto especificadas na tabela 1.

Tabela 1 - Leis de incentivo analisadas

Nome da variável	Descrição
Art. 18	Art. da <b>Lei Rouanet</b> destinado à produção de curtas e médias-metragens para TV e Rádio, com possibilidade de abatimento de 100% no IR.
Art. 25	Art. da <b>Lei Rouanet</b> destinado às produções que não se encaixam na categoria acima, sem possibilidade de abatimento de 100% no IR.
Art. 1º	Art. da <b>Lei do Audiovisual</b> destinado a projetos em geral do segmento com possibilidade de abatimento real acima de 100% do IR.
Art. 1ºA	Alteração do art. 1º da <b>Lei do Audiovisual</b> que institui um novo

<sup>11</sup> Em linhas gerais, a principal vantagem do SUR para análises como essa é o fato do modelo considerar que os erros de cada equação podem ser correlacionados com os erros das outras equações do sistema para uma mesma observação, ou no caso, filme. Para mais detalhes, ver (ZELLNER, 1962).

	mecanismo destinado também a projetos em geral do segmento com possibilidade de abatimento real acima de 100% do IR.
Art. 3º	Art. da <b>Lei do Audiovisual</b> destinado a projetos em geral com possibilidade de abatimento nos créditos e remessas ao exterior de distribuidoras decorrente da exploração comercial de obras em território nacional, com possibilidade de abatimento de 100% do imposto.
Art. 3ºA	Alteração do art. 3º da <b>Lei do Audiovisual</b> que manteve a mesma dinâmica de funcionamento, mas com mudanças nos impostos que incidem sobre as remessas ao exterior das distribuidoras.
Art. 39	Versão complementar dos arts. 3º e 3ºA da <b>Lei do Audiovisual</b>
FUNCINES	Lei de incentivo para investidores do mercado que escolham investir em conjunto, formando grupos de investimento com custódia do Fundo de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional.

Aqui, é importante expor um pouco mais os arts. 3º e 3ºA da Lei do Audiovisual. Isso pois, além desses serem os instrumentos que melhor refletem os pressupostos desenvolvimentistas e industrialistas da política pública para o setor cinematográfico desde a Retomada (IKEDA, 2012), os arts. 3º e 3º-A também são o principal exemplo de política setorial concebida a partir da identificação do problema encontrado pelas produções nacionais na etapa de distribuição da cadeia produtiva. Apesar do art. 3º existir desde a criação da Lei do Audiovisual em 1993, este instrumento só se tornou efetivo após a implementação de algumas modificações em 2002 por meio da MP nº 2.228-1/01 e, como colocado por Ikeda, mesmo que a Lei do Audiovisual compreenda diferentes instrumentos (arts. 1º, 1º-A, 3º e 3ºA) *"cada um desses mecanismos tem diferentes fatos geradores, e pressupostos diferenciados de políticas públicas"*.

## 5 Resultados

*A estimação do sistema de equações e uma breve discussão*

Estatísticas descritivas da amostra do período entre 1995 e 2018

Variáveis	Média	Desvio Padrão
PMI	15,83	1,93
VC	3.014.088	14.118,08
TME	2.480,56	554,34
Eixo	0,82	0,38
Fiction	0,63	0,48
Art. 18	0,17	0,38
Art. 25	0,05	0,22
Art. 1º	0,43	0,49
Art. 1ºA	0,31	0,46
Art. 3º	0,26	0,43
Art. 3ºA	0,07	0,26
Art. 39	0,02	0,14
FUNCINES	0,01	0,13
Renda	1.864.967	7.365.679
Salas	61,63	126,51
Público	205.641	743.291,30

Fonte: ANCINE

## Estimações por SUR

Variáveis explicativas	Variáveis dependentes		
	Renda	Salas	Público
	coeficiente (erro-padrão)	coeficiente (erro-padrão)	coeficiente (erro-padrão)
Constante	4.026.186 (2.856.998)	-174,23*** (43,38)	754.512,5*** (288.353)
PMI	-177.828,30 (120.871,60)	3,10* (1,83)	-23.522,13* (12.199,41)
VC	0,55*** (0,88)	0,0000111*** (1,34)	0,06*** (0,008)
TME	-972,59* (557,7)	0,03*** (0,008)	-197,46*** (56,28)
Eixo	681.229,30 (628.482,4)	22,70** (9,54)	70.248,59 (63.431,89)
Fiction	842.611,1 (516.804,8)	32,80*** (7,84)	84.141,68 (52.160,42)
Art. 18	-885.139,1 (599.513,4)	-12,77 (9,10)	-93.435,58 (60.508,09)
Art. 25	-1.053.790 (831.838,9)	4,38 (12,63)	-131.970,40 (83.956,39)
Art. 1º	-912.537,4* (501.301,6)	-3,21 (7,61)	-94.299,73* (50.595,70)
Art. 1ºA	319.235,9 (484.109,7)	0,60 (7,35)	-6.709,92 (48.860,55)
Art. 3º	2.116.208*** (513.961,8)	65,50*** (7,80)	241.228*** (51.873,47)
Art. 3ºA	5.304.028*** (777.244,3)	106,57*** (11,80)	413.731,60*** (78.446,23)
Art. 39	-560.445,3 (1.236.742)	36,00* (18,78)	-58.782,02 (124.822,70)
FUNCINES	1.043.990 (1.340.396)	48,37** (20,34)	32.291,56 (135.284,40)
R-sq (ajustado)	0,1894	0,3980	0,1922
Observações	1088	1088	1088

Fonte: ANCINE

Notas: \* Significativo a 10%

\*\* Significativo a 5%

\*\*\* Significativo a 1%

De início, o que se observa é a relevância dos valores captados através das leis de incentivo (VC) em todas as três equações do sistema. O impacto de R\$ 1,00 a mais captado através das leis aumenta a renda auferida por um filme em média em R\$ 0,55. Já no caso da exibição e do público, R\$ 100 mil a mais captados levam, em média, os filmes a mais uma nova sala de exibição e também aumentam o seu público total em 6.000 pessoas.

Outro resultado interessante é que o tamanho do mercado exibidor também se mostrou significativo na explicação dos três indicadores comerciais analisados. Mesmo sob o contexto de rápida diversificação dos canais através dos quais um filme pode ser exibido, ainda é plausível considerar o tamanho do mercado de exibição como um importante indicador do mercado onde os filmes (tanto nacionais quanto estrangeiros) competem entre si para estar nas programações e que, portanto, reflete o espaço disponível para a distribuição dos produtos.

No caso de *salas*, equação que foi especificamente desenvolvida com o objetivo de examinar o alcance, a capacidade de penetração, dos filmes nacionais nesse espaço disponível para exibição no mercado doméstico, o tamanho do mercado de exibição tem um impacto positivo. Por um lado, essa condição poderia ser interpretada apenas como fruto de uma lógica simples de mercado: quanto maior o parque exibidor — ou seja, o número de salas de cinema no país —, maior é a oferta de pontos de exibição e, portanto, maiores as chances de um título nacional conseguir ser exibido em mais salas. Contudo, levando em consideração a histórica hegemonia do produto norte-americano nos cinemas brasileiros extensivamente apontada e discutida na literatura, é inevitável questionar se essa dinâmica atua organicamente a favor do produto brasileiro ou se se deve também à existência de políticas de obrigatoriedade de exibição como a *cota de tela* que desde 1994 passou a atrelar o número mínimo de dias de exibição de filmes brasileiros ao número de salas (SIMIS, 2009), levando o crescimento do mercado exibidor invariavelmente a implicar em uma expansão da possibilidade de exibição para os títulos nacionais.

Já os resultados apresentados para as variáveis *Eixo* e *Fiction* também nos permitem traçar outras considerações dentro da discussão a respeito das possibilidades de exibição dos filmes nacionais, mas partindo das características próprias dos filmes. Dada a relevância das duas variáveis na explicação de *salas* e o caráter positivo dessas relações, é possível identificar alguns aspectos decisivos da dinâmica cinematográfica brasileira: em essência,

cinema no Brasil é compreendido como filmes de ficção tanto por quem produz<sup>12</sup>, quanto por quem exhibe — o que logicamente pode ser entendido uma vez que os complexos de exibição no país escolhem os filmes que entram em cartaz buscando atender às vontades do público. Contudo, podemos observar que isso não é necessariamente verdade quando se trata do público, uma vez que as duas variáveis não se mostraram relevantes na terceira equação do sistema. E, apesar da relação positiva da variável *Eixo* corroborar com os inúmeros diagnósticos de outros pesquisadores que indicam uma dominação histórica (e que aparentemente se mantém até os dias atuais) dos meios cinematográficos pelas empresas produtoras nas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro, essa variável também não se mostrou relevante para *público*. Assim, buscar entender essa divergência se mostra um caminho importante a se trilhar afim de se tornem mais claro o comportamento do público brasileiro em relação ao cinema nacional.

Por fim, em relação às variáveis *dummies* que indicam o uso de cada uma das leis, é curioso observar que apenas os arts. 3º e 3º-A se mostraram significantes para todas as equações. Nesse sentido, é pertinente salientar o papel fundamental do problema público na concepção de uma política. De acordo com (SECCHI, 2017) políticas públicas se caracterizam essencialmente a partir do problema público que deve ser enfrentado e, apesar de não podermos considerar o problema público como fato gerador exclusivo de todas as políticas públicas na prática, é importante reafirmar o seu papel.

Dessa forma, parece bastante interessante analisar as políticas públicas do binômio — as leis de incentivo — a partir do seu possível fato gerador, ou seja, os problemas públicos para os quais foram desenvolvidas para enfrentar. No caso do art. 3º, assim como na maioria dos outros mecanismos, os instrumentos que o compõem têm como objetivo direto financiar os projetos audiovisuais brasileiros. No entanto, ao analisar as especificidades sob as quais este mecanismo atua, é possível identificar que o problema público que ele trata é mais detalhado, instituindo um canal de financiamento diretamente sobre as relações problemáticas existentes na etapa de distribuição. Em outras palavras, os instrumentos do art. 3º são sim mais um mecanismo de financiamento pautado na renúncia fiscal, mas também representam uma das primeiras políticas para o setor audiovisual que se debruça sobre as dinâmicas da distribuição de filmes no Brasil. Assim, somente empresas de distribuição podem utilizá-los.

---

<sup>12</sup> Para uma discussão histórica aprofundada, ver (Bernardet, 2009).



Como no contexto brasileiro a distribuição é dominada por algumas poucas empresas norte-americanas conhecidas como *majors* e o investimento nas produções nacionais deve ser feito nos moldes de uma coprodução e mais apenas nos formatos de patrocínio, os arts. 3º e 3º-A tem como objetivo "*promover uma parceria entre produtores independentes brasileiros e o oligopólio de distribuição global através de um estímulo a associação entre dois elos complementares da cadeia produtiva do audiovisual: a produção e a distribuição*" (IKEDA, 2012). E a sua utilização vem se mostrando crescente.

## 6 Conclusão

### *A busca pela autonomia frente às experiências do passado*

Apesar de muitos pesquisadores terem buscado compreender os efeitos da implementação dos mecanismos de incentivo fiscal no mercado cinematográfico brasileiro, ainda existem poucos trabalhos empíricos que examinam essa questão. Dentro dessa literatura que já existe, além de indicar diferentes motivos para “fracassos” ou “sucessos” enquanto políticas que efetivamente guiavam o cinema brasileiro em direção à autonomia frente ao Estado, a totalidade dos estudos indica problemáticas que vão além dos problemas relacionais ao elo da produção cinematográfica e indicam que existem questões associadas à distribuição e exibição do produto nacional que merecem atenção. Os resultados da análise empírica corroboram com esse diagnóstico que propõe um aprofundamento no entendimento das barreiras ao filme brasileiro especialmente no que diz respeito à distribuição — apenas as leis de incentivo que implicam em investimento e parceria entre as grandes distribuidoras internacionais e os projetos nacionais se mostraram significativamente relevantes.

Pensando em um panorama mais amplo, Ikeda (2015), por exemplo, determina que os dois principais problemas enfrentados pelo modelo de incentivo fiscal do binômio foram o baixo sucesso das produções lançadas a partir de 1995 e a recessão econômica mundial vivida cinco anos mais tarde. Ele também aponta uma “fragilidade”: os mecanismos de incentivo fiscal dependem diretamente do bom desempenho da economia, já que os investimentos feitos nas produções devem ser proporcionais aos montantes devidos de imposto de renda das empresas e pessoas físicas. Por outro lado, autores como Ballerini (2012) observam que, apesar de essenciais para o setor atualmente, a principal problemática do binômio não se encontra nas especificidades dos mecanismos de fomento, mas sim na incapacidade do cinema em obter público suficiente<sup>13</sup> para tornar a atividade produtiva autossustentável. Este é

---

<sup>13</sup> A necessidade das leis de incentivo é exposta de forma clara pelo autor a partir de uma breve análise sobre a dinâmica do mercado no que diz respeito à divisão da receita de um filme entre os diversos agentes que participam da cadeia produtiva. Enquanto as salas de cinema (os exibidores) e os distribuidores da obra ficam com 50% e 20%, respectivamente, do faturamento do filme, a produtora —elo responsável pelo financiamento

um ponto amplamente presente nas análises do binômio, indicando que as políticas desenvolvidas a partir de 1990 têm como foco apenas a oferta; negligenciando a importância de trabalhar a demanda. Nesse sentido, é possível identificar que as diferentes literaturas, com diferentes escopos e perspectivas, compartilham de um diagnóstico em comum: as leis de incentivo para o setor, independentemente das suas forças e fraquezas, são em geral diretrizes voltadas apenas à produção e, portanto, contemplam somente um dos elos da cadeia de produção.

Não obstante, a análise dos instrumentos presentes no art. 3º da Lei do Audiovisual indica que, mesmo paulatinamente, essas políticas de financiamento direcionadas para a produção parecem estar se pautando no problema do financiamento, mas também nos problemas que o produto nacional encontra na etapa de distribuição. Como colocado por Jussara Beling “a gestão de cultura em nosso país pode e deve ser pensada de forma integrada a administração de outras áreas. Tão urgente como aperfeiçoar a parceria governo, empresas privadas e artistas é pensar e procurar novas formas de associação. (...) A elaboração de uma política cultural deve estar atenta ao contexto que a suporta, procurando responder aos desafios presentes. Em um mundo complexo e interligado não há lugar para fórmulas prontas e propostas unilateralmente”.

Uma política é um programa de intervenções realizadas pelo Estado, instituições civis, entidades privadas ou grupos comunitários. E, como colocado por Jussara, é importante deixar claro que o mercado de patrocínio — feito atualmente sob o modelo de renúncia fiscal implementado através das leis de incentivo — trouxe sim um certo nível de profissionalização do setor à medida que um determinado grau de concorrência passou a existir conforme as produtoras passaram a buscar o financiamento através do patrocínio de empresas. As produtoras, ou melhor, os projetos estavam concorrendo entre si na busca pelos patrocinadores. Os resultados disso são um aumento na especialização e qualificação dos profissionais da área — o que pode e deve ser enxergue como um resultado positivo para a consolidação de uma indústria autossustentável.

No entanto, o próprio mercado de patrocínio enfrentou dificuldades no Brasil pois foi implementado através de uma política pautada nas ações culturais, sem esforços no campo das

---

do projeto— fica com no máximo 30% do montante total arrecadado nas bilheterias. Dada essa configuração e também os custos envolvidos na produção de projetos de médio porte, por exemplo, a bilheteria mínima necessária para cobrir os custos da produtora deveria ser 10 vezes maior do que a média de público para essa categoria de filme.

normas legais, por exemplo, que facilitassem os processos, ou seja, ações no sentido de conscientizar a iniciativa privada quanto ao potencial do investimento em cultura. Outra barreira foi a falta de cuidado na profissionalização dos artistas e profissionais da área que não sabiam apresentar projetos tecnicamente adequados a cada perfil de empresa, por exemplo. Em outras palavras, as produtoras não estavam tecnicamente muito aptas a jogar o jogo do mercado competitivo no nível em que as empresas patrocinadoras sabiam, eles não eram tão afiados nas estratégias de negócio.

Além disso, a demanda de projetos culturais é muito maior que a oferta de patrocínio, gerando um ambiente super competitivo. *É necessário implantar um sistema maduro de sustentação da produção cultural e isto significa diversificar as fontes de financiamento, ou seja, instituir estratégias eficazes que combinem o comprometimento de diversas instancias do poder e a iniciativa privada.* Enquanto as leis de incentivo deveriam ter sido desenvolvidas como complemento às ações do Estado, funcionando ao lado de financiamento público direto (que seria o caso se a Lei Rouanet não tivesse sido abocanhada pela Lei do Audiovisual, por exemplo), vimos no Brasil a substituição de política cultural por renúncia fiscal. Na prática, os instrumentos de financiamento que funcionam a partir da renúncia fiscal somente servem para canalizar o dinheiro público através da iniciativa privada e não suscitam realmente o vínculo destas com a cultura — uma evidência é o próprio fato de que as únicas leis de incentivo que se mostraram relevantes são aquelas que necessariamente estabelecem vínculos entre os projetos nacionais e outras empresas do mesmo ramo, as distribuidoras.

Quando pensamos estruturalmente em todos os desafios impostos ao desenvolvimento de uma indústria cultural, a falta de financiamento é apenas um deles. Estudar os paradigmas do financiamento do setor audiovisual se mostrou, então, uma busca por entender questões que vão além da simples pergunta "por que produtoras nacionais não conseguem se capitalizar para receber investimento de risco do setor privado?". Inicialmente, é a partir de questionamentos como este que percebe-se a profundidade da questão do financiamento do audiovisual e como uma resposta definitiva depende ainda de outras diversas questões a serem examinadas como, por exemplo, os outros elos da cadeia produtiva e o perfil do consumidor brasileiro em relação ao próprio conteúdo nacional dada a insignificância de variáveis outrora consideradas importantes como *Eixo* e *Ficção* para explicar o público.

Contudo, a discussão elaborada nesta pesquisa permite constatar dois pontos: o sucesso ou fracasso de uma obra depende de fatores que estão além do alcance das empresas

produtoras já que não são estes os únicos agentes dos quais depende a entrega do "produto cinema" ao público. Mesmo sendo pontos de foco das políticas públicas em geral, o elo produtor não pode ser o único foco uma vez que os produtos nacionais encontram outras barreiras tão desafiadoras quanto nas outras etapas; o art. 3º trata exatamente dessa questão — apesar dele não ser o mais eficiente (ou até eficaz) ele pelo menos foi concebido levando em consideração essa distorção do elo da distribuição e não foi apenas mais um instrumento desenvolvido a partir de um entendimento raso do problema que se limita ao produtor e a sua incapacidade de financiar a sua própria atividade.

## Referências Bibliográficas

APRO E SEBRAE. **Mapeamento e Impacto Econômico do Setor Audiovisual no Brasil**. Estudos de Mercado - [online]. 2016. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae> Acesso em: set. 2019.

BERNARDET, Jean-Claude. **Cinema Brasileiro Propostas para uma História**. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2014. 333p.

CAETANO, Maria do Rosário. "**Cinema Brasileiro (1990 - 2002): da crise dos anos Collor à retomada**". **Revista ALCEU**. vol. 8, nº 15, p. 196 - 216, jul./dez. 2007

IKEDA, Marcelo. "**Cinema Brasileiro a partir da Retomada: aspectos econômicos e políticos**". 1. ed. São Paulo: Summus Editorial, 2015.

ESTEVINHO, Telmo Antonio Dinelli. "**Cinema e política no Brasil: os anos da retomada**". **Revista Aurora**. vol. 5, p. 120 - 130, 2009.

FORNAZARI, Fabio Kobol. "**Instituições do Estado e políticas de regulação e incentivo ao cinema no Brasil: o caso Ancine e Ancinav**". *Rev. Adm. Pública* [online]. 2006, vol.40, n.4, pp.647-677. ISSN 0034-7612.

SIMIS, Anita.; PELLEGRINI, Tânia. "**O Audiovisual Brasileiro dos Anos 90: Questão Estética ou Econômica?**". **Encontro Anual do Latin American Studies Association**, Chicago, EUA. 1998.

JÚNIOR, Marcos Vinício W.; MATTOS, Enlinson. "**Criação da Agência Reguladora e Leis de Incentivo à Cultura: Evidências Empíricas para o Mercado Brasileiro**". **Revista Planejamento e Políticas Públicas**. vol. 37, p 39 - 56, 2011.

SIMIS, Anita. "**A Contribuição da Cota de Tela no Cinema Brasileiro**". **O público e o privado**. nº 14, p. 137 - 146, 2009.

BORGES, Danielle dos Santos. **A Retomada do Cinema Brasileiro: uma análise da indústria cinematográfica nacional de 1995 a 2005**. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade Autônoma de Barcelona, Barcelona, 2007.