

**UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS  
UNIDADE ACADÊMICA DE GRADUAÇÃO  
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**ARIADNE LETIERI VOLTZ**

**ANÁLISE DE DISTRIBUIÇÃO DE RESULTADOS E INVESTIMENTOS  
EXISTENTES NO SETOR CINEMATOGRAFICO BRASILEIRO**

**São Leopoldo  
2021**

ARIADNE LETIERI VOLTZ

**ANÁLISE DE DISTRIBUIÇÃO DE RESULTADOS E INVESTIMENTOS  
EXISTENTES NO SETOR CINEMATOGRAFICO BRASILEIRO**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado como requisito parcial para  
obtenção do título de Bacharel em  
Ciências Contábeis, pelo Curso de  
Ciências Contábeis da Universidade do  
Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dra. Emanuelle Nava Smaniotto

São Leopoldo

2021

Este trabalho é dedicado à minha mãe Divani por sempre ter me apoiado e contribuído para a minha formação. Ao meu pai Valmir, que já partiu, mas que sempre será uma de minhas maiores inspirações. Também ao meu namorado Alexandre, por todo o apoio e companheirismo durante este trabalho.

## **AGRADECIMENTOS**

Quero agradecer primeiramente à minha mãe Divani, por sempre ter me apoiado em todos os momentos e sempre ter contribuído com minha formação, sendo minha maior incentivadora e melhor amiga.

Ao meu pai Valmir (in memorian), por sempre ter me apoiado em tudo, por ser peça fundamental para realização deste trabalho, e por ter transmitido para mim o seu amor pelo cinema.

À minha tia Elsa, por contribuir para minha formação como pessoa e por todo o apoio e conselhos que sempre me deu.

Ao meu namorado Alexandre pelo amor, apoio, e companheirismo em todos os momentos, e principalmente por estar ao meu lado sempre que necessitei.

Aos meus amigos e minhas primas, por sempre prestarem apoio a mim nos momentos que precisei, e por acreditarem em meu potencial.

À minha orientadora, Prof.<sup>a</sup> Dra. Emanuelle Nava Smaniotto, por toda a sua paciência, apoio e dedicação para realização do meu trabalho de conclusão.

Aos professores, por todos os conselhos, e contribuições necessárias para meu desenvolvimento durante o processo de formação acadêmica.

Por fim, agradeço a todos que se disponibilizaram a fazer a entrevista comigo e contribuir com a minha pesquisa para a realização deste trabalho.

Muito obrigada a todos.

“Os filmes têm o poder de capturar sonhos”.

George Méliès

## RESUMO

A finalidade do presente trabalho é verificar como tem ocorrido a distribuição de resultados sobre as produções cinematográficas e quais são os investimentos existentes para o setor audiovisual brasileiro. O método de pesquisa adotado é de natureza aplicada, com forma de abordagem qualitativa utilizando artigos, dissertações e entrevistas, com objetivo de caráter exploratório permitindo uma compreensão ampla sobre o tema. A partir da análise dos resultados verificou-se que a distribuição dos resultados sobre as produções cinematográficas é realizada através de contratos estabelecidos anteriormente a realização das obras e que os mecanismos de incentivo são essenciais para o setor cinematográfico brasileiro, sendo responsáveis por grande parte dos filmes lançados em salas de exibição no país. Constatou-se que a indústria cinematográfica nacional evoluiu ao longo dos anos, os filmes nacionais têm alcançado cada vez mais público e estes resultados estão ligados ao aumento dos investimentos existentes para o setor, com a criação de programas com o intuito de diversificar a destinação dos recursos, a fim de que sejam destinados a todo o Brasil de forma igualitária e que englobem os três elos da cadeia produtiva cinematográfica nacional alcançando o público de todo o país.

**Palavras-chave:** indústria cinematográfica nacional; investimentos; distribuição dos resultados; mecanismos de incentivo.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Infográfico das mudanças ocorridas na Lei de Incentivo à Cultura .....	28
---	----

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Lançamentos com ou sem a utilização de mecanismos de fomento (2013 – 2018) .....	21
Gráfico 2 - Evolução do público das salas de exibição (2010-2019) .....	22

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Pesquisas relacionadas ao tema deste trabalho .....	38
Quadro 2 - Caracterização dos entrevistados .....	45
Quadro 3 - A produtora já teve que arcar com algum custo nas produções? .....	48
Quadro 4 - Como é feita a distribuição dos resultados? .....	52
Quadro 5 - Critérios avaliados pela distribuidora para os filmes distribuídos .....	55
Quadro 6 - Vantagens e desvantagens dos mecanismos de incentivo existentes no setor cinematográfico brasileiro .....	59

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Ranking dos 10 filmes nacionais de maior público (2009 - 2020) .....	23
Tabela 2 - Recursos disponibilizados via mecanismos de incentivo (2015 - 2019)...	26
Tabela 3 - Recursos captados através da Lei Rouanet para o setor audiovisual.....	27
Tabela 4 - Valores de distribuição do PAQ .....	29
Tabela 5 - Valores distribuídos pelo PAR.....	30
Tabela 6 - Recursos disponibilizados pelo FSA (2012 - 2018).....	31
Tabela 7 - Filmes que mais tiveram retorno financeiro da história .....	35
Tabela 8 - Filmes nacionais que tiveram maior retorno de investimento (FSA) .....	36
Tabela 9 - Filmes que apresentaram prejuízo .....	37

## LISTA DE SIGLAS

ANCINE	Agência Nacional do Cinema
CAACI	Conferência de Autoridades Audiovisuais e Cinematográficas Ibero-americanas
CAV	Certificados de Investimento Audiovisual
CONCINE	Conselho Nacional de Cinema
CONDECINE	Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional
CVM	Comissão de Valores Mobiliários
DRE	Demonstração do Resultado do Exercício
EMBRAFILME	Empresa Brasileira de Filmes
FICART	Fundo de Investimento Cultural e Artístico
FNC	Fundo Nacional de Cultura
FSA	Fundo Setorial do Audiovisual
FUNCINE	Fundo de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional
IBERMEDIA	Programa de Desenvolvimento de Apoio à Construção do Espaço Audiovisual Ibero-Americano
IR	Imposto de Renda
MPA	Motion Picture Association
MPA-AL	Motion Picture Association América Latina
OCA	Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual
PAQ	Programa de Qualidade do Cinema Brasileiro
PAR	Prêmio Adicional de Renda
PIB	Produto Interno Bruto
PMI	Project Management Institute
PRONAC	Programa Nacional de Apoio à Cultura
ROI	Retorno sobre o Investimento
SFI	Superintendência de Fiscalização

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>12</b>
<b>1.1 Contextualização do tema e problema</b> .....	<b>12</b>
<b>1.2 Objetivos</b> .....	<b>15</b>
1.2.1 Objetivo geral .....	15
1.2.2 Objetivos específicos.....	15
<b>1.3 Delimitação do tema</b> .....	<b>15</b>
<b>1.4 Justificativa</b> .....	<b>15</b>
<b>1.5 Estrutura do projeto</b> .....	<b>16</b>
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	<b>17</b>
<b>2.1 Breve história do cinema brasileiro</b> .....	<b>17</b>
<b>2.2 Investimentos em produções</b> .....	<b>21</b>
2.2.1 Investimentos via fomento indireto .....	23
2.2.2 Investimentos via fomento direto.....	29
2.2.3 Investimentos sem fomento direto e indireto .....	31
<b>2.3 Demonstração dos resultados</b> .....	<b>32</b>
2.3.1 Distribuição dos lucros .....	33
2.3.2 Análise do ROI .....	34
2.3.3 Fracassos de produção .....	36
<b>2.4 Estudos relacionados</b> .....	<b>38</b>
<b>3 METODOLOGIA</b> .....	<b>42</b>
<b>3.1 Classificação da pesquisa</b> .....	<b>42</b>
<b>3.2 Definição da população e amostra</b> .....	<b>43</b>
<b>3.3 Plano de coleta, tratamento e análise dos dados</b> .....	<b>43</b>
<b>3.4 Limitações do método</b> .....	<b>44</b>
<b>4 ANÁLISE DOS RESULTADOS</b> .....	<b>45</b>
<b>4.1 Produção</b> .....	<b>46</b>
<b>4.2 Distribuição</b> .....	<b>54</b>
<b>4.3 Análise geral dos mecanismos de incentivo existentes</b> .....	<b>59</b>
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>62</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>64</b>
<b>APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO PARA AS PRODUTORAS</b> .....	<b>69</b>
<b>APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO PARA AS DISTRIBUIDORAS</b> .....	<b>70</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Nesse capítulo se apresenta a contextualização do tema e problema, os objetivos, a delimitação do tema, a justificativa do estudo e a estrutura do projeto.

### 1.1 Contextualização do tema e problema

A cinematografia além de ser uma arte, é uma forma de manifestar ideias, unindo conhecimento com lazer, trazendo alegria e sabedoria através de uma linguagem universal. Assistir a filmes é um comportamento social deveras importante para a formação cultural e educacional da sociedade (LIONÇO *et al.* 2013, p. 2).

Martins (2007, p. 123 *apud* LIONÇO *et al.* 2013, p. 2) reitera que:

Em geral, esse é o modo como o grande público relaciona-se com as narrativas cinematográficas: sem refletir sobre elas, não se dão conta de como essas imagens penetram seus cotidianos, seu comportamento, contribuindo de modo decisivo para a constituição de suas identidades.

O cinema é um importante incentivo à cultura, não só por proporcionar uma imersão em um novo mundo, mas por apresentar ao público novas ideias e cativar as pessoas, trazendo o conhecimento para o povo e levando-o a encontrar a sua identidade, dentro e fora das telas.

O mercado cinematográfico brasileiro iniciou sua consolidação em meados do século XX, onde se caracterizava por filmes trazidos da França, Itália e Alemanha. Porém ao final da 1ª Guerra Mundial, estes países foram perdendo sua força e os Estados Unidos eclodiram como o principal produtor e exportador de filmes no mundo (MATTA, 2008).

A indústria cinematográfica americana se consolida cada vez mais e traz consigo grandes influências para a cultura cinematográfica brasileira, o que é refletido nas bilheterias nacionais, onde mais de 80% do público brasileiro que vai ao cinema, assiste filmes estrangeiros (AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA (ANCINE), 2021).

Apesar de mais de um século de existência, a indústria cinematográfica brasileira se mostra incapaz de se autossustentar sem o apoio financeiro estatal, denotando a importância da relação Cinema e Estado para que haja a consolidação do cinema nacional (MAIA, 2008).

Para que cinema brasileiro continue crescendo, é importante que haja um engajamento do público com o cinema nacional, visando produções que conversem mais com o povo e que o instiguem a assistir conteúdos nacionais. No entanto uma grande dificuldade enfrentada por esta indústria é conseguir apoio financeiro, tanto de investimentos estatais quanto de investimentos privados (NATARELLI, 2011).

As produtoras de cinema buscam apoio para produzir seus filmes, de financiamentos vindos de mecanismos de incentivo público, sendo de fomento direto e indireto, através de projetos de lei como: Lei do Audiovisual, Lei Rouanet, Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) e o Programa de Desenvolvimento Audiovisual em Apoio à Criação do Espaço Audiovisual Ibero americano (IBERMEDIA).

Dentre estes projetos de financiamentos tem-se a ANCINE, órgão oficial do governo federal do Brasil criado em 2001, que tem por objetivo o fomento, a regulação e a fiscalização no âmbito cinematográfico brasileiro. A ANCINE é responsável por dar apoio à diversos projetos cinematográficos, dos quais são publicados editais, e destes editais, faz-se seleções públicas levando em consideração o desempenho das produções em festivais e no mercado (ANCINE, [2020c?]).

Outro projeto é o Programa Nacional de Apoio à Cultura (PRONAC) que tem como principal objetivo, dar incentivo às produções para que viabilizem e estimulem o surgimento de obras culturais que mostrem a sociedade brasileira, buscando evidenciar as produções culturais e levar o acesso à cultura integralmente para todas as regiões brasileiras, oferecendo suporte e instigando as manifestações artísticas brasileiras, preservando o patrimônio cultural brasileiro (BRASIL, [2020?]).

Segundo Marson (2006), os projetos de apoio a cultura visam ofertar financiamento às produções, sendo estes divididos em cotas de valor, cujas corretoras inserem no mercado, focalizando em aumentar os investidores nas produções de cinema, diversificando assim os financiadores das produções.

Outro tópico importante relacionado com o tema em estudo é o cálculo de Lucro ou Prejuízo de cada produção, o qual é obtido da diferença entre as receitas totais menos os custos totais, que a produção obteve (MARION, 2009).

Grande parte dos lucros que se tinha em produções de cinema era dividida em porcentagens para distribuidores e exibidores, na atualidade o capital é redistribuído em partes iguais entre todos os cotistas da produção, tornando esta distribuição mais justa a todos os investidores da obra (SOUZA, 2018).

Modigliani (1958 *apud* PADOVEZE *et al.* 1994, p. 7) faz referência à teoria atual de finanças, dizendo que ela entendia que não era importante como se financiava os investimentos, pois o retorno estaria vinculado ao seu risco. Podendo analisar desta forma que o lucro vindo das produções cinematográficas, oferece muitos riscos aos investidores, pois as produções cinematográficas tanto no Brasil como ao redor do mundo têm mais fracassos do que sucessos.

Em 2013 houve um aumento de espectadores buscando títulos nacionais, levando esperança para as produtoras, que viram isso como uma oportunidade de não só aumentar o número de produções, como também produzir filmes procurando obter uma qualidade acima da média. Porém nos anos subsequentes este número apresentou quedas em relação à 2013 (ANCINE, 2021).

A respeito da distribuição dos resultados das produções, as empresas que obtêm lucro são taxadas e pagam impostos sobre os lucros obtidos no período. Porém se a empresa apresentar um prejuízo, este valor poderá ser abatido no Imposto de Renda (IR), fazendo com que as empresas que investem seu capital em projetos culturais não corram grandes riscos, salvando diversas empresas do risco de falência (MARSON, 2006).

No mercado brasileiro ainda há uma insuficiência de dados que possam levar ao cálculo de mensuração dos filmes brasileiros que tiveram maior retorno financeiro, sendo deste modo prejudicial aos resultados das pesquisas realizadas a respeito deste mercado (D'ARCY, 2010).

Pesquisas têm sido feitas em torno do tema deste trabalho, Almeida e Mendes, (2017), Gualda e Estevam (2015), Marson (2006), Michel e Avellar (2014), Natarelli, (2011) e Toldo e Lopes (2017) cujo enfoque está em investigar a indústria cinematográfica brasileira tanto politicamente quanto economicamente, durante um determinado período. Cada pesquisa tem um foco e objetivo próprio que levou à resultados similares, entre eles, o que motiva o público brasileiro a ir ao cinema assistir produções cinematográficas nacionais, como também do crescimento do cinema brasileiro durante os últimos anos, com produções nacionais não só alcançando recordes, como também os ultrapassando.

Essas pesquisas, que discutem a indústria cinematográfica brasileira, serviram de estímulo para a realização desse estudo, em que se busca resposta aos seguintes problemas: Como tem ocorrido a distribuição de resultados sobre

produções cinematográficas e quais são os investimentos existentes para o setor audiovisual?

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1 Objetivo geral**

Descrever como tem ocorrido a distribuição de resultados sobre produções cinematográficas brasileiras com o intuito de analisar as linhas de investimento existentes para o setor cinematográfico.

### **1.2.2 Objetivos específicos**

- a) identificar mudanças ocorridas na indústria cinematográfica brasileira nos últimos anos;
- b) verificar investimentos ocorridos ao longo dos últimos anos nas esferas das produções, distribuições e exibições no mercado cinematográfico brasileiro;
- c) analisar o retorno dos investimentos realizados no setor cinematográfico brasileiro;
- d) analisar as linhas de investimento existentes para o setor cinematográfico, elencando vantagens e desvantagens.

## **1.3 Delimitação do tema**

Este projeto de pesquisa delimitou-se em colher informações sobre como tem ocorrido a distribuição de resultados sobre produções cinematográficas brasileiras, analisando as mudanças e investimentos ocorridos ao longo dos últimos anos neste mercado, tendo como referência da pesquisa algumas produtoras e distribuidoras brasileiras.

## **1.4 Justificativa**

A principal motivação para a sustentação desta monografia reside na análise de financiamentos e mudanças ocorridas na indústria cinematográfica brasileira,

tendo por finalidade analisar e descrever como tem ocorrido a distribuição de resultados sobre produções cinematográficas brasileiras.

Levando em conta a atual fragilidade de investimentos privados no setor cinematográfico brasileiro, tendo como a principal fomentação recursos vindos de projetos governamentais, a pesquisa enfatiza analisar as mudanças e investimentos ocorridos sobre o espectro atual deste mercado.

Segundo o Relatório de Fomento (ANCINE, 2020e), cerca de 65% dos filmes nacionais exibidos em salas de cinema entre os anos de 2013 e 2018, utilizaram recursos públicos, sendo de fomento indireto ou FSA. Portanto, apenas 35% destes filmes, não utilizaram nenhuma fonte pública em seus custos.

Há poucos estudos com foco em investimentos no setor cinematográfico, pela insuficiência de dados que possam levar a mensuração dos resultados obtidos nas bilheterias. Assim espera-se que esta pesquisa possa contribuir para o estudo de pesquisadores, gestores de produtoras de cinema e a quem possa vir a se interessar pelo estudo tratado neste trabalho.

## **1.5 Estrutura do projeto**

O presente trabalho está estruturado em cinco capítulos. No primeiro capítulo se apresenta a introdução, contendo a contextualização do tema e o problema, os objetivos, a delimitação do tema, a justificativa do estudo e a estrutura do projeto. No segundo capítulo tem-se a fundamentação teórica que será a base da pesquisa, onde encontram-se três subcapítulos: Breve História do Cinema Brasileiro, Investimentos em Produções Cinematográficas, Demonstração dos Resultados de Exercício e Estudos Relacionados. No terceiro capítulo são detalhados os procedimentos metodológicos a serem utilizados na realização da pesquisa. No capítulo quatro é apresentado a análise de dados, com as constatações do estudo. No quinto e último capítulo serão apresentadas as considerações finais desse trabalho.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo, serão abordados os conceitos principais do presente trabalho, expondo o conceito e contextualizando: breves momentos da história do cinema brasileiro, os investimentos e financiamentos existentes para o setor, a distribuição de seus resultados, e os estudos já realizados nesta área.

### 2.1 Breve história do cinema brasileiro

A indústria cinematográfica brasileira, se determina através de períodos como foi o caso da Época de Ouro (início do século XX), os primórdios do cinema de Hollywood (1930), as *chanchadas* vindas da época das produtoras Atlântida (1940) e Vera Cruz (1950), o Cinema Novo (1960), o Cinema Marginal (1970), a Embrafilme (1969 à 1990), a crise dos anos 1980, a Retomada (1990) e a Pós-Retomada (2003).

O cinema chegou ao Brasil ao final do século IX, tendo ocorrida sua projeção em julho de 1896, no Rio de Janeiro, poucos meses depois de ter sido realizada a primeira exibição do mundo, ocorrida em dezembro de 1895, em Paris, através da máquina de projeção dos irmãos Lumière (MOURA, 1987).

A primeira sala de exibição no Brasil foi o Salão de Novidades localizado na cidade do Rio de Janeiro, tendo sua inauguração em 31 de julho de 1897, neste local eram exibidas as novidades tecnológicas da época, e sua principal atração eram as obras cinematográficas (MOURA, 1987).

O mercado cinematográfico brasileiro iniciou sua consolidação no início do século XX, apesar da hegemonia dos filmes franceses no contexto global, o mercado caracterizava-se também por filmes trazidos da Itália e Alemanha. Neste período, os produtores e exibidores do cinema nacional trabalhavam em associação, garantindo que os filmes nacionais ganhassem mais espaço (MATTA, 2008).

No entanto ao final da 1ª Guerra Mundial, países como a França, Itália e Alemanha foram perdendo sua força no mercado audiovisual, abrindo espaço para que os Estados Unidos eclodissem como o principal produtor e exportador de filmes no mundo (MATTA, 2008).

Nesta época houve a estruturação e divisão dos setores da indústria cinematográfica: produção, distribuição e exibição. Onde os filmes eram filmados,

comercializava-se os direitos, vendendo ingressos para que a população pudesse assistir as obras transmitidas em uma sala de exibição (MATTA, 2008).

Com a expansão do cinema norte americano, o cinema nacional perdeu espaço nas salas de exibição, trazendo uma queda na indústria cinematográfica do país acarretando a primeira interferência do governo neste setor. Em 1932, na gestão de Getúlio Vargas foi instaurada a *cota de tela* a qual obrigava a serem exibidos os filmes nacionais nas salas de exibição do país (LEÃO, 2017).

No início da década de 1940, tido como o período das *chanchadas* (filmes de comédia e musicais) espelhando-se na ideia da indústria hollywoodiana, a empresa Atlântida se consolidou nos três setores da cadeia cinematográfica, a distribuição, produção e exibição, o que gerou grandes retornos financeiros para a empresa, porém com o surgimento da televisão e o fim da era das *chanchadas* a produtora Atlântida não conseguiu se manter indo à falência (LEÃO, 2017).

Entre as décadas de 1940 e 1950, surgiu a produtora Vera Cruz, com o objetivo de produzir filmes com qualidade elevada e que mostrassem mais o Brasil, com diretores e técnicos de produção estrangeiros. Porém como os filmes tinham altos investimentos muitas vezes não se pagavam, e os exibidores não se interessavam em exibir estes filmes, pois não se tinha certeza de sucesso de público, preferindo exibir filmes vindos do exterior. Sem mercado para a exibição, o intuito da produtora não deu certo, com a mesma devendo altos valores de suas produções (LEÃO, 2017).

No início dos anos 1960, com a falência das grandes produtoras origina-se o movimento do Cinema Novo, onde tinha-se como foco produzir filmes de baixo orçamento devida a precariedade e falta de recursos, este movimento tinha como lema a expressão *uma câmera na mão e uma ideia na cabeça*, remetendo-se à precariedade de recursos da época. Aliado a falta de recursos, os produtores ainda tinham que lidar com a ditadura militar brasileira, e com a concorrência do mercado estrangeiro, já que as exibidoras eram submetidas pelas distribuidoras de *blockbusters*, a exibir seus filmes, ocasionando na perda de espaço de exibição do cinema nacional (LEÃO, 2017).

Com as produções nacionais perdendo espaço nas salas de exibição, os produtores encontraram um novo modo de produzir filmes nacionais sem receber recursos públicos e conseguindo bons retornos financeiros, este período ficou

conhecido como o Cinema Marginal, caracterizado pelas *pornochanchadas* filmes de comédia erótica que conseguiam alcançar grandes públicos (LEÃO, 2017).

Em 1969, foi criada a Empresa Brasileira de Filmes (EMBRAFILME), com o objetivo de financiar a produção e atuar na distribuição dos filmes nacionais, tendo um forte apelo para a exibição dos filmes, sendo este período o responsável pelo retorno do público de filmes nacionais nas salas de exibição (LEÃO, 2017).

O fim da ditadura militar e a popularização do videocassete, junto a crise econômica existente no Brasil em meados da década de 1980, fizeram com que o cinema nacional praticamente sumisse do mercado, pois não havia recursos para fazer novos filmes, devido a hiperinflação, o preço dos ingressos aumentou e com isso, muitas salas de exibição foram fechadas (LEÃO, 2017).

De acordo com Marson (2006, p. 13) com a crise enfrentada pelo cinema no início dos anos 1990, a produção cinematográfica teve por enfrentar também a extinção dos órgãos estatais que fiscalizavam e financiavam as produções no Brasil a EMBRAFILME e o Conselho Nacional de Cinema (CONCINE), desencadeando uma crise no cinema brasileiro.

A fim de combater a crise enfrentada pelo cinema nacional, o governo implantou medidas através de mecanismos de incentivo (Lei do Audiovisual e Lei Rouanet), onde viabilizou-se investimentos de empresas privadas via fomentos indiretos, onde as mesmas deduziam parte do seu IR, caso prestassem apoio a cultura, gerando um crescimento em produções cinematográficas brasileiras. Este período ficou conhecido como o *Cinema da Retomada* tendo se estabelecido pelos filmes nacionais produzidos entre os anos de 1995 e 2002 (MARSON, 2006).

As leis de incentivo e apoio a cultura foram criadas com ímpeto a dar auto sustentabilidade ao cinema nacional, trazendo a ideia de que com o tempo o Estado deixaria de prestar apoio às obras nacionais, com as produções conseguindo se manter de forma independente. Uma forma de constatar esta ideia, é que a Lei do Audiovisual, por exemplo, tinha a duração de vigorar por apenas 10 anos, sendo prorrogada ao longo dos anos, pois em nenhum momento a indústria cinematográfica brasileira conseguiu se sustentar de forma independente, sem utilizar os mecanismos de fomento oferecidos pelo Estado (MARSON, 2006).

Conforme Marson (2006, p. 121), houve vários movimentos internos e conversas com o Estado a respeito do cinema brasileiro, em vista deste cenário, algumas medidas passaram a ser otimizadas e assim incorporadas ao órgão estatal,

com o fim da EMBRAFILME e CONCINE tendo a extinção do modelo de produção de cinema brasileiro, teve-se a aprovação do projeto nascendo-se assim a ANCINE, criada em 2001, vindo a ser efetivada em 2002, com o objetivo de:

a agência reguladora que tem como atribuições o fomento, a regulação e a fiscalização do mercado do cinema e do audiovisual no Brasil. É uma autarquia especial, vinculada ao Ministério da Cidadania, com sede e foro no Distrito Federal, Escritório Central no Rio de Janeiro e escritório regional em São Paulo (ANCINE, [2020a?]).

Conforme mostrado no site da ANCINE ([2020a?]), sua administração é aprovada mediante o Senado e é composta por um diretor-presidente e três outros diretores, devendo todos ter mandatos fixos aos quais são responsáveis por cinco Superintendências.

Na ANCINE existe um setor chamado de Superintendência de Fiscalização (SFI) que segundo consta no site da ANCINE ([2020b?]) é o responsável pela fiscalização de empresas que lidam com o cinema, as produtoras, programadoras, distribuidoras e as exibidoras, entre elas também estão inclusas todas as demais empresas que são responsáveis pela comercialização dos produtos que contenham materiais audiovisuais.

Em 2003, houve o início do atual período do cinema nacional, tido como cinema da Pós-Retomada, onde a maioria dos filmes é produzida via mecanismos de incentivo de fomento direto e indireto, possibilitando a produção de grandes filmes, com bilheterias expressivas, ocasionando no crescimento do cinema nacional (GUALDA; ESTEVAM, 2015).

Em 2006, foi criado o FSA (Fundo Setorial do Audiovisual), para servir de auxílio no desenvolvimento das produções cinematográficas brasileiras. Contemplando as divisões de produção, distribuição e exibição, por meio de diferentes mecanismos financeiros, como: financiamentos, investimentos, ações de apoio e equilíbrio de encargos financeiros (ANCINE, 2019b).

Através das mudanças legislativas no decorrer dos anos, é possível verificar que houve um aumento não só no número de obras produzidas, como também, proporcionando a diversidade e crescimento da indústria cinematográfica brasileira, nível que só foi possível alcançar através da criação dos mecanismos de incentivo para o setor audiovisual.

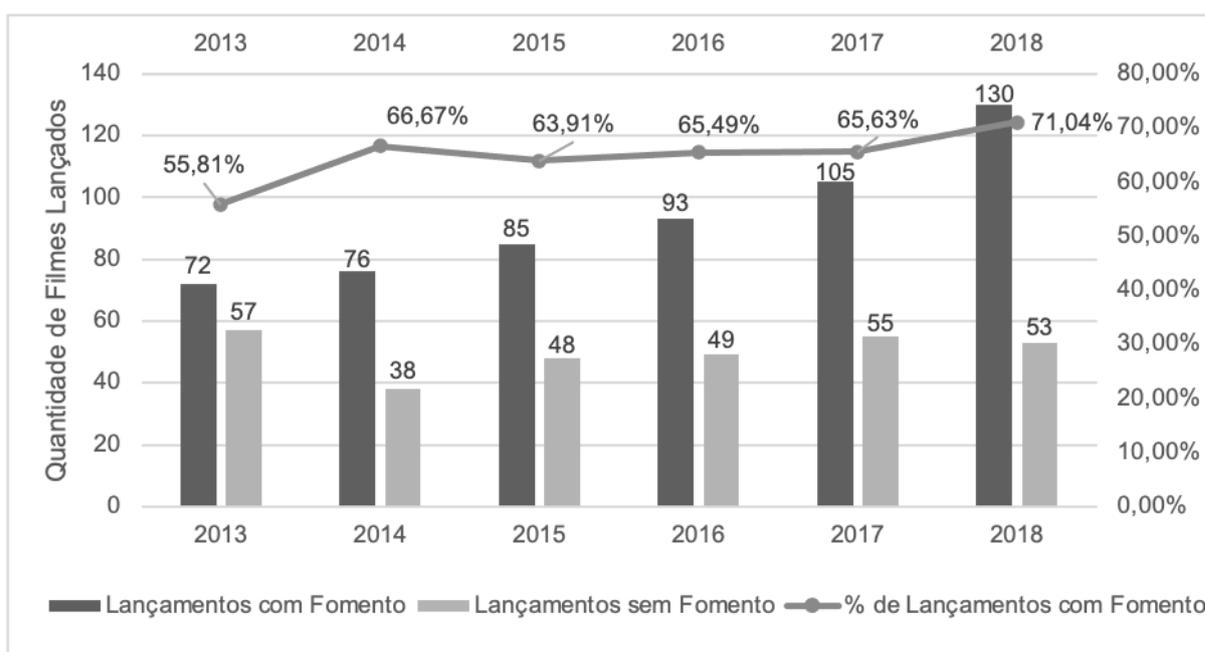
## 2.2 Investimentos em produções

Os investimentos existentes para o setor audiovisual mais acessíveis ao mercado são disponibilizados via leis de incentivo, estando divididos em mecanismos de fomento direto e indireto geridos pela ANCINE.

Os projetos culturais que visam dar financiamento às produções, são divididos em valores de cotas as quais são postas no mercado por meio das corretoras, trazendo mais investidores para dentro das produções de cinema, fazendo com que os projetos tenham diferentes financiadores (MARSON, 2006, p. 44).

Segundo a ANCINE (2020e, p. 10), o Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (OCA) registrou o lançamento de 861 filmes em salas de exibição entre os anos de 2013 e 2018. Destes, apenas 35% não utilizaram nenhuma forma de investimento via fomento direto ou indireto, enquanto aproximadamente 65% dos lançamentos utilizaram parcial ou integralmente algum dos mecanismos de incentivo público. Através do Gráfico 1, é possível acompanhar o percentual dos filmes lançados em salas de exibição com ou sem a utilização de mecanismos de incentivo público.

Gráfico 1 - Lançamentos com ou sem a utilização de mecanismos de fomento (2013 – 2018)



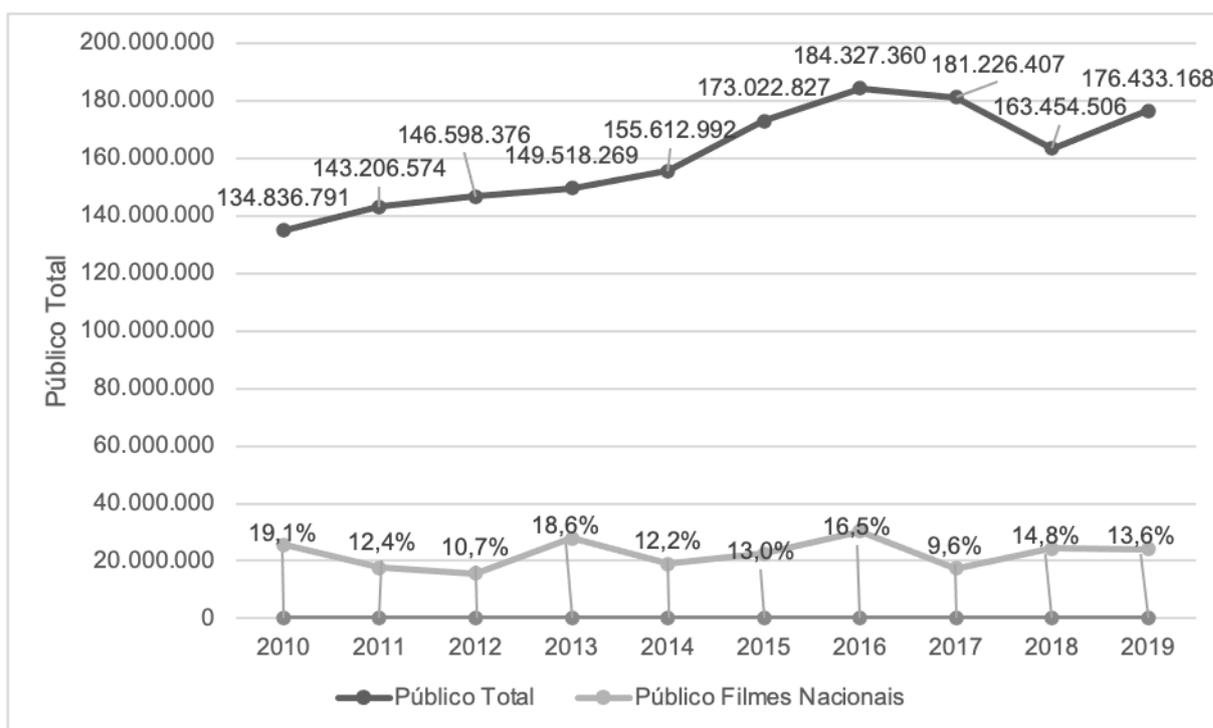
Fonte: ANCINE (2021).

Analisando o Gráfico 1, identifica-se um crescimento no percentual dos filmes que utilizam algum tipo de mecanismo de fomento, tendo atingido em 2018 mais de 71% do total de filmes lançados em salas de exibição. Demonstrando que a relação de dependência entre o Estado e o cinema persiste e cresce gradualmente ao longo dos anos, em razão da carência de autossuficiência do setor.

A criação das leis de incentivo, trouxe a expansão do mercado cinematográfico nacional, permitindo que o setor audiovisual brasileiro consiga alcançar recordes de bilheteria e faturamento, com as produções brasileiras buscando a aceitação do público nas diferentes regiões do Brasil, junto a um retorno financeiro (GUALDA; ESTEVAM, 2015).

De forma complementar, o Gráfico 2, evidencia a evolução de público nas salas de exibição ao longo dos anos, e o percentual de participação do público de filmes nacionais em relação ao público total.

Gráfico 2 - Evolução do público das salas de exibição (2010-2019)



Fonte: Elaborado pela autora, com base em dados da ANCINE (2019b).

Analisando o Gráfico 2, é possível verificar que entre os anos de 2010 e 2016 houve um aumento gradual de público nas salas de cinema, passando de aproximadamente 134,8 milhões de pessoas, para 184,3 milhões em 2016, tendo

em 2017 uma leve queda para 181,2 milhões, caindo em 2018 para 163,4 milhões de pessoas, porém em 2019 voltou a subir, alcançando o número de 176,4 milhões de pessoas.

Já a respeito da evolução da participação do público em filmes nacionais, houve queda ao longo dos anos, iniciando em 2010 com aproximadamente 19,1% de participação do público em obras nacionais, para 13,6% em 2019. As oscilações no percentual de público, estão relacionadas com o lançamento de filmes populares, ao qual bateram recordes de público, como pode-se verificar na Tabela 3, tendo como exemplo, em 2010 o lançamento de *Tropa de Elite 2*, em 2013 com *Minha Mãe é Uma Peça*, e em 2016, com a sequência *Minha Mãe é Uma Peça 2* e *Os Dez Mandamentos – O Filme*, anos que alcançaram os maiores picos de participação do público em obras nacionais, de acordo com o Gráfico 2.

Tabela 1 - Ranking dos 10 filmes nacionais de maior público (2009 - 2020)

Filme	Ano de Lançamento	Público Total	Renda Total (R\$)
Nada a Perder	2018	12.184.373	R\$ 120.992.794,00
Minha Mãe é Uma Peça 3	2019	11.371.412	R\$ 179.708.520,61
Os Dez Mandamentos - O Filme	2016	11.305.479	R\$ 116.833.027,00
Tropa de Elite 2	2010	11.146.723	R\$ 103.461.154,00
Minha Mãe é Uma Peça 2	2016	9.234.363	R\$ 124.681.178,00
Nada a Perder 2	2019	6.189.465	R\$ 59.750.402,00
Se Eu Fosse Você 2	2009	5.787.244	R\$ 47.624.137,00
Minha Vida em Marte	2018	5.235.201	R\$ 81.111.980,00
De Pernas Pro Ar 2	2012	4.846.273	R\$ 50.312.134,00
Minha Mãe é Uma Peça	2013	4.600.145	R\$ 49.533.218,00

Fonte: Elaborada pela autora, com base em dados da ANCINE (2021).

Através da Tabela 1, é possível analisar que entre os filmes de maior público há também as maiores rendas alcançadas por filmes nacionais, sendo a maior delas alcançada pelo filme *Minha Mãe é Uma Peça 3*, somando uma renda total de R\$ 179.708.520,61.

### 2.1.1 Investimentos via fomento indireto

Em julho de 1993 foi sancionada a Lei 8.685 (Lei do Audiovisual) com o intuito de criar mecanismos de fomento para a atividade audiovisual (BRASIL, 1993).

Segundo a Lei do Audiovisual (BRASIL, 1993) tendo sido prorrogada até o ano de 2024 pela Lei 14.044 de 19 de agosto de 2020 (BRASIL, [2020?]), permite que os produtores enviem seus projetos para análise e avaliação da ANCINE. Os projetos terão que conter o planejamento, justificativas, orçamentos e documentação conforme as Leis e Instruções Normativas específicas da Lei do Audiovisual. Ocorrendo a aprovação do projeto, as empresas e pessoas físicas que desejam investir seu dinheiro no mesmo terão duas formas de participar no incentivo à produção audiovisual, sendo por meio do Artigo 1º e do Artigo 1º-A.

O Artigo 1º autoriza que sejam abatidos do IR devido 100% dos valores de patrocínio, e que o patrocinador adquira quotas de comercialização no mercado de ações, chamados de Certificados de Investimento Audiovisual (CAV). Estes certificados lhe darão direito a um determinado percentual dos direitos de comercialização da obra, podendo a empresa lançar este patrocínio como despesa operacional, obtendo um lucro fiscal. Nesta forma de participação, a Pessoa Jurídica pode patrocinar com até 3% do valor pago de IR e Pessoa Física com 6% (IKEDA, 2013).

Zaverucha (1996, p. 7) comenta a respeito dos CAV.

Pessoas jurídicas e físicas podem adquirir Certificados de Investimentos Audiovisuais, representativos dos direitos de comercialização de obra cinematográfica brasileira de produção independente ou de projetos de exibição, distribuição e infraestrutura técnica específicos da área audiovisual cinematográfica, e abater os recursos dispendidos na compra destes certificados, no imposto sobre a renda, até o limite de 3% do imposto devido, além de abater estes valores como despesa operacional, no caso de pessoa jurídica. Estes certificados são regulamentados pela Comissão de Valores Mobiliários- CVM e negociados no mercado mobiliário, após o projeto ter sido aprovado pela Secretária para o Desenvolvimento Audiovisual do Ministério da Cultura.

Ao comprar o CAV, o investidor adquire apenas parte dos direitos de comercialização da obra, mas não os direitos patrimoniais, que continuam em poder da produtora e coprodutores, se houver (IKEDA, 2013).

A outra forma de participação no apoio audiovisual é através do Artigo 1º-A da Lei 8.685 de 20 de julho de 1993 (Brasil, 1993), que autoriza os contribuintes a deduzirem do IR devido 100% do valor patrocinado, sendo que a Pessoa Jurídica pode patrocinar com até 4% do valor pago de IR e a Pessoa Física com até 6%. O diferencial desta forma é que o patrocinador não poderá lançar o patrocínio como despesa operacional e nem adquirir o CAV.

A respeito da criação do Art. 3º e Art. 3º-A da Lei do Audiovisual, a ANCINE (*apud* Andrade, 2017, p. 8) declara:

Artigo 3º Foi criado para propiciar a associação entre produtoras brasileiras independentes e distribuidoras estrangeiras que atuam no país. Permite que essas empresas apliquem em filmes brasileiros de produção independente 70% do Imposto de Renda incidente sobre as remessas ao exterior decorrentes da exploração comercial de produtos no Brasil.

Artigo 3º-A Inserido na Lei do Audiovisual pela Lei 11.437/06, possibilita a associação entre empresas de TV aberta e por assinatura e produtoras brasileiras independentes, por meio do investimento de parte do Imposto de Renda (até 70%) incidente sobre a remessa para o exterior de recursos oriundos da comercialização de conteúdo estrangeiro no país.

São parte dos mecanismos de fomento indireto o Art. 39, inciso X da Medida Provisória nº 2.228-1, que trata a respeito da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional (CONDECINE) (BRASIL, 2001).

A contribuição incide sobre a veiculação, a produção, o licenciamento e a distribuição de obras cinematográficas e videofonográficas com fins comerciais, bem como sobre o pagamento, o crédito, o emprego, a remessa ou a entrega, aos produtores, distribuidores ou intermediários no exterior, de importâncias relativas a rendimento decorrente da exploração de obras cinematográficas e videofonográficas ou por sua aquisição ou importação, a preço fixo. A partir da entrada em vigor da Lei 12.485/2011, marco regulatório do serviço de TV por assinatura, que abriu o mercado às operadoras de telefonia, a CONDECINE passou a ter também como fato gerador a prestação de serviços que se utilizem de meios que possam, efetiva ou potencialmente, distribuir conteúdos audiovisuais.

O produto da arrecadação da CONDECINE compõe o Fundo Setorial do Audiovisual (FSA), sendo revertido diretamente para o fomento do setor (ANCINE, [2020d?]).

E subsequentemente o Art. 41, parágrafos 1 e 2 da Medida Provisória nº 2.228-1, que trata a respeito do Fundo de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional (FUNCINE) (BRASIL, 2001).

Art. 41. Os Fundos de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional - FUNCINES serão constituídos sob a forma de condomínio fechado, sem personalidade jurídica, e administrados por instituição financeira autorizada a funcionar pelo Banco Central do Brasil ou por agências e bancos de desenvolvimento. (Redação dada pela Lei nº 11.437, de 2006).

§ 1º O patrimônio dos FUNCINES será representado por quotas emitidas sob a forma escritural, alienadas ao público com a intermediação da instituição administradora do Fundo.

§ 2º A administradora será responsável por todas as obrigações do Fundo, inclusive as de caráter tributário (BRASIL, 2001).

Conforme a Tabela 2 abaixo é possível verificar o total de recursos disponibilizados por meio da Lei do Audiovisual, Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional (CONDECINE) e (FUNCINE) entre os anos de 2015 e 2019.

Tabela 2 - Recursos disponibilizados via mecanismos de incentivo (2015 - 2019)

Mecanismos de Incentivo	2015	2016	2017	2018	2019
	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$
Artigo 1º da Lei 8.685/93	18.914.235,57	8.506.754,01	10.466.881,81	10.987.993,36	13.673.365,45
Artigo 1º A da Lei 8.685/93	87.491.611,94	62.539.610,31	77.599.662,68	67.509.610,84	37.621.547,58
Artigo 3º da Lei 8.685/93	44.916.896,42	46.473.326,77	46.341.438,21	63.280.821,83	36.666.697,46
Artigo 3º A da Lei 8.685/93	96.561.338,83	137.249.136,18	200.306.766,62	170.440.859,00	117.695.021,75
Artigo 39 da MP 2228-1/01	37.721.236,01	68.762.698,31	115.202.904,73	81.358.729,08	45.487.142,74
Funcines - Art. 41 da MP 2228-1/01	11.927.538,00	20.557.156,73	7.019.129,75	5.757.627,69	6.098.364,20

Fonte: ANCINE (2020e).

Outra forma de incentivo é a Lei Rouanet, porém, tem como foco investimentos voltados à cultura (peças teatrais, shows, filmes, documentários, exposições, espetáculos etc.), abrangendo diversos tipos de projetos culturais e não voltando-se especificamente ao desenvolvimento de projetos audiovisuais. Conforme o Ministério da Cultura, a Lei Rouanet funciona de forma similar à Lei do Audiovisual, fazendo com que as empresas tenham permissão de que pessoas físicas ou jurídicas façam a destinação de parte do que devem do seu IR, à projetos culturais. Para as pessoas físicas, o limite da dedução fica em 6% do IR a pagar, já para pessoas jurídicas este limite fica em 4% (BRASIL, 2018).

A Tabela 3 evidencia o valor total de captação de recursos pela Lei Rouanet, e o quanto destes valores foram repassados para o setor audiovisual. Ao decorrer dos anos, verifica-se uma queda nos valores distribuídos para o setor audiovisual, onde em 2011, alcançou R\$ 117,2 milhões, tendo decaído com o passar dos anos, chegando a R\$ 77,7 milhões em 2020. Já o percentual do valor total captado pela Lei Rouanet repassado para o setor do audiovisual vem sofrendo uma queda ao longo dos anos, sendo que em 2009 o percentual destinado ao setor audiovisual foi de 9,47%, já em 2020 este percentual passou para 5,20%.

Tabela 3 - Recursos captados através da Lei Rouanet para o setor audiovisual

Ano	Valor Captado setor Audiovisual	Valor Total Captado pela Lei Rouanet	Participação de recursos destinados ao setor audiovisual
2009	R\$ 92.779.909,69	R\$ 980.053.002,32	9,47%
2010	R\$ 110.637.238,99	R\$ 1.167.561.382,08	9,48%
2011	R\$ 117.269.207,28	R\$ 1.324.982.935,48	8,85%
2012	R\$ 116.353.126,58	R\$ 1.278.400.588,65	9,10%
2013	R\$ 93.656.122,51	R\$ 1.261.826.029,61	7,42%
2014	R\$ 87.233.425,92	R\$ 1.335.896.601,13	6,53%
2015	R\$ 87.879.612,70	R\$ 1.202.779.268,42	7,31%
2016	R\$ 89.271.052,82	R\$ 1.148.830.237,77	7,77%
2017	R\$ 79.986.103,32	R\$ 1.189.178.358,93	6,73%
2018	R\$ 82.769.830,09	R\$ 1.316.388.532,75	6,29%
2019	R\$ 85.978.521,53	R\$ 1.497.887.330,35	5,74%
2020	R\$ 77.748.390,08	R\$ 1.494.635.448,92	5,20%

Fonte: Elaborada pela autora com base em dados da plataforma SalicNet, (BRASIL, 2021).

Marson (2006, p. 45) faz um comentário sobre a Lei Rouanet, a qual abrange três áreas de financiamento público: “o patrocínio direto do Estado, através do Fundo Nacional de Cultura (FNC); a venda de cotas de patrocínio para financiar espetáculos, publicações e equipamentos através do Fundo de Investimento Cultural e Artístico (FICART); e o patrocínio direto dedutível do IR, através do incentivo a projetos culturais”.

O PRONAC, tem por objetivo levar as produções culturais e acesso à cultura para todas as regiões brasileiras, dar suporte e instigar as manifestações artísticas brasileiras, preservar o patrimônio cultural do país, e o principal objetivo é dar incentivo para que as produções culturais deem mais visibilidade e encorajamento às obras voltadas para a cultura e o povo brasileiro, criando assim fontes de renda, empregos e fazendo o país crescer e se desenvolver cada vez mais (BRASIL, [2020?]).

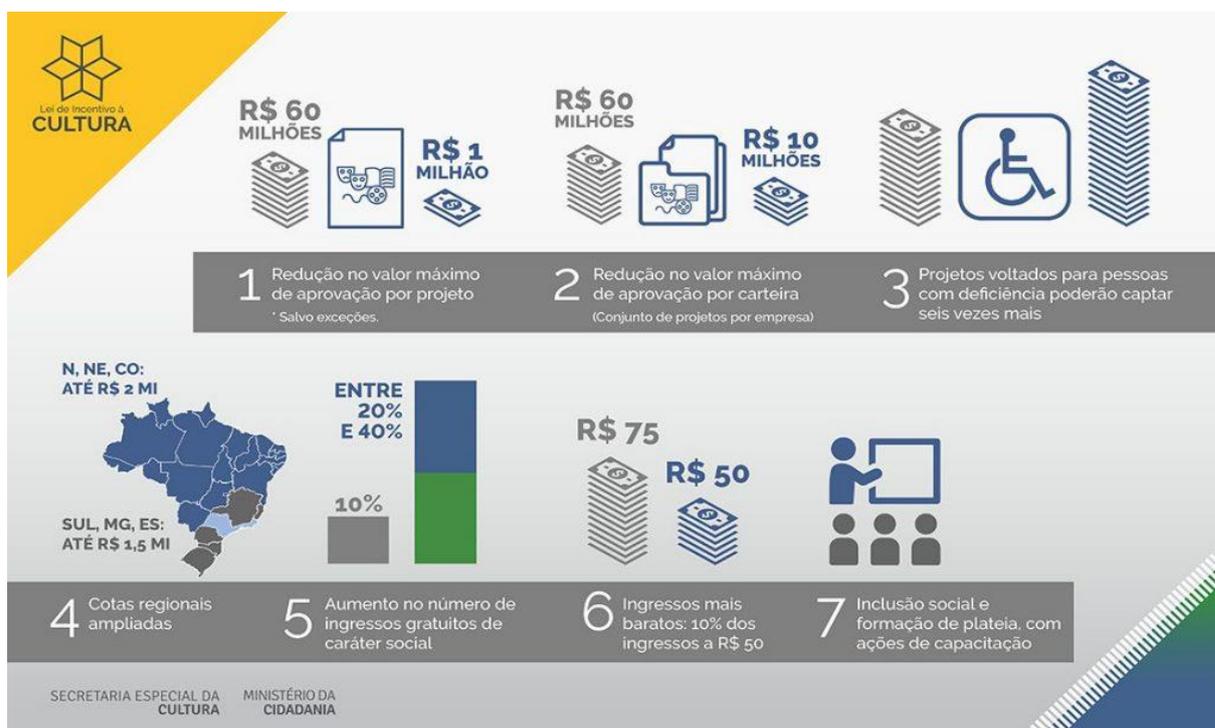
Segundo a Lei de Incentivo à Cultura (Brasil, [2020?]), o FICART é um fundo de captação no mercado financeiro, ele serve para dar apoio aos projetos culturais com uma alta viabilidade econômica. Este fundo de financiamento de projetos culturais, foi criado visando obter lucro para os investidores. Independentemente de ter sido previsto na legislação que criou o Pronac, este não conseguiu instaurar sua implementação.

Existe também o FNC que representa o investimento do Estado à Cultura, que tem por finalidade dar suporte aos projetos executados perante aplicações diretas dos recursos vindos de orçamento da União para trabalhos intrínsecos que virão a ser escolhidos através dos editais públicos que ocorrem (BRASIL, [2020?]).

Em 23 de abril de 2019, foi instaurada uma Instrução Normativa para projetos financiados pelo Pronac, visando estimular o crescimento de pequenos e médios produtores culturais e melhorar a distribuição dos recursos. Com a nova Instrução Normativa o valor máximo autorizado para um projeto passou de R\$ 60 milhões para R\$ 1 milhão, redução de 98%. Já para as carteiras onde há um conjunto de projetos realizados por somente uma, ou um grupo de empresas com mesmo sócio, o valor máximo passou de R\$ 60 milhões para R\$ 10 milhões, redução de 83% (BRASIL, 2019).

Além das mudanças citadas acima, a Instrução Normativa Nº 2, de 23 de abril de 2019, também propõe a amplitude de orçamento de projetos culturais voltados para pessoas com deficiência; o aumento das cotas regionais, objetivando descentralizar o eixo RJ e SP, sendo os valores de R\$ 1,5 milhões na região sul, e estados de MG e ES, e R\$ 2 milhões para as demais regiões; o aumento no número de ingressos gratuitos de caráter social, sendo que 10% dos ingressos disponibilizados a venda não podem ultrapassar R\$ 50,00 e a busca por maior inclusão e incentivo à formação de plateia. As mudanças podem ser observadas através da Figura 1, abaixo:

Figura 1 - Infográfico das mudanças ocorridas na Lei de Incentivo à Cultura



Fonte: Secretaria Especial da Cultura - BRASIL (2019).

## 2.2.2 Investimentos via fomento direto

A ANCINE ([2020c?]) atua no Fomento Direto, prestando apoio a projetos aos quais são publicados em editais, destes editais a mesma faz seleções públicas seletivas ou automáticas, levando em consideração o desempenho das produções em festivais e no mercado. Dois destes parâmetros de incentivo aos investimentos são o PAQ (Programa de Qualidade do Cinema Brasileiro) e a realização do PAR (Prêmio Adicional de Renda).

O PAQ foi criado em 2006, com o intuito de fornecer apoio financeiro às empresas produtoras, que receberam premiação ou indicação de seus longas-metragens brasileiros, de produção independente ou em festivais nacionais e internacionais. Podem concorrer ao prêmio, os produtores que ganharam os prêmios de melhor filme e melhor diretor do júri oficial, ou participaram com suas obras na principal mostra competitiva dos festivais (ANCINE, [2020c?]).

A última chamada pública para a contemplação do PAQ foi em 2014, sendo contemplados 10 filmes com o valor de R\$ 5.000.000,00 sendo distribuídos de forma igualitária para todos os selecionados. Conforme a Tabela 4 é possível verificar os valores distribuídos a cada obra desde 2006 a 2014.

Tabela 4 - Valores de distribuição do PAQ

<b>Ano</b>	<b>Obras Contempladas</b>	<b>Valor Total do Edital</b>	<b>Valor Distribuído para Cada Obra</b>
2006	10	R\$ 1.000.000,00	R\$ 100.000,00
2007	5	R\$ 500.000,00	R\$ 100.000,00
2008	7	R\$ 700.000,00	R\$ 100.000,00
2010	7	R\$ 700.000,00	R\$ 100.000,00
2011	7	R\$ 700.000,00	R\$ 100.000,00
2012	7	R\$ 700.000,00	R\$ 100.000,00
2013	7	R\$ 700.000,00	R\$ 100.000,00
2014	10	R\$ 5.000.000,00	R\$ 500.000,00

Fonte: Elaborada pela autora com base nos editais lançados pelo PAQ.

O PAR foi apresentado em 2005 com o intuito de estimular a relação entre a cinematografia nacional e seu público, premiando as empresas conforme a atuação comercial de seus filmes no mercado brasileiro. O valor concedido pelo PAR deve ser exclusivamente utilizado para investimentos em novos projetos, conforme o ambiente que a empresa contemplada atua. Em 2014 houve uma mudança na

contemplação do PAR, objetivando impulsionar o processo de digitalização do parque exibidor no Brasil, a ANCINE passou a premiar somente as empresas exibidoras (ANCINE, [2020c?]).

Na Tabela 5 é possível analisar os valores totais distribuídos pelo PAR, como também os valores distribuídos para cada linha de ação contemplada. Conforme a tabela, entre os anos de 2006 e 2010 houve um aumento nos valores de premiação, já de 2011 a 2012 os valores disponibilizados sofreram um corte no orçamento, voltando a subir em 2013. Em 2014, como já mencionado anteriormente, o PAR passou a beneficiar somente as empresas exibidoras, contabilizando um corte no orçamento para R\$ 3.000.000,00, mantendo-se assim até seu último edital.

Tabela 5 - Valores distribuídos pelo PAR

<b>Ano</b>	<b>Valor para Exibidoras</b>	<b>Valor para Distribuidoras</b>	<b>Valor para Produtoras</b>	<b>Valor Total Distribuído pelo PAR</b>
2005	R\$ 120.000,00	R\$ 2.021.000,00	R\$ 2.021.000,00	R\$ 4.162.000,00
2006	R\$ 869.059,99	R\$ 3.315.470,00	R\$ 3.315.470,00	R\$ 7.499.999,99
2007	R\$ 1.700.134,02	R\$ 3.339.965,47	R\$ 3.339.965,48	R\$ 8.380.064,97
2008	R\$ 2.088.000,28	R\$ 3.044.025,86	R\$ 3.044.025,86	R\$ 8.176.052,00
2009	R\$ 2.498.280,00	R\$ 3.400.860,00	R\$ 3.400.860,00	R\$ 9.300.000,00
2010	R\$ 2.948.662,60	R\$ 3.175.668,70	R\$ 3.175.668,70	R\$ 9.300.000,00
2011	R\$ 2.094.439,15	R\$ 2.202.780,42	R\$ 2.202.780,42	R\$ 6.499.999,99
2012	R\$ 2.059.288,20	R\$ 2.201.055,90	R\$ 2.201.055,90	R\$ 6.461.400,00
2013	R\$ 2.585.652,05	R\$ 2.707.173,98	R\$ 2.707.173,97	R\$ 8.000.000,00
2014	R\$ 3.000.000,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 3.000.000,00
2015	R\$ 3.000.000,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 3.000.000,00
2016	R\$ 3.000.000,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 3.000.000,00
2017/2018	R\$ 3.000.000,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 3.000.000,00

Fonte: Elaborada pela autora com base nos editais lançados pelo PAR.

Segundo a ANCINE (2019b), O FSA é um instrumento de fomento, responsável por “contemplar os diversos segmentos da cadeia produtiva do setor da produção à exibição, passando pela distribuição/comercialização e pela infraestrutura de serviços mediante a utilização de diferentes instrumentos financeiros”

O FSA estimula a regionalização da produção cinematográfica brasileira, sendo distribuído uma reserva mínima para cada região do Brasil, como: 10% para o Sul 10%, para o Sudeste (Espírito Santo e Minas Gerais), e 30% para as regiões Centro-Oeste, Nordeste e Norte (ANCINE, 2019b).

Na Tabela 6 é possível verificar um aumento dos recursos disponibilizados pelo FSA, entre os anos de 2012 e 2018, tendo um aumento considerável de 625% em comparação ao ano de 2012.

Tabela 6 - Recursos disponibilizados pelo FSA (2012 - 2018)

<b>Ano</b>	<b>Valores Aproximados (R\$)</b>
2012	R\$ 645.000.000,00
2013	R\$ 1.174.000.000,00
2014	R\$ 1.689.000.000,00
2015	R\$ 2.234.000.000,00
2016	R\$ 2.999.000.000,00
2017	R\$ 3.421.000.000,00
2018	R\$ 4.676.000.000,00

Fonte: Elaborada pela autora com base em dados da ANCINE (2019b).

Há também o Programa IBERMEDIA, criado em novembro de 1997 com o intuito de desenvolver um programa para estimular a cooperação técnica e financeira no desenvolvimento de projetos audiovisuais ibero-americanos e faz parte da política audiovisual da Conferência de Autoridades Audiovisuais e Cinematográficas Ibero-americanas (CAACI). Atualmente há 22 (vinte e dois) países membros e um país convidado, são eles: Argentina, Brasil, Bolívia, Colômbia, Costa Rica, Cuba, Chile, El Salvador, Equador, Espanha, Guatemala, Itália (país convidado), México, Nicarágua, Panamá, Paraguai, Peru, Porto Rico, Portugal, República Dominicana, Uruguai e Venezuela (CAACI, 2020).

Segundo Rocha (2012, p. 54), cada país membro deverá contribuir com o valor mínimo de US\$ 100.000,00 anuais. Porém há países que fazem investimentos maiores, como é o caso do Brasil que contribui com US\$ 600.000,00 anuais, e da Espanha, país sede do programa e o que mais contribui, destinando US\$ 2 milhões por ano.

De acordo com o CAACI (2019), entre os anos de 1998 e 2015, o Programa IBERMEDIA investiu cerca de US\$ 88.387.187,00 distribuídos em um total de 2.196 projetos apoiados.

### 2.2.3 Investimentos sem fomento direto e indireto

Em relação aos filmes realizados sem o auxílio de qualquer fomento seja ele direto ou indireto, 3 (três) deles tiveram maior destaque nos últimos anos, são eles:

*Os Dez Mandamentos – O Filme* (2016), responsável por alcançar um público de mais de 11 milhões de espectadores, *Polícia Federal – A Lei é para todos* (2017), do qual obteve público superior a 1 milhão de pessoas, e *Nada a Perder* (2018), alcançando um público de mais de 12 milhões de pessoas (ANCINE, 2020).

Dois destes filmes foram produzidos pela Record Filmes, produtora criada em 2016, pelo grupo da emissora de TV aberta brasileira RecordTV. O orçamento dos filmes *Os Dez Mandamentos – O Filme* (2016) e *Nada a Perder* (2018) não foi divulgado oficialmente, o que se sabe é que nenhum deles utilizou recursos vindos de mecanismos de incentivo.

O outro caso comentado acima, é a respeito do filme *Polícia Federal – A Lei é para todos* (2017), que acumulou um orçamento de R\$ 16.000.000,00, sendo um dos maiores investimentos recentes em produções cinematográficas brasileiras, cujo qual foi inteiramente financiado por investidores privados (CARMELO, 2017).

### **2.3 Demonstração dos resultados**

De acordo com Assaf Neto (2002) e Silva (2008, p. 101), a única finalidade das Demonstrações do Resultado do Exercício é fazer a apuração dos lucros e prejuízos de um determinado período da empresa ou de uma determinada situação que está por ser analisada.

A Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) lida com questões financeiras, isto é, que nela estão incluídas todas as receitas e despesas financeiras, operacionais ou não, que se encontram em seu exercício financeiro, e que estas despesas e receitas serão deduzidas de sua receita líquida para enfim chegarmos ao resultado do período, sabendo se a empresa obteve um lucro ou um prejuízo (OLIVO *et al.*, 2010).

Na questão envolvendo os projetos culturais Marson (2006, p. 44) expõe que “as empresas compram as cotas como se estivessem adquirindo ações da bolsa de valores, e assim como na bolsa, podem ter lucros ou prejuízos, de acordo com a arrecadação do projeto financiado”.

Marson (2006, p.44) menciona que se a empresa obtiver lucro ela irá ser taxada e com isto pagará impostos sobre o lucro que foi obtido. Logo, a autora se refere ao que acontece com a empresa caso a produção resulte em um prejuízo “a empresa investidora pode abatê-lo no IR. Ou seja, a empresa que investe em

projetos culturais não corre o risco de sair perdendo, pois mesmo no caso do prejuízo, quem banca os custos é o Estado”.

A Lei 6.404/76, à qual dispõe sobre as Sociedades por Ações, no artigo 176 esclarece que ao fim de cada exercício social a Diretoria fará elaborar, com base na escrituração mercantil da companhia, as demonstrações financeiras, que deverão exprimir com clareza a situação do patrimônio da companhia e as mutações ocorridas no exercício (SILVA, 2008).

### 2.3.1 Distribuição dos lucros

Para Szuster (1985, p. 1) “o valor considerado distribuível consiste na parcela do lucro que não se faz necessário seja retida na empresa para que haja a manutenção do capital”. E reitera que “...todo o lucro não necessário à manutenção do capital pode ser distribuído”. Sendo assim, o valor de lucro que poderá ser distribuído é aquele que ultrapassa a quantia que deve ser mantida para que haja a manutenção da condição física de reposição de lucro.

A distribuição dos lucros é dividida entre 3 (três) seguimentos: produção, distribuição e exibição. Porém este valor não era dividido em partes iguais, sendo que os lucros para os exibidores eram menores quando comparados aos lucros dos distribuidores, pois a exibição possui maior concorrência televisiva. O foco das distribuidoras para obter lucro, era na decisão sobre o marketing da distribuição das produções, fazendo o marketing de diferentes formas, e designando preços variados a venda de um mesmo filme (VOGEL, 1998).

Na maioria dos casos os acordos sobre as distribuições e exibições eram feitos de maneira onde fazia-se uma indicação que cerca de 70% ou mais de toda a receita obtida da bilheteria na primeira ou até a segunda semana de exibição dos filmes no cinema, depois de deduzido os gastos obtidos pelos exibidores, era repassado o valor ao distribuidor, sendo assim, o exibidor ficava com 30% ou menos da bilheteria. Logo nas semanas seguintes a receita obtida pela bilheteria variava e aumentava, sendo a divisão feita em favor do exibidor, deste modo as divisões seguiam em 60:40, após uma semana 50:50 e assim por diante (VOGEL, 1998).

Vogel (1998), conclui sua ideia sobre o lucro dos exibidores cinematográficos reiterando que eles possuem outras ferramentas para obterem o lucro desejado e que na maioria das vezes conseguem alcançar grandes margens de lucro, com a

venda de doces, pipoca, e das bebidas. Considerando assim que esta margem de lucro pode ultrapassar os 50% dos lucros da bilheteria, ou seja, diversas vezes valia-se mais a pena vender lanches nas *Bombonieres* do que se encarregar da venda dos ingressos nas bilheterias, pois a receita de venda destes produtos iria ser de total controle das empresas de exibição.

Em outras palavras constata-se que grande parte do valor que sobrava da renda de uma produção era calculado após a mensuração dos recursos devidos aos distribuidores e aos exibidores, porém esta forma de mensuração foi extinta, com este capital passando a ser redistribuído em partes iguais entre todos os cotistas da produção (SOUZA, 2018).

Segundo Modigliani (1958, *apud* PADOVEZE *et al.* 1994, p. 7) a teoria atual de finanças entendia que não era importante como se financiava os investimentos, pois o retorno estaria ligado ao risco. Desta forma pode-se analisar que o lucro vindo das produções cinematográficas, oferece muitos riscos, pois a maioria das produções de cinema, no Brasil e no resto do mundo tem mais fracassos do que sucessos.

### 2.3.2 Análise do ROI

Como é citado por Assaf Neto (2002, p.34) “o Retorno sobre o Investimento, ou ROI, é um indicador muito popular na análise de investimentos, sendo usado para medir o retorno financeiro passado ou estimar tais retornos no futuro”. O ROI permite que a empresa saiba por meio do cálculo deste indicador o quanto a empresa perde ou ganha com os investimentos em que ela possui.

Assim a empresa poderá fazer uma análise das suas demonstrações para que tenha uma base de conhecimento sobre o quanto irá lucrar em seus investimentos e o quanto poderá ter de lucro aos investidores.

Fazendo a identificação do quanto os acionistas poderiam lucrar em questão de valores, logo que o custo de capital da empresa for excedido, têm-se um retorno de investimentos economicamente atrativo ao mercado. O surgimento de riqueza econômica para as empresas se dá na proporção que a taxa de retorno de investimento encontrar-se com um elevado custo de oportunidade do capital investido, apontando a existência de resultados residuais (ASSAF NETO, 2019).

O ROI também pode ser definido como “expressão mais simples de medida de retorno de investimento” (KASSAI *et al.*, 2000, p.174). Portanto quando se calcula o ROI, tem-se uma taxa de retorno do capital que fora investido, de modo a comparar o lucro operacional com o passivo financeiro e o capital próprio, que é o investimento.

Fazendo uma análise do ROI com base no que foi gasto na produção de filmes e o valor que foi arrecadado na bilheteria de cada uma dessas produções, tem-se na tabela 7, com dados fornecidos por Nadale (2012), os cinco filmes que mais garantiram um Retorno sobre Investimento para seus investidores:

Tabela 7 - Filmes que mais tiveram retorno financeiro da história

<b>Filme</b>	<b>Orçamento</b>	<b>Bilheteria</b>	<b>Rendimento</b>
Atividade Paranormal	US\$ 15.000,00	US\$ 197.000.000,00	1.313.300,00%
A Bruxa de Blair	US\$ 60.000,00	US\$ 248.000.000,00	413.300,00%
Tarnation	US\$ 218,00	US\$ 590.000,00	270.600,00%
O Massacre da Serra Elétrica	US\$ 83.000,00	US\$ 30.800.000,00	37.108,00%
Mad Max	US\$ 300.000,00	US\$ 99.000.000,00	33.000,00%

Fonte: Elaborada pela autora com base em Nadale (2012).

Como há uma insuficiência na base de dados para fazer uma mensuração da distribuição dos filmes brasileiros que tiveram mais retorno financeiro na história, foi possível encontrar dados da entrevista de James D’arcy, produtor do filme “Tropa de Elite 2” (2010), sobre o Retorno de Investimento tido na produção.

Segundo declarou D’arcy em entrevista para De Lucca (2010):

Ao contrário do que podem pensar, a forma de distribuição de lucros não é imediata. Fechamos o período contábil, fazemos os balancetes e aí acontece a distribuição dos dividendos - o que só vai ocorrer em 8 de janeiro, quando o filme completar três meses de exibição. Apesar de não ter os números apurados, temos certeza de que será um retorno de pelo menos 200% para cada investidor.

O orçamento para a produção do filme Tropa de Elite 2, foi de R\$ 14.5 milhões, incluindo o custo de produção e de comercialização do filme. Metade do custo de sua produção foi financiada com incentivo fiscal e a outra metade com investimento privado (DE LUCCA, 2010).

O retorno de Investimentos que foram feitos em projetos de produção e comercialização de produções audiovisuais, só é alcançado após analisados os resultados de exibição comercial das produções conforme as medidas determinadas pelas Chamadas Públicas (ANCINE, 2019b). Já a recuperação dos financiamentos e

investimentos feitos na ampliação e modernização do parque exibidor acatam as normas exigidas em contrato feitos entre um agente financeiro e outro econômico.

Entre os anos de 2009 e 2018, o FSA arrecadou R\$ 159,4 milhões de retorno de financiamentos e investimentos. Deste valor arrecadado, R\$ 52,7 milhões vieram da produção e comercialização de obras audiovisuais, sendo o restante do valor adquirido advindo da ampliação e modernização de salas de cinema (ANCINE, 2019b).

A ANCINE (2019b) disponibiliza dados de retorno dos investimentos feitos ao longo dos anos pelo FSA, ao qual serve para se ter maior controle sobre a recuperação dos investimentos, que são feitos por meio dos projetos culturais voltados ao audiovisual. Para a obtenção destes dados são realizadas entregas de documentos onde constam as comercializações que a empresa teve num período, que é feita semestralmente contando desde a primeira exibição comercial que a produção obteve. Com base nos dados do Relatório de Gestão FSA (2017, *apud* ANCINE, 2019b), tem-se na Tabela 8, os seis filmes nacionais que mais renderam retorno de investimento para o FSA.

Tabela 8 - Filmes nacionais que tiveram maior retorno de investimento (FSA)

<b>Filme</b>	<b>Investimento FSA</b>	<b>Retorno Financeiro FSA</b>	<b>Recuperação (%)</b>
Minha Mãe é uma Peça	R\$ 2.500.000,00	R\$ 4.791.188,00	191,65%
Loucas para Casar	R\$ 3.000.000,00	R\$ 4.709.511,00	156,98%
Até que a Sorte nos separe	R\$ 2.000.000,00	R\$ 2.565.096,00	128,25%
Vai que dá certo	R\$ 700.000,00	R\$ 826.032,00	118,00%
Cilada.com	R\$ 2.000.000,00	R\$ 2.293.911,00	114,70%
De Pernas pro Ar	R\$ 3.000.000,00	R\$ 3.337.635,00	111,25%

Fonte: Relatório de Gestão FSA (2017, *apud* ANCINE, 2019b).

Segundo Ballerine (2012, *apud* GUALDA; ESTEVAM, 2017), os filmes nacionais viraram potenciais econômicos e, mesmo que não possa ser cobrada uma taxa de exportação, eles podem com o crescimento da indústria se incluírem competindo na supremacia que é a indústria cinematográfica americana.

### 2.3.3 Fracassos de produção

A participação de um grande elenco, atores, diretores e compositores premiados, não são garantias de que um filme terá sucesso de bilheteria, há muitos outros fatores envolvidos (REILLY; CUNNINGHAM, 2015). Entre estes fatores, a

apreciação e identificação do público com a história contada em tela, a oscilação de determinados períodos da indústria cinematográfica, sendo os filmes de sucesso dos anos 70, 80 e 90, diferentes daqueles que são realizados atualmente, pois o apelo comercial e a indústria mudam com o passar dos anos.

Soares (2013) afirma que um filme precisa faturar mais ou menos o dobro do custo que os produtores tiveram em sua produção, para que seja considerado um bom negócio.

Levando em consideração o valor total arrecadado em suas bilheterias, tem-se na Tabela 3 os cinco filmes que mais tiveram prejuízo em suas produções.

Tabela 9 - Filmes que apresentaram prejuízo

<b>Filme</b>	<b>Orçamento</b>	<b>Bilheteria</b>	<b>Prejuízo (correção monetária)</b>
A Ilha da garganta cortada	US\$ 110.000.000,00	US\$ 10.000.000,00	US\$ (145.000.000,00)
O Álamo	US\$ 145.000.000,00	US\$ 25.000.000,00	US\$ (144.800.000,00)
Pluto Nash	US\$ 120.000.000,00	US\$ 7.000.000,00	US\$ (144.000.000,00)
Sahara	US\$ 240.000.000,00	US\$ 119.000.000,00	US\$ (143.000.000,00)
Marte Precisa de Mães	US\$ 175.000.000,00	US\$ 38.000.000,00	US\$ (138.000.000,00)

Fonte: Elaborada pela autora com base em Soares (2013).

Analisando a Tabela 9, podemos verificar os cinco filmes que apresentaram os valores mais expressivos de prejuízo. Estes prejuízos elevados podem ser explicados não só por conta de o orçamento das produções ter sido elevado, mas também por conta de a bilheteria ter sido muito abaixo daquilo que era o esperado, com os filmes passando longe de alcançar o orçamento que tiveram em suas produções, sendo, portanto, considerados como negócios fracassados.

A respeito do setor audiovisual brasileiro, Marson (2006, p. 120), constata que a ideia dos investimentos através mecanismos de incentivo via fomento indireto, perdeu o seu objetivo principal de tornar a produção cinematográfica autossuficiente, permitindo às empresas tornarem-se investidoras indiretamente, obtendo um retorno financeiro caso as produções gerem lucros, não correndo o risco de perder o dinheiro investido em caso de prejuízo, pois quem arca com este prejuízo é o Estado.

## 2.4 Estudos relacionados

Foram feitas pesquisas sobre o tema a ser estudado neste trabalho, os quais são mencionadas no Quadro 1 a seguir.

Quadro 1 - Pesquisas relacionadas ao tema deste trabalho

AUTOR	OBJETIVO	CONCLUSÃO
Melina Marson	Analisar as relações entre Cinema e Estado no Brasil entre 1990 e 2002, período que corresponde à elaboração e à institucionalização de uma nova política cinematográfica.	O cinema nacional se tornou industrializado internacionalmente, com produções visando entreter o público internacional, e com diretores nacionais trabalhando cada vez mais em obras estrangeiras.
Talita Vanessa Penariol Natarelli	Discutir os financiamentos existentes no Brasil para promover o setor audiovisual, levando em consideração as diferenças existentes com a Argentina.	Para haver a consolidação e autossustentação das indústrias cinematográficas latino-americanas, deve ser observado que o sucesso de um filme depende de três importantes aspectos: produção, distribuição e publicidade. Portanto com mais investimentos voltados a estes fatores, a indústria cinematográfica latino-americana poderia alcançar o nível de países onde há uma produção contínua de filmes industriais nacionais.
Rodrigo Cavalcante Michel e Ana Paula Avellar	Analisar a estrutura da indústria cinematográfica brasileira e o papel que as políticas públicas exerceram sobre o setor no período de 1995 a 2012.	Os excessos voltados para a distribuição e exibição podem ser eliminados pelo desenvolvimento de uma política de apoio à indústria de cinema no Brasil, em vez de focar somente nas produções, criando políticas com o objetivo de atuar nas três etapas da cadeia produtiva, promovendo maior competitividade ao cinema nacional.
Linda Catarina Gualda e Carlos Augusto Jensen Estevam	Investigar as potencialidades econômicas da indústria cinematográfica brasileira pós-retomada, fazendo uma análise sobre os filmes " <i>Minha mãe é uma peça</i> " e " <i>De pernas pro ar 2</i> ", responsáveis por cerca de 80% do faturamento de 2013.	A ascensão de um cinema com temática leve, protagonistas famosos e apostando no gênero de comédia de erros hollywoodiana, trouxe espectadores ao cinema, garantindo a identificação do público com a trama do filme.
Giordano Schmitz Toldo e Fernando Dias Lopes	Entender as formas como as empresas de cinema do Rio Grande do Sul se estruturam procurando uma correspondência com o tipo de cinema que é produzido.	A pesquisa conclui que novas medidas de incentivo já fazem a correlação da distribuição do incentivo conforme a visão sobre cinema dos realizadores.

Cristóvão Domingos Almeida e Cleber Morelli Mendes	Analisar o atual panorama da indústria cinematográfica brasileira, e a participação do filme brasileiro na exibição de filmes em cinemas do Brasil.	O cinema brasileiro obteve bom desempenho no aspecto de produção e conseguiu se desenvolver economicamente, mas ainda está muito distante dos resultados alcançados na cadeia cinematográfica mundial. Diante disso, o estudo constata que o público brasileiro está mais pré-disposto a assistir as produções que condizem mais com a situação econômica do país.
--	---	--

Fonte: Elaborado pela autora com base nas pesquisas estudadas.

Marson (2006) fez uma análise das relações entre Cinema e Estado no Brasil entre 1990 e 2002, período que corresponde à elaboração e à institucionalização de uma nova política cinematográfica.

O estudo concluiu como a recuperação do cinema brasileiro, conhecido como Cinema da Retomada, foi transformada na marca cultural do governo de Fernando Henrique Cardoso, criando políticas de incentivo à cultura. Marson afirma que o cinema brasileiro readquiriu seu status e ganhou visibilidade, com mais de 200 longas metragens brasileiros produzidos que chegaram a ser exibidos e que muitos filmes tiveram alcances na casa de mais de um milhão de espectadores. A autora conclui o estudo falando que o cinema nacional se tornou industrializado internacionalmente, com produções visando entreter o público internacional, e com diretores nacionais trabalhando em obras estrangeiras.

Natarelli (2011) realizou uma pesquisa com o intuito de discutir os financiamentos existentes no Brasil para promover o setor audiovisual, levando em consideração as diferenças existentes com a Argentina, que assim como o Brasil, é um dos únicos países latino-americanos a apresentar uma indústria em si.

O estudo conclui que para haver a consolidação da indústria cinematográfica brasileira, três aspectos importantes devem ser levados em consideração, são eles: a produção, a distribuição e a publicidade, pois o sucesso do cinema é dependente destes. Portanto há de se ter investimentos voltados a estes três fatores, para que assim os filmes nacionais se tornem permanentes e autossustentáveis, com o intuito de um dia chegar ao nível de países como, Estados Unidos, Índia, China e Nigéria, onde há uma produção contínua de filmes industriais nacionais, junto à um mercado consumidor já estabelecido.

Michel e Avellar (2014) fizeram um estudo, com o objetivo de analisar a estrutura da indústria cinematográfica brasileira e o papel que as políticas públicas

exerceram sobre o setor no período de 1995 a 2012. O estudo busca identificar as empresas que atuaram em diferentes elos da cadeia produtiva como a produção, distribuição e exibição, encontrando os seguintes resultados: o primeiro diz que a estrutura do setor tem grande concentração nos três elos da cadeia produtiva; e o segundo é que a dinâmica setorial, principalmente o elo da produção, está relacionado às políticas públicas de apoio.

O estudo conclui que os excessos voltados para a distribuição e exibição possam ser eliminados pelo desenvolvimento de uma política de apoio à indústria de cinema no Brasil, em vez de focar somente nas produções, criando políticas com o objetivo de atuar nas três etapas da cadeia produtiva, promovendo maior competitividade ao cinema nacional.

Gualda e Estevam (2015), fizeram um estudo para investigar as potencialidades econômicas da indústria cinematográfica brasileira pós-retomada, fazendo uma análise sobre os filmes “*Minha mãe é uma peça*” e “*De pernas pro ar 2*”, responsáveis por cerca de 80% do faturamento de 2013.

Os resultados encontrados pelo estudo foram que em 2013 houve uma marca na indústria cinematográfica brasileira com o maior público desde a época da Retomada, sendo este de 27,8 milhões de espectadores e o maior número de lançamentos da história do cinema nacional com 127 estreias de produções nacionais. Houve um aumento de 77% de espectadores procurando obras nacionais e uma queda de 7% em produções internacionais. Os resultados obtidos sobre a análise dos filmes citados foi que com a ascensão de um cinema com temática leve, protagonistas famosos e apostando no gênero de comédia de erros hollywoodiana, trouxe espectadores ao cinema, garantindo a identificação do público com a trama do filme.

Mais uma vez mostrou-se que o público brasileiro está mais predisposto a assistir as produções que condizem mais com a situação econômica do país, e com a qual gera identificação do público com a trama proposta.

Toldo e Lopes (2017) elaboraram uma pesquisa para entender as formas como as empresas de cinema do Rio Grande do Sul se estruturam procurando uma correspondência com o tipo de cinema que é produzido.

Como resultado da pesquisa, teve-se dois lados distintos de produtoras com foco para o cinema de arte, reflexivo e de maior preocupação estética. E outro enfoque na Burocracia Profissional, com produções relacionadas a questões

primordialmente mercadológicas, que preferem não priorizar o rótulo de arte. A pesquisa conclui que novas medidas de incentivo já fazem a correlação da distribuição do incentivo conforme a visão sobre cinema dos realizadores.

Almeida e Mendes (2017) analisaram o atual panorama da indústria cinematográfica brasileira, e a participação do filme brasileiro na exibição de filmes em cinemas do Brasil.

O estudo conclui que o cinema brasileiro obteve bom desempenho no aspecto de produção e conseguiu se desenvolver economicamente, mas ainda está muito distante dos resultados alcançados na cadeia cinematográfica mundial. Diante disso, o estudo constata que o público brasileiro está mais pré-disposto a assistir as produções que condizem mais com a situação econômica do país.

Analisando as pesquisas feitas, três dos artigos citados, concluem que o povo brasileiro está instigado a ver produções que mostram diversidade, procurando ver produções que tenham uma identificação com a cultura brasileira, fazendo com que filmes que abordem essa questão tenham bom rendimento nas bilheterias.

### 3 METODOLOGIA

Neste capítulo é tratada a classificação da pesquisa, bem como sua justificativa em razão da investigação específica. Constam, também, elementos referentes à população e amostra, sujeitos da pesquisa, o plano de coleta, tratamento, análise dos dados e limitações do método.

#### 3.1 Classificação da pesquisa

De acordo com Silva e Menezes (2001) as pesquisas podem ser classificadas quanto à sua natureza; forma de abordagem do problema; objetivo e procedimento técnico. Sendo que o objetivo das pesquisas para Gil (2008, p. 26) é “descobrir respostas para problemas mediante o emprego de procedimentos científicos”.

Quanto à natureza a pesquisa pode ser classificada como aplicada, uma vez que se destinou a responder um problema específico. Quanto à abordagem do problema a pesquisa é qualitativa, baseada em resultados de artigos e dissertações publicados sobre o tema, como também entrevistas realizadas com profissionais do setor audiovisual.

Quanto ao objetivo a pesquisa tem de caráter exploratório, permitindo uma compreensão mais ampla sobre o tema a ser estudado. De acordo com Gil (2008, p. 27), “este tipo de pesquisa é realizado especialmente quando o tema escolhido é pouco explorado e torna-se difícil sobre ele formular hipóteses precisas e operacionalizáveis” possibilitando que as pesquisas realizadas acerca deste tema possam ter resultados mais precisos.

Quanto ao procedimento técnico trata-se de pesquisa de campo em conjunto com pesquisa com *survey*, onde serão elaborados questionários a serem aplicados à uma população específica.

Levando em consideração todos os métodos citados acima, a pesquisa exploratória tem como objetivo proporcionar maior entendimento sobre como tem ocorrido a distribuição de resultados sobre as produções cinematográficas, e quais são as linhas de investimentos existentes para o setor audiovisual elencando as vantagens e desvantagens de cada uma delas.

### **3.2 Definição da população e amostra**

A população do estudo é composta por gestores de produtoras e distribuidoras de cinema brasileiras que se dispuseram a participar das entrevistas. A amostra é a pesquisa (questionário), desta forma, trata-se de uma amostra obtida pelo critério de acessibilidade, o que não permite que os resultados obtidos no estudo sejam generalizados à população.

### **3.3 Plano de coleta, tratamento e análise dos dados**

Os dados da pesquisa foram obtidos através de artigos e dissertações relacionados com o tema em estudo, e através de entrevistas feitas com os gestores de algumas produtoras e distribuidoras que aceitaram participar da pesquisa, e assim foi possível levantar os dados necessários para que se conseguisse atingir os objetivos esperados nesta pesquisa.

Para a realização das entrevistas foi elaborado um questionário (apêndice A e apêndice B), para cada população a ser entrevistada (produtoras e distribuidoras). Este questionário abordou questões de múltipla escolha, como também questões abertas, permitindo ao entrevistador flexionar os questionamentos de acordo com as informações obtidas ao longo da entrevista. O questionário foi submetido a testes prévios, o que permitiu que fossem reformuladas algumas questões.

Os dados coletados nas entrevistas, foram analisados através de quadros, fazendo comparativos entre a população de cada um dos setores do audiovisual estudados (produtoras e distribuidoras). Foi realizado também um comparativo entre os dados obtidos em pesquisas com a mesma temática, ou seja, tanto as pesquisas evidenciadas no capítulo 2 deste trabalho como também demais estudos e os dados obtidos através das entrevistas feitas para este trabalho.

A análise dos dados tem caráter descritivo, formulado de maneira que apresente com precisão as características do objeto de estudo e precisamente contenha os dados necessários, para que posteriormente possa ser analisado por produtoras de cinema ou qualquer indivíduo que se interesse pelo tema de estudo.

### **3.4 Limitações do método**

O presente estudo tem como principal limitação o fato de a amostra ser escolhida pelo critério de acessibilidade, o que impede que os resultados obtidos sejam generalizados à população. Além disso, deve se considerar o fato de o respondente da pesquisa poder interpretar a questão formulada de forma distinta da que foi prevista na realização do roteiro da entrevista, podendo gerar viés na resposta.

## 4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Neste capítulo é tratada a análise dos resultados coletados durante a pesquisa, estando dividido em três subcapítulos, o primeiro dedicado a Produção, o segundo para a Distribuição e o último traz a Análise geral dos mecanismos de incentivo existentes.

O roteiro da entrevista foi pensado de forma a contemplar dois elos da cadeia produtiva do cinema (produção e distribuição), tendo foco nos investimentos e financiamentos existentes no setor.

Dentre as produtoras e distribuidoras, houve a tentativa de contato via e-mail, com 16 (dezesesseis) produtoras de diferentes estados do Brasil sendo a maioria do Rio Grande do Sul, porém somente 3 (três) se dispuseram a participar da entrevista. Entre as distribuidoras houve a tentativa de contato via e-mail, com 10 (dez) distribuidoras de diferentes estados do Brasil, porém somente 2 (duas) se dispuseram a participar da entrevista.

O contato estritamente virtual aliado ao fato de estarmos enfrentando a Pandemia gerada pelo vírus da Covid-19, podem ter sido empecilhos para a realização das entrevistas. Porém as respostas coletadas durante as entrevistas são relevantes e atendem aos objetivos da pesquisa.

O Quadro 2 a seguir traz a caracterização dos entrevistados, sendo que o entrevistado 2 realizou as entrevistas nos dois setores (produtora e distribuidora), visto que sua empresa trabalha em ambos os setores.

Quadro 2 - Caracterização dos entrevistados

<b>Código</b>	<b>Profissão</b>	<b>Setor de atuação</b>	<b>Estado</b>
Entrevistado 1	Produtora	Produção	Rio Grande do Sul
Entrevistado 2	Produtora Criativa / Coordenadora de Distribuição	Produção e Distribuição	Paraná
Entrevistado 3	Produtora	Produção	Santa Catarina
Entrevistado 4	Diretora	Distribuição	Rio Grande do Sul

Fonte: Elaborado pela autora com base nas entrevistas.

## 4.1 Produção

A produção é responsável pela criação e realização das obras, atuando principalmente na captação dos recursos necessários para a realização do filme que está sendo produzido (EARP; SROULEVICH, 2009, p. 185).

O produtor é quem faz o planejamento e a estruturação do funcionamento da obra em produção, tendo o acompanhamento do projeto desde a pré-produção até a distribuição e subsequentemente a pós-produção. Desta forma a produtora cuida do financeiro, ou seja, é quem arca com os custos de realização do filme, como também busca os recursos necessários para a elaboração do projeto. Considerando todas as etapas de produção um filme comercial (longa-metragem) custa em torno de R\$ 5.000.000,00 (cinco milhões), sendo metade deste valor utilizado para custos de produção (figurinos, equipamentos, transportes etc.) e o restante para custos de pessoal (elenco, equipe técnica etc.) (EARP; SROULEVICH, 2009, p. 185).

Inicialmente os entrevistados foram questionados sobre a quantidade de filmes (curtas, médias e longas), que são produzidos ao ano, em condições normais de mercado, ou seja, sem pandemia. Os três entrevistados responderam que são produzidos entre um e dois filmes ao ano.

Não há dados referentes a uma média de filmes que são produzidos pelas produtoras ao ano, somente dados sobre a quantidade de filmes lançados ao ano em salas de exibição, o que dificulta qualquer comparação entre estes dados. Porém levando em conta as respostas obtidas pelos entrevistados, a média seria de 1 a 2 filmes produzidos (curtas e longas).

Sequencialmente foram questionados sobre quantos dos filmes produzidos conseguem apoio dos mecanismos de incentivo existentes hoje no Brasil. Os três entrevistados relataram que todos os filmes produzidos tiveram o apoio de mecanismos de incentivo, tendo sido destacado pelo entrevistado 2 o recebimento de apoio de mecanismos de incentivo municipais, estaduais e federais.

Ambas as respostas dos entrevistados denotam como o setor audiovisual brasileiro é dependente do Estado, ressaltando o que já foi evidenciado neste trabalho, cabendo o parâmetro diante dos dados destacados através do Gráfico 1, deste trabalho, onde no ano de 2018 mais de 70% dos filmes lançados em salas de exibição contou com o apoio de mecanismos de incentivo, tendo o Gráfico mostrado que este percentual foi aumentando ao decorrer dos anos. Dos filmes produzidos

lançados em salas de exibição no ano de 2018 aproximadamente 53 filmes não contaram com nenhum dos apoios existentes no mercado.

Na questão 3, foi questionado aos entrevistados como a produtora analisa a necessidade de investimento e o retorno de investimento para os projetos que serão produzidos. Ambos os entrevistados apontaram que os fatores consideráveis são: os sucessos em festivais e o quanto que receberão da linha de investimento que estão buscando.

Cabe destacar a resposta do entrevistado 3 sobre a questão: “*A maior parte dos projetos são feitos para concorrer em editais, já prevendo o orçamento que o fundo disponibiliza. Os recursos são conquistados em fundos. Considera-se um valor chamado de gerenciamento de projeto, um valor para remuneração da empresa, visando recuperar o investimento que a empresa contribuiu ao longo dos anos*”. Tal resposta demonstra que as produtoras buscam primeiro fazer uma espécie de gerenciamento de projeto, onde é feito um orçamento e planejamento para averiguar quanto de investimento será necessário conseguir para cada produção.

O Project Management Institute (PMI, 2013) define gerenciamento de projetos como “uma aplicação do conhecimento, habilidades, ferramentas e técnicas às atividades do projeto para atender aos seus requisitos”. Desta forma o gerenciamento de projetos é utilizado após ser feita a integração dos processos de gerenciamento tendo a iniciação, o planejamento, a execução, o monitoramento e controle dos projetos e o encerramento (PMI, 2013).

Na questão 4, quando questionados se a produtora já conseguiu investimentos para as produções sem o uso de mecanismos de incentivo, os entrevistados afirmaram já ter conseguido captar recursos sem recorrer aos recursos públicos. Estes investimentos foram obtidos através de *Crowdfunding* (financiamento coletivo), empresas privadas que abrem editais próprios para investir em determinados projetos, investimento próprio e recursos de prêmios.

Levando em conta as respostas dos entrevistados destaca-se o *Crowdfunding* podendo este ser uma alternativa interessante como meio de arrecadação de recursos para o desenvolvimento de projetos, além de ser um método utilizados por diversos setores e ocasiões. Segundo a Comissão de Valores Imobiliários (CVM) (2019), o *Crowdfunding* é “um modelo que propõe facilitar a canalização da poupança de inúmeros investidores para o investimento produtivo em empresas

nascentes” fazendo a relação com as chamadas “vaquinhas”, onde um grupo de pessoas contribui com o valor que quiser para o alcance de certo objetivo.

O Crowdfunding pode vir por meio de doações onde qualquer um pode contribuir sem receber nada em troca, por meio de recompensas nas quais brindes ou pré-vendas são fornecidas para os contribuintes ou através do *Crowdfunding* de investimento, cujo qual funciona como uma espécie de troca entre o dono do negócio e o potencial investidor, portanto a empresa detentora do negócio oferece alguns tipos de títulos aos investidores, com prazos determinados e características diferentes, geralmente mediante a contratos específicos, para que assim o investidor possa ter algum retorno sobre o seu investimento (CVM, 2019).

Os recursos advindos através de prêmios tornam-se uma alternativa interessante para a realização dos projetos, uma vez que geram valores significativos, além de os premiados poderem concorrer a editais do PAQ e o PAR, programas criados no intuito de premiar as obras cinematográficas premiadas e indicadas em festivais, e as produções que alcançaram resultados expressivos nas bilheterias, como já evidenciado no capítulo 2 deste trabalho.

Após serem questionados se já tiveram que arcar com algum custo nas produções, os três entrevistados responderam que sempre acabam arcando com algum valor. Tal fato demonstra que nem sempre o valor advindo dos mecanismos de incentivo é suficiente para suprir os custos e despesas das produções, fazendo com que as produtoras recorram a outros meios para conseguir dinheiro, até mesmo recursos próprios. O Quadro 3 a seguir, traz as respostas dos entrevistados frente a esta questão.

Quadro 3 - A produtora já teve que arcar com algum custo nas produções?

<b>Entrevistados</b>	<b>Respostas</b>
Entrevistado 1	<i>“Sempre acaba arcando, principalmente na etapa de desenvolvimento do projeto”</i>
Entrevistado 2	<i>“Sim, sempre, uma média de 20 a 25% acaba-se pagando”</i>
Entrevistado 3	<i>“Sim, custos de logística”</i>

Fonte: Elaborado pela autora com base nas entrevistas.

Ao serem questionados se a produtora já obteve algum retorno sobre os valores investidos nas produções, somente um deles respondeu que não obteve retorno, os demais responderam que já tiveram sim retorno, porém que este retorno acaba não sendo tão significativo pelos custos gerados à produtora. O Entrevistado

1 ainda ressalta que *“hoje em dia o dinheiro que se financia do FSA, precisa ser devolvido ao fundo, isso acaba diminuindo os lucros, uma vez que a maior parte dos lucros obtidos precisou ser devolvida ao FSA”*. Tal resposta evidencia que os lucros vindos das produções cinematográficas não são valores expressivos, pois como relata o entrevistado 2, *“a produtora conseguiu sobreviver, conseguiu se pagar”*.

Analisando as respostas é possível verificar que mesmo que as produtoras obtenham um lucro significativo, os valores recebidos de financiamentos precisam ser devolvidos aos seus respectivos fundos, portanto se a produtora financia o valor total de produção, este valor precisará ser devolvido totalmente ao fundo e somente após ser feita esta devolução é que vai se ter o real valor de lucro obtido pela mesma e assim poderá ser feita a distribuição de lucros de acordo com o contrato feito no início das produções. Essa questão atende um dos objetivos deste trabalho que era analisar o retorno dos investimentos obtidos no setor cinematográfico brasileiro.

Diante da questão se seria possível o cinema sobreviver sem o apoio de mecanismos de incentivo existentes hoje no mercado, todos os entrevistados responderam que isto não seria possível, demonstrando o quanto o setor cinematográfico brasileiro depende dos recursos oferecidos pelo Estado como já foi constatado através de estudos e pesquisas realizadas anteriormente, não sendo um problema somente de agora, mas que se estende desde os primórdios da indústria do entretenimento no Brasil, além de o país ser altamente dependente de crédito (economia, socio economia, saúde etc.) (MARSON, 2006; NATARELLI, 2011).

Destaca-se a resposta do entrevistado 1, sobre a importância do investimento público e privado no setor cinematográfico *“é essencial que tenha investimento público, é importante que o governo estimule a arte nacional, e as empresas deveriam ter a responsabilidade social de investir em cultura, pensando nos seus clientes, consumidores que merecem uma qualidade de vida melhor”*.

Foi questionado aos entrevistados sobre qual dos mecanismos de incentivo existentes hoje no mercado seria o melhor, dentre as opções indicadas existiam: Lei do Audiovisual sob os seguintes artigos: Art. 1, Art. 1º-A, Art. 3º, Art. 3º-A, Lei Rouanet e FSA. O entrevistado 3 marcou duas opções dentre elas a Lei Rouanet, tendo esta sido utilizada pela produtora para a produção de um curta metragem, e a opção Art. 1º-A. Os demais entrevistados marcaram a opção do FSA, com a justificativa de atender todo o mercado, e de ser a opção mais ampla dentre as

demais, além de disponibilizar recursos para os produtores independentes com uma grande preocupação com a cultura nacional, conforme destaca o entrevistado 1 “o FSA é o mais democrático, porque os demais artigos precisam sempre da decisão de alguma empresa ou de alguém que não necessariamente tem a mesma preocupação com a cultura do que um fundo público como o FSA que é ligado a ANCINE, desenvolvido para pensar na diversidade das produções, descentralização, dar oportunidade para quem possui menos experiência, para aqueles produtores que realizam filmes de festivais etc.”.

O entrevistado 2 comenta a respeito do Art. 1º beneficiar mais o eixo Rio-São Paulo, justificando que “por conta do mercado disponível nesta região e por este mercado estar mais habituado a trabalhar com o Art. 1º por envolver o CAV e a participação na bolsa de valores”. Ainda faz um breve comentário a respeito do Art. 1º -A, destacando que o mesmo “tornou-se durante muito tempo o único mecanismo disponível para todo o Brasil, porém perdeu espaço” e acaba sua constatação falando sobre os Art. 3º e Art. 3º -A, onde ressalta que para obter-se sua contemplação “depende muito da relação entre produtora e quem pode fazer uso destes artigos, no caso as emissoras de TV e as distribuidoras internacionais, sendo novamente o eixo Rio-São Paulo o mais beneficiado por estes artigos em relação ao restante do país”.

Através das respostas dos entrevistados é possível constatar que o melhor mecanismo de incentivo existente no mercado hoje é o FSA, pois é um fundo que abrange toda a cadeia cinematográfica nacional, além de se preocupar com a cultura nacional, produtores independentes e variar a produção de cinema nacional, buscando trazer diversidade às produções.

A respeito da questão sobre a existência de uma burocracia exacerbada no processo para conseguir apoio de mecanismos de incentivo, houve uma discordância interessante. Dois dos entrevistados responderam que sim, existe muita burocracia neste processo, tendo o entrevistado 2 deixado claro que “a burocracia existente é cada vez mais perigosa para as produtoras”. A reflexão feita pelo entrevistado remete ao pensamento de Weber (1864-1920, *apud* COLTRO, 2005, p. 17) frente a burocratização no mundo moderno, onde temia que a burocratização perdesse sua eficiência e se tornasse uma ameaça à liberdade dos indivíduos e a democracia das instituições. Marson (2006, p. 44) relata sobre a avaliação rigorosa do governo federal para a aprovação dos projetos de produção,

após a implantação da Lei Rouanet, falando que “tornam o processo de produção artístico mais lento e burocrático”, essa constatação demonstra que a burocratização pode se tornar nociva para as produtoras, dada sua lentidão e sua limitação a democracia.

Porém o entrevistado 3, respondeu que sim existe a burocracia, mas que não vê como um problema e sim como uma necessidade: “*Sim, porém é uma burocracia necessária, pois acaba fazendo com que a produtora desenhe o projeto, e ajuda no sentido de que a produtora que vá montar o projeto tenha a certeza de que tenha todo o caminho, documentos que vai precisar para realizar o filme*”, e ainda ressalta que esta burocracia beneficia o produtor iniciante, pois oferece o caminho e o que é necessário para conseguir fazer um filme, já que nos editais costuma-se pedir detalhadamente como irá funcionar o todo (roteiro, produção, direção, atores, investimento, materiais etc.).

A resposta do entrevistado 3 vai de acordo com os pensamentos de Weber ao relatar as características da burocratização, uma vez que um de seus princípios é tornar os processos administrativos mais eficientes, elegendo normas e regulamentos onde são especificados antecipadamente como deverão ser executados, visando a padronização, de maneira que seja mais abrangente e eficiente para servir ao seu propósito (COLTRO, 2005).

Segundo Marson (2006, p. 44), as avaliações para contemplação de mecanismos de incentivo são feitas por meio do governo federal, onde são avaliados a aptidão do projeto, avaliação financeira e o orçamento para a sua realização, fazendo com que as produtoras reúnam uma série de documentos que comprovem sua legitimidade para a construção do projeto e assim consigam a efetivação dos recursos necessários para sua execução. Este processo muitas vezes é lento como já descrito e talvez seja este seu maior empecilho, porém há de se concordar que esta burocracia é por vezes necessária a fim de ter-se a organização para chegar aos objetivos pretendidos e para evitar quaisquer fraudes, erros, prejuízos que possam existir no futuro.

Ao serem questionados se as produções cinematográficas geram mais lucros ou prejuízos, dois dos entrevistados responderam que varia muito da obra produzida, mas que de certa forma os filmes produzidos costumam “se pagar”, o entrevistado 3 ainda ressalta a sua opinião, falando que a “*atividade cinematográfica*

*em si é uma atividade altamente lucrativa*”, referindo-se aos valores bilionários movimentados pela indústria cinematográfica todos os anos.

Porém destaca-se a opinião do entrevistado 2, salientando que um filme de grande sucesso paga a conta por todos os filmes que não alcançam valores suficientes para serem considerados como sucessos de bilheteria. *“Se for olhar o global, ele em sua grande maioria não é rentável. Porém quando você olha para aqueles filmes que explodem (comédia, por exemplo), um filme paga a conta pelos outros filmes e ainda sobre”*. Tal pensamento demonstra que não há como medir a quantidade de lucros e prejuízos que os filmes resultam, pois seguindo a linha de raciocínio do entrevistado, de 10 filmes, se um deles tiver uma lucratividade acima da média, superando todos os custos que os outros nove tiveram e ainda sobrar dinheiro, ele vai ser tido como um sucesso, elevar os números de receita do setor, e ainda pagar pelo “fracasso” dos demais.

De acordo com o relatório divulgado pela Motion Picture Association (MPA, 2020), em 2019, a indústria do entretenimento teve receita global superior a US\$ 98,3 bilhões, destes US\$ 42,3 bilhões em bilheteria, US\$ 47,2 bilhões do mercado digital (streaming) e o restante US\$ 8,8 bilhões do mercado físico (DVD), por conta da pandemia, em 2020 houve uma queda de aproximadamente 18% na receita total global somando o total de US\$ 80,3 bilhões, tendo uma queda gradativa na receita de bilheterias ficando em US\$ 12 bilhões, porém houve um aumento de aproximadamente 31% no mercado digital subindo para US\$ 61,8 bilhões, já o mercado físico também sofreu uma queda, ficando com uma receita de US\$ 7 bilhões. Isso demonstra que a indústria cinematográfica de forma global movimenta muito dinheiro, mesmo estando num período complicado para a economia devido a Pandemia causada pelo vírus da Covid-19.

Por fim foi questionado como era feita a distribuição dos resultados sobre as produções cinematográficas, onde obteve-se uma resposta diferente de cada um dos entrevistados, de acordo com o Quadro 4 a seguir.

Quadro 4 - Como é feita a distribuição dos resultados?

Entrevistados	Respostas
Entrevistado 1	<i>“Normalmente quem divide os lucros são os produtores, diretores e roteiristas”</i>

Entrevistado 2	<i>“Se tiver financiamento do FSA, primeiramente precisa-se devolver o valor investido pelo Fundo. Se tiver FSA junto a outros mecanismos vai ser distribuído conforme a participação de cada um. Se tiver a Lei como 1º-A, parte para distribuidora e restante para o produtor dividir com os sócios, mas depende muito do financiamento, de onde foi financiado o valor”</i>
Entrevistado 3	<i>“Em princípio a ideia seria dividir conforme o percentual de participação no filme, ou no percentual dos sócios da produtora”</i>

Fonte: Elaborado pela autora com base nas entrevistas.

O entrevistado 1 referiu-se a divisão dos lucros entre os agentes da obra, já o entrevistado 2 tomou parte de acordo com o financiamento coletado por parte da produtora para a realização da obra, e o entrevistado 3 conforme percentual de participação de cada agente na obra produzida.

Desta maneira, seguindo o esclarecimento dado pelo Entrevistado 2, todo o dinheiro adquirido através de financiamentos precisa ser devolvido ao fundo do qual foi recebido o valor, portanto somente após este valor ser totalmente devolvido para os fundos ou qualquer mecanismo que tenha financiado o projeto, é que as produtoras vão conseguir fazer a distribuição de seus lucros entre os principais participantes da obra produzida.

As respostas obtidas nas entrevistas vão ao encontro do postulado por Souza (2018), uma vez que o autor ressalta que todo o valor resultante da renda da produção é dividido entre as partes conforme estabelecido em contratos feitos antes da produção de cada filme, assim se dará em contrato antecipadamente o quanto cada parte irá receber dos rendimentos da obra. Conforme Earp e Sroulevich (2009, p. 186), a distribuidora adianta os valores de custos de comercialização da obra, por este motivo possui “direito a retenção prioritária”, ou seja, a distribuidora é a primeira a receber os valores investidos na comercialização, somente após ter recuperado totalmente seu investimento é que o restante do valor de renda líquida da bilheteria é distribuído aos demais investidores ou financiadores da obra, sendo que o produtor recebe até 10% do custo total da obra por meio da “taxa de administração do orçamento cinematográfico”.

Observando os dados alcançados através da realização das entrevistas com as produtoras, é possível entender um pouco de como funciona o mercado da produção nacional. A pesquisa mostra que as produtoras utilizam mecanismos de incentivo para arrecadar o valor necessário à execução de seus projetos, principalmente os recursos advindos do FSA, por se tratar de um fundo que cobre

toda a cadeia cinematográfica nacional, e abrange a diversidade e a cultura, beneficiando produtores independentes e iniciantes.

Quanto a distribuição dos resultados obtidos por meio das produções cinematográficas e o retorno financeiro obtido, sendo estes um dos objetivos propostos por este trabalho, foi constatado que todo o valor arrecadado pelas produtoras através do FSA precisa ser totalmente devolvido ao fundo de forma prioritária assim que o mesmo apresentar resultados. Somente após a devolução completa do montante financiado pelo fundo é que a empresa produtora irá fazer a devida distribuição dos valores restantes, sendo prioridade pagar as empresas distribuidoras, pois estas arcam com os custos de comercialização do filme. Já o restante do valor, é geralmente distribuído com base em um contrato previamente firmado pelos agentes da obra, resultado este que acaba por não alcançar valores expressivos, para as produtoras e demais agentes.

## **4.2 Distribuição**

A distribuição é responsável por fazer os filmes chegarem até as pessoas, é na distribuição que vai ser feito o plano de marketing e logística, qual o tipo de lançamento se dará (regional, nacional, internacional), quais as mídias serão utilizadas para a divulgação deste filme entre outras coisas (CHALRÉO, 2016; EARP; SROULEVICH, 2009, p. 188).

O processo de distribuição de um filme geralmente é caro e trabalhoso. Em média cada longa-metragem de aproximadamente duas horas, pode ter custo de até US\$ 2.000,00 por cópia, podendo aumentar de valor conforme a inserção das legendas. Normalmente cada filme (longa), tem de 5 a 10 rolos de película, tornando-o um objeto pesado e frágil, encarecendo sua distribuição e dificultando seu manuseio (CHALRÉO, 2016). Geralmente o percentual de participação das empresas de distribuição em cada filme oscila entre 25% e 30% da receita bruta das bilheterias, percentual designado às distribuidoras pelas operações logísticas de distribuição (EARP; SROULEVICH, 2008, p. 189).

A entrevista se iniciou com o questionamento sobre a quantidade de filmes (curtas e longas), que são distribuídos por ano, em condições normais sem pandemia. Houve divergência nas respostas tendo o entrevistado 2 respondido que são distribuídos entre 1 e 2 filmes ao ano, e o entrevistado 4 respondeu que em sua

empresa são distribuídos de 4 a 8 filmes por ano. Não há dados suficientes para que possa ser feita uma comparação entre as distribuidoras nacionais, porém há um dado de 2013, onde a distribuidora brasileira Paris seja de maneira individual ou trabalhando em codistribuição com demais distribuidoras, levou cerca de 20% do público de filmes nacionais e estrangeiros às salas de exibição (GUALDA, ESTEVAM, 2015).

Em seguida foi questionado sobre como é feita a análise dos filmes que serão distribuídos e quais os critérios avaliados pela distribuidora. No quadro 5, estão expostas as respostas dos entrevistados diante da questão.

Quadro 5 - Critérios avaliados pela distribuidora para os filmes distribuídos

Entrevistados	Respostas
Entrevistado 2	<i>"Visa a qualidade, analisa-se o público do filme, para quem aquele filme é lançado, busca-se filmes que tem a ver com a empresa, filmes de gênero, filmes que trabalhem direitos humanos, questões sociais, cinebiografias e histórias baseadas em fatos reais"</i>
Entrevistado 4	<i>"Fazemos duas análises: 1º filmes com destaques em festivais e currículo dos diretores e equipe. 2º Estudamos o mercado e nicho / temática aquilo que o público está consumindo"</i>

Fonte: Elaborado pela autora com base nas entrevistas.

Através das respostas dos entrevistados é possível identificar diferenças nos critérios avaliados, enquanto o Entrevistado 2 considera a qualidade dos filmes, preferindo buscar produções que trabalhem questões sociais e humanas, e filmes de gênero, o entrevistado 4 busca filmes que tenham destaque em festivais, como também os diretores e equipe. Porém a avaliação de mercado e público consumidor da obra foi similar nas respostas de ambos os entrevistados, estando alinhada aos resultados encontrados em pesquisas anteriores, onde Almeida e Mendes (2017), Gualda e Estevam (2015) e Marson (2006), veem o público como um agente essencial para a receita de bilheteria do filme, pois o público é o consumidor final, aquele cujo qual vai até a sala de cinema assistir a obra realizada, isto é, quanto maior o público maior vai ser a receita de bilheteria do filme em exibição.

Na questão 3 foi questionado se a distribuidora já havia conseguido recursos via mecanismos de incentivo, como também se os recursos arrecadados foram suficientes para arcar com os custos de distribuição da obra. Ambos os entrevistados responderam que já conseguiram sim recursos, e que foram sim suficientes, porém o entrevistado 2, ressaltou que *"para uma distribuição pequena*

sim”, deixando evidente que se fosse feita uma distribuição em maior escala talvez os recursos captados não seriam suficientes para arcar com os custos de distribuição.

A resposta dos entrevistados frente a primeira parte da questão evidencia que os mecanismos de incentivo são tão importantes para a fase de distribuição como na fase de produção dos filmes, assim como Natarelli (2011) e Michel e Avellar (2012) defendem a ideia de que com mais investimentos voltados ao setor de distribuição e exibição a indústria cinematográfica brasileira seria capaz de evoluir e poderíamos ter uma produção contínua de filmes nacionais promovendo a competitividade e qualidade do setor cinematográfico na cadeia produtiva nacional.

Quando questionados por qual dos mecanismos de incentivo conseguiram captar os recursos para a distribuição, ambos responderam que foi via financiamento através do FSA, sendo que o entrevistado 2 mencionou ter conseguido também recursos do FSA via estados regionais.

Diante das respostas é possível perceber a importância do FSA na cinematografia brasileira, pois é o mecanismo de incentivo mais abrangente do mercado, atuando nos três elos da cadeia produtiva cinematográfica (produção, distribuição e exibição), além de fornecer recursos para infraestrutura de serviços, sendo ainda um dos responsáveis pelo crescimento do cinema nacional nos últimos anos, como já foi descrito no capítulo 2 deste trabalho. De acordo com a ANCINE (2019a), o FSA disponibilizou o total de R\$ 3,79 bilhões em recursos até 2018, onde 3,6% destes recursos foram para a distribuição, correspondendo a um investimento aproximado de R\$ 136,44 milhões na distribuição de filmes.

Posteriormente foi perguntado aos entrevistados se a distribuidora obteve retorno sobre o valor investido nos projetos, onde o entrevistado 2 mencionou que a distribuição dos filmes não obteve retorno pelo fato de toda a receita obtida com a produção estar sendo utilizada para o pagamento dos valores captados através do FSA, que como é um dos financiadores do projeto como já mencionado anteriormente tem sua retenção de forma prioritária.

Já o entrevistado 4, mencionou que já obteve retorno de valores investidos em projetos internacionais, porém não conseguiu retorno sobre os valores investidos em projetos nacionais. A receita obtida pela distribuidora resultante da distribuição de projetos internacionais pode estar atrelada ao fato de que o percentual de público de filmes nacionais das salas de exibição tem diminuído ao longo dos anos como já

evidenciado no gráfico 2 deste trabalho, onde retrata que apenas 13,6% do público total das salas de exibição em 2019 foi aos cinemas para assistir filmes nacionais, este número equivale à 23,9 milhões de pessoas, um número bem abaixo dos 30,4 milhões alcançados em 2016.

A respeito da questão se seria possível o cinema sobreviver sem o apoio de mecanismos de incentivo existentes hoje no mercado, ambos os entrevistados responderam que sim e não, salientando que se os filmes produzidos tivessem apelo comercial, sim o cinema nacional poderia sobreviver sem o apoio de mecanismos de incentivo. Porém o entrevistado 4 defende a importância dos mecanismos de incentivo para os produtores independentes e cinema de autor ressaltando que “*são fundamentais e indispensáveis*”, demonstrando a importância da existência de mecanismos de incentivo para os “pequenos” produtores ou produtores iniciantes.

Houve a concordância de ambos os entrevistados acerca da questão sobre a existência da burocracia no processo para conseguir apoio de mecanismos de incentivo, à qual os entrevistados responderam que sim, existe muita burocracia para concorrer em algum dos editais divulgados pela ANCINE. A resposta dada pelos entrevistados vai de acordo com as respostas dos produtores entrevistados anteriormente, onde ressaltam que a burocracia exacerbada pode ser prejudicial aos produtores, uma vez que estes precisam cumprir uma série de requisitos para conseguir arrecadar os investimentos necessários para a realização dos projetos.

Diante da pergunta se as produções cinematográficas geram mais lucros ou prejuízos, o entrevistado 2 referiu-se às produções nacionais deixando claro que para obter-se lucro nas produções “*depende de onde vem o incentivo, pois se for recurso privado é muito difícil ter retorno financeiro*”, porém salienta que se for trabalhar com o FSA, sendo a premissa deste a sustentação do setor cinematográfico nacional, o retorno dos valores investidos nas produções geralmente são obtidos, e acaba sua constatação falando que “*os filmes campeões de bilheteria acabam pagando pelos filmes de menor bilheteria*”, ou seja, que todo o montante arrecadado dos filmes que tiveram grandes bilheterias seria o bastante para cobrir os gastos tidos com os filmes de menor bilheteria.

Já o entrevistado 4 faz uma análise geral comentando que “*os filmes geralmente geram lucros e são grandes responsáveis pela geração de renda dentro da economia de um país*”, este dado é constatado por Gualda e Estevam (2015) ao afirmarem que “o setor audiovisual é um dos principais segmentos da economia,

cultura e entretenimento contemporâneo”. Ainda de acordo com um relatório econômico feito em parceria entre a Motion Picture Association América Latina (MPA-AL) e a equipe de Tendências Consultoria Integrada (2016, p. 57), em 2013 o setor audiovisual foi responsável por 0,38% do Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil, sendo que “considerando o multiplicador de 1,90 do valor adicionado, o efeito indireto do setor sobre o valor adicionado total da economia foi de R\$ 16,8 bilhões correntes”, ressaltando a importância do setor audiovisual na economia nacional.

Na pergunta final buscou-se identificar como é realizada a distribuição dos resultados sobre as produções cinematográficas para as distribuidoras. O entrevistado 2 reforça que os valores arrecadados com o auxílio do FSA precisam ser devolvidos totalmente e de forma prioritária ao fundo. Somente após ser feita a devolução completa do valor captado pelo FSA é que vai ter-se a distribuição dos resultados, onde segundo o entrevistado 2 são feitas da seguinte forma: “as produções que foram lançadas com recurso próprio, primeiro é a distribuidora a parte que a mesma investiu e em segundo momento seria dos sócios que investiram na produção”, em conformidade com o já evidenciado neste trabalho por meio de Earp e Sroulevich (2009, p. 186), em que comentam a respeito de a distribuição ter a prioridade na distribuição dos resultados uma vez que destinou recursos para a comercialização das obras.

O entrevistado 4, respondeu que “*depende de cada contrato entre a distribuidora e os detentores dos direitos do filme*”, constatando o que já havia sido destacado pelos produtores em suas entrevistas.

Analisando os dados obtidos nas entrevistas realizadas com as distribuidoras, é possível entender um pouco de como funciona o mercado da distribuição nacional. Frente a pesquisa observou-se que as distribuidoras utilizam os mecanismos de incentivo para arrecadar os valores necessários na realização dos projetos, em especial o FSA, pois é um fundo que abrange todo o elo da cadeia cinematográfica nacional, porém é percebido uma ressalva dos distribuidores quanto a captar dinheiro do FSA pelo fato de todo o valor financiado ter de ser devolvido totalmente e de forma prioritária ao fundo.

A respeito da distribuição dos resultados obtidos com a distribuição, ao qual era um dos objetivos propostos por este trabalho, averiguou-se que existindo a devolução total dos valores financiados pelo FSA todo o resultado restante irá primeiro para a empresa distribuidora cobrindo os gastos da mesma com a

comercialização da obra e o restante será distribuído para os demais agentes da obra, normalmente estabelecidos conforme contratos feitos anteriormente.

### 4.3 Análise geral dos mecanismos de incentivo existentes

Através dos estudos e pesquisas realizados foi desenvolvido um quadro, levando em conta a opinião da autora a respeito das vantagens e desvantagens dos principais mecanismos de incentivo existentes no setor cinematográfico brasileiro, onde estão evidenciados no Quadro 6 a seguir.

Quadro 6 - Vantagens e desvantagens dos mecanismos de incentivo existentes no setor cinematográfico brasileiro

MECANISMO DE INCENTIVO	VANTAGENS	DESVANTAGENS
Art. 1º da Lei do Audiovisual	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tanto as pessoas Físicas ou Jurídicas podem contribuir, destinando parte do que devem do seu IR, à projetos audiovisuais;</li> <li>- O patrocinador poderá adquirir o CAV, dando-lhe direito a um percentual dos direitos de comercialização da obra e poderá lançar este valor como despesa operacional.</li> <li>- Abrange todos os elos da cadeia produtiva cinematográfica nacional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- O patrocinador poderá escolher os projetos aos quais quer investir, podendo dificultar a captação de recursos dos filmes de menor apelo comercial;</li> <li>- O patrocinador possuirá direitos de comercialização, diminuindo os resultados dos distribuidores da obra.</li> </ul>
Art. 1º -A da Lei do Audiovisual	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tanto as pessoas Físicas ou Jurídicas podem contribuir, destinando parte do que devem do seu IR;</li> <li>- Abrange todos os elos da cadeia produtiva nacional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- O patrocinador poderá escolher os projetos aos quais quer investir, podendo dificultar a captação de recursos dos filmes de menor apelo comercial;</li> <li>- O patrocinador não poderá lançar o patrocínio como despesa operacional e nem adquirir o CAV.</li> </ul>
Art. 3º da Lei do Audiovisual	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estimula as distribuidoras internacionais atuantes no país a investir em produções nacionais;</li> <li>- Permite às empresas deduzirem 70% do IR incidente das remessas ao exterior da comercialização de produtos brasileiros.</li> <li>- Patrocinador se torna coprodutor da obra, detendo direitos patrimoniais minoritários;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Os recursos investidos através das distribuidoras não podem ser utilizados na comercialização da obra, mas sim nos valores de produção da mesma.</li> <li>- Somente empresas distribuidoras estrangeiras podem investir neste programa, dificultando para as distribuidoras nacionais obterem um filme nacional de maior potencial comercial;</li> </ul>
Art. 3º -A da Lei do Audiovisual	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Permite a associação entre empresas de TV abertas e por assinatura com produtoras independentes nacionais, por meio 70% do IR incidente das remessas ao exterior da comercialização do conteúdo estrangeiro no Brasil;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- A empresa investidora tem a opção de escolher o projeto de produção independente que investirá seu capital, devendo este ser previamente aprovado pela ANCINE;</li> </ul>

	- Patrocinador se torna coprodutor da obra, detendo direitos patrimoniais minoritários;	
Art. 39 da MP 2228-1/01 - CONDECINE	- Valor captado através das taxas de contribuição da CONDECINE é distribuído ao FSA, responsável por fazer a redistribuição deste valor à cadeia cinematográfica.	- Toda a cadeia cinematográfica está sujeita a tributação da CONDECINE, porém há casos específicos de isenção ou redução da taxa. - Os <i>Streamings</i> e vídeos sob demanda são isentos de tributação da CONDECINE.
Art. 41 da MP 2228-1/01 - FUNCINE	- Abrange todos os elos da cadeia cinematográfica nacional, assim como infraestrutura, comercialização, distribuição, produção etc. - Tanto as pessoas Físicas ou Jurídicas podem contribuir, destinando parte do que devem do seu IR, ao fundo escolhido.	- Valor captado através do FUNCINE, precisará ser devolvido aos investidores do fundo. - Cada fundo possui um aporte de valor mínimo, geralmente são valores altos, portanto há muito mais Pessoas Jurídicas investindo.
FSA	- Beneficia todos os elos do setor cinematográfico nacional. - Conta com diversas fontes de receita, principalmente da CONDECINE; - É o mecanismo de incentivo que mais destina recursos para o desenvolvimento da indústria audiovisual brasileira.	- Todo valor financiado para projetos precisar ser devolvido prioritariamente ao fundo.
IBERMEDIA	- Estimula à promoção, produção e à distribuição de filmes ibero-americanos; - Abrange toda a cadeia produtiva cinematográfica ibero-americana. - Todos os 22 países membros precisam contribuir com um valor mínimo anual.	- Alguns países contribuem com valores maiores que outros países. - Só podem participar do programa IBERMEDIA as empresas que trabalharem em conjunto com algum dos países ibero-americanos membros do programa.
LEI ROUANET	- Contempla curtas e médias metragens para TV e rádio; - Tanto as pessoas Físicas ou Jurídicas podem contribuir, destinando parte do que devem do seu IR, à projetos culturais.	- Por abranger diversos tipos de projetos culturais, não abrange toda a cadeia cinematográfica. - Contempla apenas alguns tipos de obras audiovisuais, longas por exemplo não são contemplados.
PAQ	- Podem concorrer no edital, produtores que ganharam prêmios ou indicação em festivais nacionais e internacionais; - Desde 2006 até 2014 a média de filmes contemplados pelo PAQ foi de 7,5 filmes por ano.	- Só podem participar dos editais os filmes que ganharam prêmios ou indicação de melhor filme e melhor diretor; - O último edital para contemplação do PAQ foi em 2014.
PAR	- Em 2014 passou a contemplar somente as empresas exibidoras nacionais, com o intuito de estimular o processo de digitalização do parque exibidor nacional. - Contempla empresas exibidoras conforme os dias em que os filmes ficaram ofertados na bilheteria.	- A partir de 2014 o programa passou a contemplar somente as exibidoras, deixando de ser um programa abrangente para todo o setor cinematográfico brasileiro; - Só podem participar do programa as exibidoras que tiverem uma ou duas salas em seu parque exibidor.

Fonte: Elaborado pela autora com base nas pesquisas estudadas.

De acordo com o Quadro 6 foi possível concluir que dos mecanismos de incentivo existentes no mercado os mais abrangentes para o setor cinematográfico nacional são o Art. 1º e Art. 1º -A da Lei do Audiovisual juntamente com Art. 41 da MP 2228-1/01 que trata sobre a FUNCINE e o FSA.

Porém cada um destes programas de incentivo possui suas ressalvas, pois os Art. 1 e Art. 1º -A da Lei do Audiovisual são oferecidos às empresas para que escolham os projetos aos quais querem apoiar, sendo mais beneficiados aqueles projetos que possuem maior apelo comercial, pois podem trazer maior retorno financeiro aos investidores.

Já o Art. 41 da MP 2228-1/01 que trata a respeito da FUNCINE, é um fundo destinado a captação de recursos para obras cinematográficas nacionais, porém como é um fundo que detém valor mínimo de investimento sendo este muitas vezes valores altos para pessoas físicas, é mais procurado por empresas e estas empresas também escolhem os projetos aos quais pretende investir, mais uma vez tornando os filmes independentes mais lesados por terem baixa procura, estando esta ligada aos riscos que o projeto traz aos investidores.

Portanto o FSA se torna o mecanismo de incentivo mais abrangente de todos os existentes no mercado pois contempla todos os elos da cadeia produtiva cinematográfica nacional, além de contemplar diversos tipos de obras cinematográficas, desde curtas, médias e longas metragens e disponibilizar recursos para obras tanto comerciais como independentes sem levar em consideração às obras que poderão ou não trazer maior retorno financeiro, destacando a preocupação do fundo para com a cultura nacional.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho buscou analisar a distribuição dos resultados sobre produções cinematográficas brasileiras como também evidenciar os investimentos e financiamentos existentes para este setor.

Desde os primórdios da indústria cinematográfica brasileira, existe uma relação de dependência entre o cinema nacional e o Estado, tendo sido criadas Leis de incentivo voltadas ao setor cinematográfico ao longo da história. Porém com a extinção da EMBRAFILME e CONCINE no início de 1990, houve um período em que o cinema nacional passou por uma crise não havendo investimentos para a realização das obras, vindo a recuperar-se somente em 1995 com a criação de novas Leis de incentivo, cujas quais existem até o presente momento e fortalecem a indústria cinematográfica brasileira.

Atualmente mais de 70% dos filmes nacionais que são exibidos em salas de exibição utilizam parcial ou integralmente algum dos mecanismos de incentivo existentes no mercado, sendo o FSA o programa que mais destina dinheiro para a sustentação do meio cinematográfico, abrangendo não só os três elos da cadeia produtiva cinematográfica nacional como também destina recursos voltados para infraestrutura de serviços.

O FSA além de abranger todos os elos do setor cinematográfico brasileiro ainda auxilia os produtores independentes e iniciantes de diferentes regiões do Brasil, pois quem é responsável pela escolha das produções que concorrem nos editais é a ANCINE, diferentemente dos Art. 1º, 3º e 3º -A da Lei do Audiovisual que acabam por beneficiar mais os filmes com apelo comercial e o eixo Rio-São Paulo, pois como quem vai patrocinar as produções são em grande maioria as empresas, estas acabam por escolher filmes que possam lhes dar um retorno financeiro maior sobre os valores investidos nas produções.

A distribuição dos resultados ganhos através das produções cinematográficas normalmente é realizada através de contratos firmados anteriormente à produção de cada filme. Porém, se a empresa produtora ou distribuidora captou dinheiro por meio do FSA, o valor precisará ser devolvido totalmente ao fundo prioritariamente, para que depois distribua-se a parte dos custos de comercialização à distribuidora e por seguinte faça-se a distribuição dos demais agentes da obra.

O retorno financeiro obtido pelas empresas produtoras e distribuidoras acaba não alcançando resultados significativos, pois se as mesmas arrecadarem valores de algum fundo de investimentos, FSA por exemplo, terão de devolver o capital levantado de forma prioritária ao fundo, e os valores restantes quando obtidos não são resultados expressivos.

A indústria cinematográfica nacional evoluiu com o passar do tempo e ainda tem muito a evoluir, os filmes nacionais têm alcançado cada vez mais público e estes resultados estão ligados ao aumento de investimentos existentes para o setor, com a criação de medidas para diversificar a destinação dos recursos afim de que os recursos sejam destinados às cinco regiões do Brasil de forma igualitária. A destinação de recursos via mecanismos de incentivo para os três elos da cadeia produtiva cinematográfica nacional também é um motivo para o crescimento da indústria no país, pois com maior distribuição, divulgação e salas de cinema, maior vai ser o alcance que estas obras terão em todo o país.

Como o presente trabalho se direcionou às empresas produtoras e distribuidoras nacionais sugere-se, como futuras pesquisas, estudar a respeito dos três elos da cadeia produtiva cinematográfica nacional, incluindo as empresas exibidoras na pesquisa; assim como buscar um maior aprofundamento sobre os investimentos privados existentes para o setor visto a falta de bibliografia a respeito do mesmo, e a busca por encontrar os melhores mecanismos de incentivo existentes para cada um destes três setores com o intuito de auxiliar produtoras, distribuidoras, exibidoras e a quem mais se interessar pelo tema deste trabalho.

## REFERÊNCIAS

AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA (ANCINE). **Análise dos investimentos do FSA em produção de obras audiovisuais destinadas ao mercado inicial de salas de exibição.** Rio de Janeiro: ANCINE, maio. 2019. Disponível em: [https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/analise\\_chamadasfsa\\_cinema.pdf](https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/analise_chamadasfsa_cinema.pdf). Acesso em: out. 2021.

AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA (ANCINE). **Anuário estatístico do cinema brasileiro:** 2019a. Rio de Janeiro: ANCINE, dez. 2021. Disponível em: [https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/anuario\\_2019.pdf](https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/anuario_2019.pdf). Acesso em: 3 maio. 2021.

AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA (ANCINE). **Apresentação.** [S. l.], Rio de Janeiro: ANCINE, [2020a?]. Disponível em: <https://antigo.ancine.gov.br/ancine/apresentacao>. Acesso em: 2 maio. 2020.

AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA (ANCINE). **Fiscalização: o que é.** [S. l.], Rio de Janeiro: ANCINE, [2020b?]. Disponível em: <https://antigo.ancine.gov.br/pt-br/fiscalizacao/o-que-e>. Acesso em: 2 maio. 2020.

AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA (ANCINE). **Fomento: o que é.** [S. l.], Rio de Janeiro: ANCINE, [2020c?]. Disponível em: <https://antigo.ancine.gov.br/pt-br/fomento/o-que-e>. Acesso em: 2 maio. 2020.

AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA (ANCINE). **Recolhimento da CONDECINE.** [S. l.], Rio de Janeiro: ANCINE, [2020d?]. Disponível em: <https://antigo.ancine.gov.br/pt-br/condecine>. Acesso em: 2 maio. 2020.

AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA (ANCINE). **Utilização dos mecanismos de fomento geridos pela ANCINE nos filmes brasileiros lançados em salas de exibição (2013-2018).** Rio de Janeiro: ANCINE, 29 de jun. 2020e. Disponível em: [https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/relatorio\\_de\\_fomento\\_2013-2018.pdf](https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/relatorio_de_fomento_2013-2018.pdf). Acesso em: 4 maio. 2021.

AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA (ANCINE). **Resultados Consolidados do FSA - 10 anos.** Relatório. Rio de Janeiro: ANCINE, jan. 2019b. Disponível em: <https://fsa.ancine.gov.br/sites/default/files/atas-atividades/Resultados-Consolidados-FSA-10-anos.v2.pdf>. Acesso em: 4 maio. 2021.

ALMEIDA, Cristóvão Domingos; MENDES, Cleber Morelli. Indústria cinematográfica brasileira: uma análise do atual panorama. **Rev. PASSAGENS – Prog. de Pós-Graduação em Comunic. UFC.** Ceará: vol 8, Nº 2, p. 173-187. 2017.

ANDRADE, Igor Halter. Luz, câmera, captação: uma análise dos mecanismos federais de fomento e incentivo ao audiovisual brasileiro após o fim da Embrafilme. **O Mosaico:** revista de pesquisa em artes, Curitiba, n. 4, p. 207-224. jul/dez. 2017. Disponível em: <file:///C:/Users/ariad/Downloads/1833-5962-1-PB.pdf>. Acesso em: 8 maio. 2021.

ASSAF NETO, A. **Estrutura e análise de balanços: um enfoque econômico financeiro**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

ASSAF NETO, A. Tudo sobre ROI: retorno de investimento. **Gen Negócios & Gestão**, São Paulo, 7 nov. 2019. Disponível em: <https://gennegociosegestao.com.br/tudo-sobre-roi-retorno-do-investimento/>. Acesso em: 14 abr. 2020.

BRASIL. Lei 8.685, de 20 de julho de 1993. **Dispõe sobre mecanismos de fomento à atividade audiovisual e dá outras providências**. Diário Oficial da União - Seção 1 - 21/7/1993, Página 10107 Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8685.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8685.htm). Acesso em: 7 maio, 2021.

BRASIL. **Comparativo de captação de recursos por ano e área cultural**. SalicNet. Ministério da Cultura. 2021. Disponível em: <http://sistemas.cultura.gov.br/comparar/salicnet/salicnet.php>. Acesso em: 18 maio. 2021.

BRASIL. Presidência da República. Casa Civil. Subchefia para Assuntos Jurídicos. Medida provisória nº 2.228-1, de 6 de setembro de 2001. **Portal da Legislação**. Brasília, DF, 6 set. 2001. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/mpv/2228-1.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/mpv/2228-1.htm). Acesso em: 19 maio. 2021.

BRASIL. Secretaria Especial de Cultura. **O que é a Lei de incentivo?** Brasília, DF: Secretaria Especial de Cultura, [2020?]. Disponível em: <http://leideincentivoacultura.cultura.gov.br/o-que-e/>. Acesso em: 20 abr. 2020.

BRASIL. Secretaria Especial de Cultura. **Lei Rouanet: Como funciona o mecanismo de fomento à cultura**. Ministério do Turismo. Jul, 2018. Disponível em: <http://cultura.gov.br/lei-rouanet-como-funciona-o-mecanismo-de-fomento-a-cultura/>. Acesso em: 18 maio. 2020.

BRASIL. Secretaria Especial de Cultura. **Nova Lei de incentivo à cultura reduz de R\$ 60 milhões para R\$ 1 milhão teto de captação por projeto**. 11 de abr. 2019. Disponível em: <http://leideincentivoacultura.cultura.gov.br/noticias/saiba-como-funciona-a-lei-de-incentivo-a-cultura/>. Acesso em: 18 maio. 2021.

CARMELO, Bruno. Polícia Federal - A Lei é Para Todos: Filme sobre a Lava Jato faz pré-estreia com Sérgio Moro e outros juízes. **Adoro Cinema**. 29 ago. 2017. Disponível em: <http://www.adorocinema.com/noticias/filmes/noticia-133609/>. Acesso em: 20 maio 2021.

CHALRÉO, Fernando. Distribuição cinematográfica: como um filme chega a um cinema perto de você. **ILOS**. 24 fev. 2016. Disponível em: <https://www.ilos.com.br/web/distribuicao-cinematografica-como-um-filme-chega-um-cinema-perto-de-voce/>. Acesso em: 15 out. 2021.

COLTRO, Alex. **Teorias burocrática e estruturalista**. Escola Superior de Agricultura "Luiz de Queiroz". São Paulo: USP. abr. 2005. Disponível em: [https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4555193/mod\\_resource/content/1/A%20apostila%2004.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4555193/mod_resource/content/1/A%20apostila%2004.pdf). Acesso em: 10 out. 2021.

COMISSÃO DE VALORES IMOBILIÁRIOS (CVM). Crowdfunding de investimento. 1ª Ed. Rio de Janeiro: CVM, 2019. Disponível em: <https://www.investidor.gov.br/portaldoinvestidor/export/sites/portaldoinvestidor/publicacao/Cadernos/CVM-Caderno-12.pdf>. Acesso em: 22 out. 2021.

CONFERÊNCIA DE AUTORIDADES AUDIOVISUAIS E CINEMATOGRAFICAS IBERO-AMERICANAS (CAACI). **Programa Ibermedia**. [S. l.: s. n.], 2019. Disponível em: <https://caaci-iberoamerica.org/pt-pt/quem-somos/programas/>. Acesso em: 18 maio. 2021.

CONFERÊNCIA DE AUTORIDADES AUDIOVISUAIS E CINEMATOGRAFICAS IBERO-AMERICANAS (CAACI). **Apoio ao desenvolvimento de projetos de cinema ibero-americanos**. [S. l.: s. n.], 2020. Disponível em: [https://www.programaibermedia.com/wp-content/uploads/2017/11/basesdes2020\\_ficcdoc\\_01\\_por.pdf](https://www.programaibermedia.com/wp-content/uploads/2017/11/basesdes2020_ficcdoc_01_por.pdf). Acesso em: 18 maio. 2021.

DE LUCCA, Guss. Tropa de Elite 2 é o Melhor Investimento do Ano. **Último Segundo**. iG. São Paulo: 23 de nov. 2010. Disponível em: <https://ultimosegundo.ig.com.br/cultura/cinema/tropa-de-elite-2-e-o-melhor-investimento-do-ano/n1237837138279.html>. Acesso em: 14 abr. 2020.

EARP, Fábio de Sá. SROULEVICH, Helena. O mercado do cinema no Brasil. p. 181-199. In **Políticas culturais: reflexões e ações**. Itaú Cultural: São Paulo, 2009. (Série Textos para Discussão). Disponível em: [http://d3nv1jy4u7zmsc.cloudfront.net/wp-content/uploads/itau\\_pdf/001513.pdf](http://d3nv1jy4u7zmsc.cloudfront.net/wp-content/uploads/itau_pdf/001513.pdf). Acesso em 20 out. 2021.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GUALDA, L. ESTEVAM, C. A. Cinema e economia: o potencial cinematográfico brasileiro nas produções pós-retomada “Minha mãe é uma peça e De pernas pro ar 2”. **Revista do Agronegócio – Reagro**, Jales, v.4, n.1, p. 41-48, jan/jun. 2015. Disponível em: [https://fatecitapetininga.edu.br/perspectiva/pdf/08/artigo08\\_2.PDF](https://fatecitapetininga.edu.br/perspectiva/pdf/08/artigo08_2.PDF). Acesso em: 10 maio. 2020.

IKEDA, Marcelo. **O Impacto da Lei Rouanet e da Lei do Audiovisual no processo de “retomada” do cinema brasileiro**. In: II ENCONTRO INTERNACIONAL DE DIREITOS CULTURAIS, 2. 2013, Fortaleza: UFC. Disponível em: <http://www.direitosculturais.com.br/download.php?id=71>. Acesso em: 12 maio. 2021.

KASSAI, J. R.; KASSAI, S.; SANTOS, A.; ASSAF Neto, A. **Retorno de investimento: abordagem matemática e contábil do lucro empresarial**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2000.

LIONÇO, V.; PINHEIRO, L. P.; DO NASCIMENTO, V. G. M. CINEARES: Cinema, Cultura e Integração Social. In: XXXI SEURS – Seminário de Extensão Universitária da Região Sul. 2013, Florianópolis, SC. **Anais Eletrônicos...** Florianópolis, UFSC, ago de 2013. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/117438/Cultura%20-%20CINEARES%20CINEMA%2C%20CULTURA%20E%20INTEGRA%C3%87%C3>

%83O%20SOCIAL%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 19 abr. 2021.

LEÃO, Bernardo Macedo de Souza. **Fundo de investimento privado na distribuição de cinema no Brasil**. 56f. Monografia – Dupla Graduação em Direito e Administração, Fundação Getúlio Vargas. Rio de Janeiro, jul. 2017.

MAIA, Lucas Bueno. **Produção, Distribuição e Exibição – Cinema Brasileiro da Retomada (1995–2005)**. 83f. Monografia – Curso de Ciências Econômicas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.

MARION, Jose Carlos. **Contabilidade Básica**. 10ª ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MARSON, Melina Izar. **O Cinema da Retomada: Estado e Cinema no Brasil da Dissolução da Embrafilme à Criação da Ancine**. Fev, 2006. 198f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) Programa do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, SP, 2006.

MATTA, João Paulo Rodrigues. Marcos Histórico-estruturais da Indústria Cinematográfica: Hegemonia Norte-Americana e Convergência Audiovisual. *In: IV ENECULT – Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura*. 2008. **Anais Eletrônicos...** Salvador: UFBA, 2008. Disponível em: <http://www.cult.ufba.br/enecult2008/14363-01.pdf>. Acesso em: 27 maio. 2021.

MICHEL, Rodrigo Cavalcante; AVELLAR, Ana Paula. **Indústria Cinematográfica Brasileira de 1995 a 2012: Estrutura de Mercado e Políticas Públicas**. Nova Economia, Belo Horizonte: dez. 2014.

MOTION PICTURE ASSOCIATION (MPA). **Theme report: 2020**. Washington D. C. USA: MPA, 2020. Disponível em: <https://www.motionpictures.org/wp-content/uploads/2021/03/MPA-2020-THEME-Report.pdf>. Acesso em: 14 out. 2021.

MOURA, Fernando. A Bela Época (Primórdios-1912), Cinema Carioca (1912-1930). *In: RAMOS, Fernão. História do Cinema Brasileiro*. São Paulo: Art Editora, 1987.

NADALE, Marcel. Top 10: filmes mais rentáveis da história. **Superinteressante**, São Paulo: Abril, 23 de mar. 2012. Disponível em: <https://super.abril.com.br/mundo-estranho/top-10-os-filmes-mais-rentaveis-da-historia/>. Acesso em: 14 abr. 2020.

NATARELLI, Talita Vanessa Penariol. O Financiamento do Cinema no Brasil e a Trajetória LatinoAmericana: Produção, Distribuição e Publicidade. *In: CELACOM*, 15. 2011, Araraquara, SP. **Anais Eletrônicos...** Araraquara, UNESP, 2011. Disponível em: <https://celacom.fclar.unesp.br/pdfs/81.pdf>. Acesso em: 12 abr. 2021.

OLIVO, T.; ODORCIK, E. da C.; SCHVIRCK, E. Estudo de Caso: Análise Financeira das Demonstrações Contábeis em uma empresa agropecuária. **E-CAP Electronic Accounting and Management**. Vol. 2, Nº 2. 2010.

PADOVEZE, Clóvis Luís; FREZATTI, Fábio; BENEDICTO, Gideon Carvalho de. A Decisão de Distribuição de Lucros. **Caderno de Estudos**, São Paulo, n. 11, p. 01-11. jun. 1994.

PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE (PMI). **Um Guia do Conhecimento em Gerenciamento de Projetos (Guia PMBOK)/Project Management Institute**. 6. ed. Pennsylvania, USA: PMI Book Service Center. 2017. Disponível em: <https://dicasliderancagp.com.br/wp-content/uploads/2018/04/Guia-PMBOK-6%C2%AA-Edi%C3%A7%C3%A3o.pdf>. Acesso em: 5 out. 2021.

REILLY, T.; CUNNINGHAM, T. 41 A-List Actors who Bombed. **The Wrap**, 28 jan. 2015. Disponível em: <https://www.thewrap.com/41-a-list-actors-who-bombed-as-hard-as-johnny-depp-in-mordecai/>. Acesso em: 22 maio. 2021.

ROCHA, Flávia Pereira. **Coprodução cinematográfica internacional e a política audiovisual brasileira (1995-2010)**. 2012. 227f. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade de Brasília, Brasília, DF. 2012.

SILVA, Edna Lúcia da; MENEZES, Estera Muszkat. **Metodologia da Pesquisa e Elaboração de Dissertação**. 2. ed. rev. Florianópolis: UFSC/PPGEP/LED, 2001.

SILVA, C. A. T. **Administração do Capital de Giro**. 3ª Ed. São Paulo: Atlas, 2008.

SOARES, Jéssica. **10 Desastres de Bilheteria do Cinema**. Superinteressante, São Paulo: Editora Abril, 4 de jun. 2013. Disponível em: <https://super.abril.com.br/blog/superlistas/10-desastres-de-bilheteria-do-cinema/>. Acesso em: 29 abr. 2020.

SOUZA, José Inácio de Melo; TRUSZ, Alice Dubina; ARAÚJO, Luciana Corrêa; & etc. **Nova história do cinema brasileiro**. 1. ed. São Paulo: Edições Sesc, set. 2018.

SZUSTER, Natan. **Análise do Lucro Passível de Distribuição**: uma abordagem reconhecendo a Manutenção do Capital da empresa. Tese de Doutorado, p. 1, FEA/USP, 1985.

TENDÊNCIAS CONSULTORIA INTEGRADA. **O impacto econômico do setor audiovisual brasileiro**. Rio de Janeiro: Motion Picture Association América Latina (MPA-AL), out. 2016. Disponível em: [https://www.mpa-americalatina.org/wp-content/uploads/2016/10/LOW\\_ESTUDO\\_MPAAL\\_21x30\\_06-06-16.pdf](https://www.mpa-americalatina.org/wp-content/uploads/2016/10/LOW_ESTUDO_MPAAL_21x30_06-06-16.pdf). Acesso em: 21 out. 2021.

TOLDO, Giordano Schmitz; LOPES, Fernando Dias. Cinema Como Arte ou Entretenimento: uma visão de seus realizadores e a estrutura organizacional de suas produtoras. **REAd. Rev. Eletrônica de Administração**. Porto Alegre: vol. 23, Nº 2, p. 167-190, mai/ago. 2017. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/1413.2311.176.60848>. Acesso em: 02 maio 2020.

VOGEL, Harold L. **Entertainment Industry Economics**: a guide for financial analysis, 4 ed. New York: University of Cambridge, 1998.

ZAVERUCHA, Vera. **Lei do Audiovisual Passo à Passo**. Rio de Janeiro: ago de 1996. Disponível em: <https://www.gov.br/ancine/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/artigos/lei-do-audiovisual-passo-a-passo>. Acesso em: 10 maio. 2021.

## APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO PARA AS PRODUTORAS

1. Em média quantos filmes a produtora produz ao ano?
2. Em média quantos dos projetos produzidos no ano conseguem o apoio de mecanismos de incentivo?
3. Como sua produtora analisa a necessidade de investimento e o retorno de investimento para os projetos que serão produzidos?
4. A sua produtora já conseguiu investimentos para as produções sem usar mecanismos de incentivo?  
 Sim                       Não
5. Se você respondeu sim na pergunta anterior:
  - a) A sua produtora teve que arcar com algum custo nas produções?
  - b) A sua produtora teve algum retorno sobre o valor investido?
6. Em sua opinião, seria possível o cinema sobreviver sem o apoio dos mecanismos de incentivo existentes hoje?
7. Em sua opinião, qual dos mecanismos de incentivo existentes no mercado hoje, seria o melhor?  
 Art. 1º                       Art. 3º                       Lei Rouanet  
 Art. 1º- A                       Art. 3º- A                       FSA
8. Em sua opinião existe muita burocracia no processo para conseguir apoio de mecanismos de incentivo?
9. Em sua opinião as produções cinematográficas geram mais lucros ou prejuízos?
10. Como é feita a distribuição dos resultados sobre as produções cinematográficas?

## APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO PARA AS DISTRIBUIDORAS

1. Em média quantos filmes são distribuídos pela distribuidora ao ano?
2. Como é feita a análise dos filmes que serão distribuídos? Quais os critérios analisados pela distribuidora?
3. A distribuidora já conseguiu recursos via mecanismos de incentivo?  
 Sim  Não
4. Se você respondeu sim na pergunta anterior:
  - a) Os recursos conseguidos pela distribuidora foram suficientes para arcar com os custos de distribuição?
  - b) Os recursos obtidos pela distribuidora foram advindos de qual dos mecanismos de incentivo?
  - c) Há algum retorno sobre o valor investido?
5. Em sua opinião, seria possível o cinema sobreviver sem o apoio dos mecanismos de incentivo existentes hoje?
6. Em sua opinião existe muita burocracia no processo para conseguir apoio de mecanismos de incentivo?
7. Em sua opinião as produções cinematográficas geram mais lucros ou prejuízos?
8. Como é feita a distribuição dos resultados sobre as produções cinematográficas?