

## A INDÚSTRIA DA SÉTIMA ARTE NO BRASIL: UMA ANÁLISE DA LEI DO AUDIOVISUAL

Rodrigo Cavalcante Michel<sup>1</sup>  
Ana Paula Avellar<sup>2</sup>

**Resumo:** O termo Economia da Cultura trata da produção e organização dos bens culturais. Além de abordar as artes e espetáculos, esse campo também contempla as indústrias culturais, muitas vezes mesclando com estudos de Economia Industrial. O objetivo deste trabalho é caracterizar o cinema nacional como indústria e fazer a avaliação qualitativa de alguns dados sobre a produção de filmes nacionais e os recursos arrecadados pela Lei do Audiovisual que fomentam essa produção. O trabalho conclui que a política de fomento tem sido importante para a produção cinematográfica, conseguindo iniciar a retomada do cinema brasileiro.

**Palavras-chave:** Indústria cinematográfica, Lei Audiovisual, Política Industrial, Economia da Cultura

O termo Economia da Cultura se refere a uma área da ciência econômica que estuda a produção e organização dos bens culturais, bem como seus efeitos multiplicadores, pois como qualquer outra produção a cultura gera emprego e renda. Entretanto, esse tema envolve também outras questões de investigação como hábitos de consumo, formação de valor de obras artísticas, valor cultural, acesso à cultura, entre outros.

Em certas temáticas o campo da economia da cultura pode mesclar-se à análise de economia industrial, pois além de tratar das artes e espetáculos, esse nascente campo abrange também as indústrias culturais. Como afirma Benhamou (2007):

*Restrita durante muito tempo ao campo da arte, segunda a tradição anglo-saxã, a economia da cultura ignorou as indústrias culturais, por considerar que essas fariam parte da economia industrial. No entanto, os vínculos entre as indústrias culturais e as artes ao vivo ou as belas-artes são mais forte do que se acredita. O papel de vitrine promocional que o espetáculo ao vivo representa para a música gravada, os produtos derivados de todos os gêneros provenientes de nossos museus, a importância da criação na origem dos produtos industriais, tudo isso milita em favor de colocar as indústrias*

---

<sup>1</sup> Mestrando em Economia Universidade Federal de Uberlândia.  
rodrigo\_cmichel@yahoo.com.br

<sup>2</sup> Docente do Programa de Pós-Graduação em Economia da Universidade Federal de Uberlândia. anaavellar@ie.ufu.br



*cultuais, o cinema, a edição de livros e a gravação de discos no campo da economia da cultura. (BENHAMOU, 2007, p.19)*

De acordo com Valiati (2005) a economia da cultura trata-se de um instrumental para analisar os impactos econômicos das atividades culturais. Emprego, renda e as externalidades que essas atividades geram são estudados por essa abordagem da economia, bem como a renúncia fiscal, o financiamento, e a relação das empresas privadas e o Estado no setor cultural.

Dentro desse campo de estudos faz-se necessário salientar a diferença entre dois setores: o cultural e o criativo. O primeiro engloba duas atividades, a saber, as atividades que se caracterizam por seu consumo imediato e não tem o objetivo de reprodução em massa (pinturas, exposições, esculturas espetáculos), e também as atividades artísticas que envolvem a reprodução industrial, como no caso dos livros filmes e música. (GORGULHO, *et al*, 2009)

Já nos setores criativos, o insumo cultura é utilizado como um fator de diferenciação ou até mesmo de inovação. As atividades referentes a esse setor são as de publicidade, arquitetura, design e moda. A diferença entre os dois setores está no modo de incorporar a cultura na produção. Enquanto os setores culturais englobam as atividades que trabalham a cultura, os setores criativos utilizam-se desta como *input* à produção de bens e serviços não cultural. (GORGULHO, *et al.*, 2009)

A atividade cinematográfica se insere no setor cultural da economia da cultura, e possui políticas públicas dirigidas especificamente a esse setor, como é o caso da Lei do Audiovisual brasileira, que objetiva o fomento e a retomada da produção de filmes nacionais.

Dentro desse debate, o presente artigo tem como objetivo caracterizar a indústria do cinema nacional e analisar o papel das políticas públicas para o desenvolvimento desse setor industrial, focando na aplicação e efeitos da Lei do Audiovisual no Brasil.

Alguns dados foram obtidos de instituições como BNDES, IBGE e ANCINE. Entretanto, devido ao fato de a Economia da Cultura ainda não ser bem difundida no Brasil, o país ainda carece de uma base de dados consistente para o setor. Assim, devido a uma alta utilização da base de dados do site FilmeB em um número considerável de artigos acadêmicos, esta também é utilizada aqui para algumas análises empíricas.

Além dessa introdução o presente artigo está dividido em quatro seções. A primeira seção procura caracterizar o cinema nacional como um setor industrial, a

segunda aborda o financiamento da produção cinematográfica no Brasil, a terceira mostra os efeitos da Lei do Audiovisual e a quarta traz algumas considerações finais.

## 1. O CINEMA NACIONAL COMO INDÚSTRIA

Estudos e debates são travados em torno da questão dicotômica entre arte e indústria na atividade cinematográfica. Mas a questão não é de difícil solução, pois considera-se que o cinema é arte, e que sua produção se realiza na indústria cinematográfica, ou seja, trata-se de uma atividade artístico-industrial. Como afirma Dahl (2002):

*Arte, cultura, são os filmes. Cinema são eles passando numa tela para o público. Sem o qual o fenômeno não se dá. O conjunto de atividades e serviços que levam até o espectador é, como chamam os americanos, indústria. Uma cadeia econômica em que os elos da produção, distribuição, exibição e difusão nos meios eletrônicos se comportam sistemicamente, como vasos comunicantes (DAHL, 2002, p.1)*

Essa atividade econômica pode ser considerada indústria, pois existem várias instituições onde são estabelecidos contratos com empregados e empregadores, fornecedores, distribuidores e clientes, as empresas. No caso do cinema existem empresas produtoras, distribuidoras e exibidoras do produto final. O grupo dessas empresas, que se volta para a produção da mercadoria “filme” constitui a indústria cinematográfica (esses conceitos de empresa e indústria estão definidos em Dantas *et al.* (2002).

Esse setor é constituído de uma cadeia produtiva da indústria cinematográfica em que no centro posicionam-se as empresas produtoras, de infra-estrutura, distribuidoras e exibidoras. Entretanto outros tipos de empresas também fazem parte desta cadeia, como as fabricantes do material utilizado na produção (câmeras, computadores, tripés e trilhos, etc.), as produtoras dos figurinos e cenários, as videolocadoras e outras.

O elo da produção da cadeia produtiva encontra-se bastante pulverizado, com um número restrito de pequenas empresas geralmente personificadas na pessoa do diretor. Existem algumas exceções (como o caso da O2 filmes e Conspiração Filmes) que são empresas maiores, mas que também atuam em outros segmentos, como a publicidade. Esse segmento pode ser considerado o de maior risco na cadeia, pois é o

último a ser remunerado. Tal remuneração decorre do lucro auferido após o recolhimento do distribuidor e do exibidor. (GORGULHO, *et al.*, 2009)

O segmento da Infra-estrutura compreende as empresas que locam alguns meios de produção, como cenários, equipamentos, etc. De maneira geral, são pequenas e médias empresas concentradas principalmente nas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro. Segundo relatório do BNDES nesse segmento apresenta-se uma carência de estúdios para a produção nacional. (GORGULHO, *et al.*, 2009)

A distribuição nessa indústria é a aquisição dos direitos de comercialização do produtor, impressão de cópias fiscais, divulgação, entre outros. Trata-se de um segmento altamente concentrado e dominado pelas majors como Sony, Paramount e Warner. Segundo dados do IBGE, em 2007 as majors detinham 66% da distribuição de filmes nacionais. (GORGULHO, *et al.*, 2009)

No que tange ao segmento exibição, pode-se afirmar que o “parque exibidor” no Brasil é pequeno. Os dados do número de salas de cinema no Brasil serão apresentados a seguir e mostram esse cenário. O maior “exibidor” no país é a empresa Cinemark. Este segmento é o primeiro a ser remunerado na cadeia. (GORGULHO, *et al.*, 2009)

No que se refere ao mercado de cinema nacional pode-se observar que este se encontra ainda tímido em comparação a países como EUA ou Índia (os maiores produtores). Um indicador relevante para a compreensão desse setor industrial refere-se à quantidade de salas de cinema nos municípios brasileiros que ainda é pequena, de acordo com dados do IBGE em 2006, pois somente 9% dos municípios apresentavam salas de cinema. Entretanto, em relação às videolocadoras essa porcentagem é de 82%, como mostram os dados da Tabela 2.

Tabela 2 - Percentual de municípios brasileiros com equipamentos culturais (1999 e 2006)

<b>Discriminação</b>	<b>1999</b>	<b>2006</b>
Com 13 ou mais equipamentos culturais	4%	5%
Livrarias	36%	30%
Emissoras TV	9%	10%
Provedor internet	16%	46%
Lojas CDs e DVDs	34%	60%
Videolocadoras	64%	82%
Rádio FM	34%	34%
Rádio AM	30%	21%
Sala de teatro	14%	21%
Salas de cinema	7%	9%

Fonte: IBGE (2009).

Ao comparar os dados brasileiros com o mercado internacional, percebe-se que relativamente o mercado nacional é pequeno. Segundo dados do Filme B referente ao número de salas nos países em 2007, enquanto nos EUA apresentam-se 38.974, na Índia 10.189, no Brasil esse número é de 2.120 salas de cinema.

A Tabela 1 ilustra o caso brasileiro com os dados apresentados como o consumo das famílias com cinema. Observa-se que esse consumo é baixo, em relação ao total dos dispêndios culturais, segundo dados da POF de 2003. Constata-se também que as classes mais altas consomem mais 5,2% do total dos dispêndios culturais

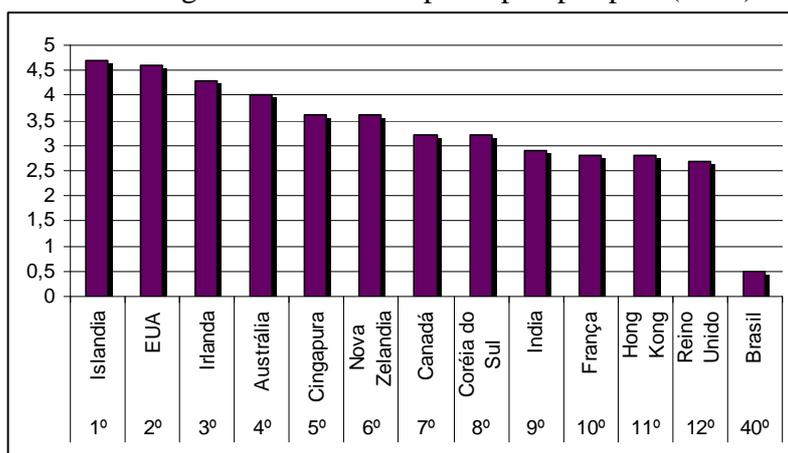
Tabela 1 - Proporção de cada bem no total dos dispêndios culturais por classe de renda - (Em %)

<b>Itens de despesa cultural</b>	<b>A/B</b>	<b>C</b>	<b>D/E</b>	<b>Total</b>
Cinema	5,2	3,4	1,7	3,8
Fotografia, aparelhos óticos e audiovisual	6,1	6,1	5,5	6
TV a cabo	11,4	4,3	1	6,9
Equipamento de TV	7,5	13,8	26,5	13,7
Vídeo - conteúdo	9,2	7,8	3,8	7,6
Equipamento de vídeo	3,6	3,9	1,6	3,2
Audiovisual	45	39,4	40,1	41,2
Circo	0	0,1	0,1	0,1
Artes (teatro, dança, museus, etc.)	4,5	4,1	3,9	4,3
Música (instrumentos, shows, etc.)	2,8	2,2	1,8	2,4
Espetáculo vivo e artes	7,3	6,4	5,8	6,7
CD, vinil, fita, etc.	3,8	3,9	3,9	3,9
Equipamento de som	5,3	11,5	20,7	10,7
Indústria fonográfica	9,2	15,4	24,6	14,6
Didáticos	2,5	2,7	5,1	3,1
Livro	2,1	1,7	1,1	1,8
Periódicos (jornal, revista, etc.)	12,5	11	6,8	10,8
Leitura	17,1	15,4	13	15,6
Acessório de Micro	0,8	0,4	0,1	0,5
Internet	4,2	1,4	0,3	2,4
Equipamento de micro	2,8	4,3	3	3,3
Microcomputador	9,8	10	3,3	8,4
Microinformática	17,4	16,1	6,7	14,6
Outras saídas (boate, danceteria, zôo, etc.)	5,9	7,3	10	7,3
<b>Consumo Cultural</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fonte: POF/IBGE (2002/2003), *apud* Cultura, 2004, p.32

O indicador Ingresso per capita pode ser analisado no Gráfico 1. Segundo os dados apresentados o Brasil ocupa o 40º lugar, com um valor de 0,5. Esse dado é construído dividindo o total de público de cinema pela população, segundo dados de 2007.

Gráfico 1 – Ingressos de cinema per capita por país (2007)

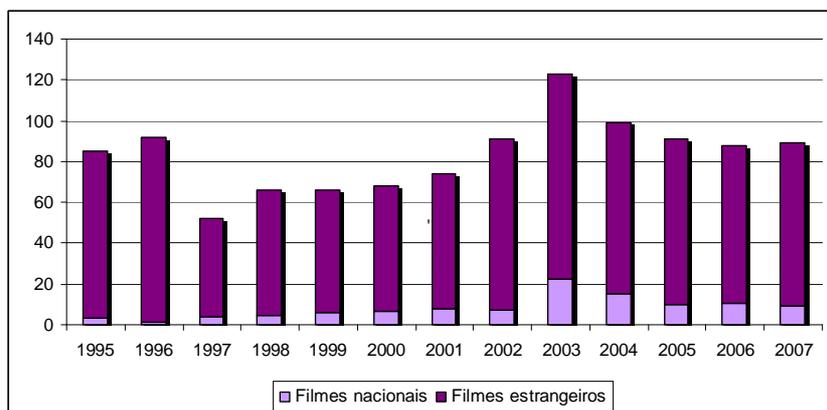


Fonte: Filme B, elaboração própria.

No que se refere ao mercado de trabalho o cinema brasileiro apresenta grande informalidade. No ano de 2001, o setor ocupava 16.431 pessoas, sendo que desse número 51,2% corresponde a empregos informais. (CULTURA, 2004).

A evolução da demanda por cinema no Brasil pode ser observada pelo Gráfico 2. Nota-se a grande preferência por filmes estrangeiros em relação aos nacionais. Entretanto, é importante acentuar que a quantidade de filmes estrangeiros que invadem as salas de cinemas é muito maior do que os nacionais.

Gráfico 2 – Evolução do público por filmes nacionais e estrangeiros (em milhões)



Fonte: ANCINE, Earp e Sroulevich (2008). Elaboração própria.

Pode observar que, mesmo estando tímida, a preferência do público por filmes nacionais tem aumentado. Deve-se ter em mente também, ao analisar os dados apresentados acima os números referentes à produção de filmes nacionais que é mostrado no tópico seguinte.

## 2. FINANCIAMENTO DA PRODUÇÃO

Em consonância com Dahl (2002), Rosenfeld (2002) aborda a questão entre arte e indústria, levantando a relação entre o estético-artístico e o comercial. Enfatiza a relação entre os interesses comerciais representados pelo conglomerado empresarial que financia a produção e a liberdade artística do indivíduo criador.

Coloca-se então a questão sobre o financiamento da cultura através do Estado ou das instituições privadas. O autor afirma que o artista-criador se identificaria mais com os interesses e ideais do Estado, pois esse representaria legitimamente a sociedade, do que com os “interesses industriais de um truste qualquer que nada representa além dos seus interesses particulares”. (ROSENFELD, 2002, p.37)

Mas o papel do mecenas moderno pode ser desempenhado pelas duas esferas, público e privado. É o que ocorre no Brasil atualmente, o Estado reconhece seu papel e responsabilidades de fomento e intervenção no setor cultural, concomitantemente o setor privado é estimulado (através do Estado) a investir em atividades culturais. Trata-se de uma política de parceria entre Estado e instituições privadas.

O mecenato no Brasil se deu de forma quase exclusiva do Estado desde 1810 com a criação da biblioteca nacional por D. João VI até o fim dos anos 40 quando surge uma classe de empresários que iniciam a participação do setor privado nessa área. A criação do MAM - Museu de Arte Moderna – em 1948 por Francisco Matarazzo Sobrinho e Franco Zampari, pode ser visto como o início do processo. Em 1949 os dois empresários criam a Cia. Cinematográfica Vera Cruz. (MOISÉS, 1996)

O debate que se coloca no Brasil atualmente sobre políticas industriais geralmente focaliza-se em determinados setores tradicionais da indústria. Tal setorização, apesar de englobar assuntos pertinentes ao caso brasileiro deixa algumas lacunas na estrutura dos setores industriais brasileiros. A indústria do audiovisual carece de estudos econômicos elucidativos sobre seu funcionamento, carências, externalidades, bem como avaliações sobre as políticas destinadas a este setor, até o presente momento.

Campanário *et al.* (2005) resumem os objetivos e os setores da política industrial brasileira desde 1870, dividindo em cinco períodos (ou fases). Na fase 1 (1870-1930) percebe-se uma orientação da política à setores ligados à exportação (produtos primários), entretanto não havia intenção nem condições para a promoção da industrialização, diferentemente da fase 2 (1930-1980) onde políticas explícitas eram apresentadas atendendo aos setores referentes ao processo de substituição de

importações. Nesta fase os setores de energia, telecomunicações, bens de consumo duráveis, posteriormente bens de capital, como máquinas elétricas, construção naval e produtos químicos foram atendidos pela política.

A fase 3 (1980-1990) foi marcada por uma redução da participação da indústria na economia brasileira, bem como da diminuição de políticas de industrialização. A partir de 1990 a política industrial e o modelo de desenvolvimento, voltam-se para a abertura econômica e em 1991 é instaurada a Política Industrial e de Comércio Exterior (PICE), nesta fase 4 o câmbio desvalorizado incentivava a aquisição de máquinas e equipamentos e o aumento do IED. Os incentivos da política industrial voltavam-se para a tecnologia, em especial na importação, sem inovações. (CAMPANÁRIO *et al.*, 2005)

Sobre esse período, Moisés (1996) afirma que no governo Collor houve uma tentativa de tirar o Estado de qualquer responsabilidade pelo financiamento da cultura. O governo posterior reconhecia o papel da cultura no desenvolvimento de uma nação e assume o compromisso do financiamento à atividade cultural, surgindo assim as leis de incentivo a fim de fomentar o setor.

No início dos anos 90 destaca-se também a extinção de duas importantes instituições para o cinema: a Empresa Brasileira de Filmes S/A - EMBRAFILME (produção e distribuição de filmes) e o Conselho Nacional de Cinema - CONCINE (normativo, fiscalização e aplicação de leis). Segundo Oliveira (1996) estas instituições já apresentavam sinais de fragilidade operacional, mas “sua extinção não foi resultado de uma decisão refletida, pelo menos do ponto de vista da produção brasileira, mas uma atitude inoportuna e intempestiva”. (OLIVEIRA, 1996, p.91)

Ainda segundo Campanário *et al.* (2005), a fase 5 (1999 em diante) compreende o lançamento da Política Industrial Tecnológica e de Comércio Exterior (PITCE), onde os setores definidos como “prioritários” são os referentes à Tecnologia da Informação (semicondutores e software), bens de capital e fármacos. Logo, percebe-se que a política industrial no Brasil não contemplou em nenhum momento a indústria cinematográfica. Mostrando que a idéia do cinema como indústria (que é capaz de gerar externalidades para a economia) ainda não se coloca no planejamento público das políticas.

Nesse contexto, agências reguladoras são presentes e assumem papéis importantes dentro de vários setores industriais brasileiros. Energia elétrica, telecomunicações, petróleo, águas, transportes e outros setores são contemplados com essas instituições. Em 2001, o cinema passa a ter sua agência reguladora, a ANCINE que tem por finalidade:

*A ANCINE terá as seguintes competências: executar a política nacional de fomento ao cinema, definida na forma do art. 3o; fiscalizar o cumprimento da legislação referente à atividade cinematográfica e videofonográfica nacional e estrangeira nos diversos segmentos de mercados, na forma do regulamento; promover o combate à pirataria de obras audiovisuais; aplicar multas e sanções, na forma da lei; regular, na forma da lei, as atividades de fomento e proteção à indústria cinematográfica e videofonográfica nacional, resguardando a livre manifestação do pensamento, da criação, da expressão e da informação; coordenar as ações e atividades governamentais referentes à indústria cinematográfica e videofonográfica, ressalvadas as competências dos Ministérios da Cultura e das Comunicações. (Art. 7º Medida Provisória nº. 2.228-1, apud NUNES, 2001, p.55)*

Ocorre uma ação interministerial em relação ao fomento da produção cinematográfica no Brasil. A ANCINE faz parte do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio (MDIC), tornando clara a definição de indústria cinematográfica, bem focada no desenvolvimento e mercantilização das obras cinematográficas. O Ministério da Cultura, através da Secretaria do Audiovisual, fica então responsável pela administração e fomento das atividades independentes do cinema, como documentários e curtas, que constitui de obras que não tem garantia de retorno, e nem se sustenta pelo mercado.

### 3. EFEITOS DA LEI DO AUDIOVISUAL (n. 8685/93) NA INDÚSTRIA CINEMATOGRAFICA

No dia 20 de julho de 1993 é criada a Lei 8.685, ou Lei do Audiovisual a fim de atender à demanda por soluções que se instaurava no meio cultural brasileiro, especificamente no meio cinematográfico. Vale-se de incentivos fiscais a fim de fomentar a indústria do audiovisual. No início era de responsabilidade do Ministério da Cultura (MinC), a partir de 2002 a ANCINE se torna responsável pela lei.

Os artigos 1o e 3o da Lei serão apresentados a seguir, pois se trata dos instrumentos que tornam possíveis os incentivos fiscais. De acordo com o Art. 1o pessoas físicas e jurídicas podem adquirir Certificados de Investimento Audiovisuais e abater os recursos gastos nessa compra no Imposto de Renda, até o limite de 3% do imposto devido. Os certificados são negociados no mercado imobiliário após a aprovação da Secretaria para o Desenvolvimento do Audiovisual do MinC.

*Art. 1o Até o exercício fiscal de 2010, inclusive, os contribuintes poderão deduzir do imposto de renda devido às quantias referentes a investimentos feitos na produção de obras audiovisuais cinematográficas brasileiras de produção independente, mediante a aquisição de cotas representativas de direitos de comercialização sobre as referidas obras, desde que estes investimentos sejam realizados no mercado de capitais, em ativos previstos em lei, e autorizados pela Comissão de Valores Mobiliários, e os projetos tenham sido previamente aprovados pela Ancine, na forma do regulamento.*

O Art. 3o atende as empresas estrangeiras que exportam obras audiovisuais para comercialização no Brasil. Através desse as distribuidoras que comercializam filmes no Brasil podem investir parte do imposto de renda devido da remessa de lucros para o exterior na co-produção de filmes nacionais.

*Art. 3o Os contribuintes do Imposto de Renda incidente nos termos do art. 13 do Decreto-Lei no 1.089, de 1970, alterado pelo art. 2o desta Lei, poderão beneficiar-se de abatimento de 70% (setenta por cento) do imposto devido, desde que invistam no desenvolvimento de projetos de produção de obras cinematográficas brasileiras de longa metragem de produção independente, e na co-produção de telefilmes e minisséries brasileiros de produção independente e de obras cinematográficas brasileiras de produção independente.*

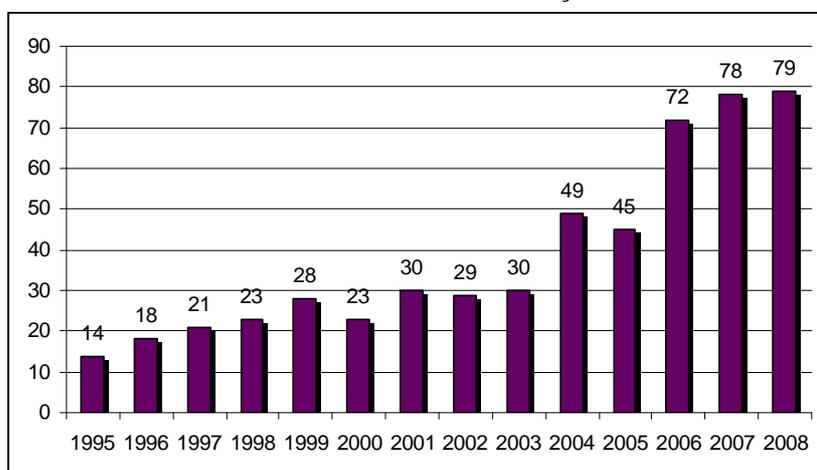
Desde a implantação da Lei alguns avanços podem ser verificados no que tange à produção de filmes nacionais. Essa lei apresenta resultados importantes no comportamento do setor. As décadas de 70 e 80 foram caracterizadas por uma alta produção de filmes. A partir do final dos anos 80 e o início dos anos 90, a produção cai vertiginosamente, devido à falta de incentivos e da extinção das instituições citadas acima. A partir de 1996, então percebe-se uma resposta do setor à Lei do Audiovisual.

Earp e Sroulevich (2009) dividem as últimas quatro décadas do cinema brasileiro em três períodos: A Era de Ouro (1971 até 1987), os Anos de Chumbo (1988 até 1995) e a Retomada (de 1996 em diante). No primeiro período a média de filmes lançados foi de 84,25; com o valor máximo de 108 em 1985 e um mínimo de 57 em 1974.

Nos chamados Anos de Chumbo, a média se situa em 10,57; com valor máximo de 28 em 1988 e mínimo de 3 em 1993. A situação melhora desde então, com o início do período de Retomada do cinema brasileiro. Os dados mostrados abaixo mostram a evolução dos filmes nacionais lançados a partir de 2005. É perceptível a evolução e a

recuperação do cinema nacional com uma tendência ascendente de número de filmes lançados.

Gráfico 3 - Número de filmes nacionais lançados no Brasil de 1995 a 2008



Fonte: ANCINE (2009).

O total de recursos arrecadados pode ser verificado a partir de dados da ANCINE mostrados na Tabela 3. Os valores foram deflacionados a preços médios de 2005, segundo o IGP-M. A evolução dos recursos arrecadados pode apresentar “descasamento” com a evolução do gráfico acima, mas deve-se levar em consideração o tempo necessário entre o momento no qual o recurso é arrecadado e quando o filme é lançado.

Tabela 3 – Valores arrecadados pela Lei 8685 – 1995-2005 (em mil R\$)

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Lei Aud	54.401	143.322	181.385	97.528	74.874	58.787	98.512	70.589	105.028	97.195	74.858
Art.1	43.496	126.429	172.537	88.492	67.603	51.364	74.545	52.269	59.504	58.822	37.992
Art.3	10.905	16.893	8.848	9.036	7.271	7.423	23.967	18.320	45.524	38.373	36.866

Fonte: Ancine

No período a empresa que mais captou recursos foi Filmes Equador Ltda., com R\$ 70.263.429,85, dentre os filmes produzidos estão O Quatrilho, O que é isso companheiro? e Bossa Nova. A segunda empresa em captação foi Diller & Associados Ltda. com R\$ 68.956.727, com filmes como Dom, A Máquina e Xuxa e os Duendes. A empresa Conspiração Filmes, produtora de Dois Filhos de Francisco e A casa de areia, dentre outros ficou em terceiro lugar, com R\$ 57.455.580. Um total de 432 empresas produtoras captou recursos no período, segundo dados da ANCINE.

A distribuição dos recursos da Lei do Audiovisual entre as empresas produtoras mantém-se de certa forma desigual, pois no período de 1995 a 2005 um total de 432 empresas captaram um total de R\$ 1.504.526.644,71. Entretanto, percebe-se certa concentração em poucas empresas de um número maior de recursos, como mostram os dados da Tabela 3.

Tabela 4 – Ranking das empresas que mais captaram recursos da Lei Audiovisual no período 1995 – 2005

Ranking	Empresa	Total	Nº filmes
1	Filmes do Equador	70.263.429,85	15
2	Diller e Associados	68.956.727,51	20
3	Conspiração Filmes	57.445.580,21	19
4	Videofilmes produções Artísticas	56.176.276,16	20
5	Sky Light Cinema Foto e Art	56.064.488,64	10
6	Rio Vermelho Filmes Ltda	22.497.426,58	2
18	O2 Produções artísticas e cinematográficas	25.398.539,77	7
431	Bossa Produções	1.496,14	2
432	Galante Filmes	870,40	1

Fonte: Ancine (2007).

O que se percebe é que existem produtoras que já estão mais estabelecidas no meio, e conseguem de uma forma mais fácil a aprovação do projeto na ANCINE. Como afirma Pfeifer (2008):

*Para se tornar apta a submeter projetos para captação de recursos incentivados federais, a produtora deve solicitar sua Classificação de Nível junto à ANCINE. Esta classificação leva em conta a quantidade de obras já realizadas, nos diferentes formatos e gêneros, a partir do currículo da empresa. De acordo com a normativa atualmente em vigor<sup>7</sup>, uma empresa iniciante, ou seja, que não possua ainda em seu currículo nenhuma obra produzida e lançada, pode captar até R\$ 1.000.000,00 em recursos incentivados federais, considerando todos os projetos por ela geridos (PFEIFER, 2008, p.7)*

Uma crítica que se faz à Lei do Audiovisual refere-se ao Art. 3º, pois alguns teóricos afirmam que ao possibilitar benefícios para distribuidoras estrangeiras, as empresas nacionais nesse setor, que já são pequenas e pouco competitivas, são prejudicadas, pois têm a sua competitividade no setor diminuída.

Entretanto, a Lei do Audiovisual foi capaz de contribuir para o fomento da atividade cinematográfica, isso pode ser observado cruzando os dados entre os recursos captados pelas empresas produtoras e o número de filmes lançados. Entretanto na análise dos dados deve levar em conta que existe um intervalo entre a captação e o lançamento do filme no mercado. Geralmente a produção leva em média dois ou três

anos para ser concluída. Mas esse intervalo pode mudar de acordo com a produtora em questão, como afirma Pfeifer (2008):

*Enquanto algumas empresas estão inseridas em processos industriais e conseguem se capitalizar para manter uma produção constante de filmes por ano, a maioria das produtoras independentes leva de três a quatro anos no processo total de realização de um único filme, desde a aprovação pela ANCINE até sua exibição (...). (PFEIFER, 2008, p.7)*

Tabela 5 – Recursos Arrecadados pela Lei do Audiovisual e número de filmes lançados

Ano	Recursos	Número de Filmes
1995	54.401	7
1996	143.322	12
1997	181.385	23
1998	97.528	22
1999	74.874	26
2000	58.787	31
2001	98.512	24
2002	70.589	30
2003	105.028	30
2004	97.195	30
2005	74.858	51
2006	120.014	51
2007	113.808	73
2008	121.579	82

Fonte: Earp e Sroulevich (2009); Ancine.

A Tabela 5 apresenta os dados referentes ao total de recursos arrecadados por ano, e o número de filmes lançados. Percebe-se que existe a discrepância entre o volume arrecadado e as obras lançadas, mas isso se dá pelo intervalo de tempo descrito acima. Entretanto, a produção de filmes nacionais vem crescendo, mostrando que a Lei do Audiovisual é capaz de retomar o processo criativo e produtivo do cinema nacional.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao analisar os dados e as referências teóricas sobre a produção cinematográfica nacional e dos valores arrecadados através da Lei do Audiovisual, percebe-se que esta foi e está sendo de grande importância para a indústria cinematográfica brasileira.

Entretanto, alguns fatores devem ser levantados, políticas focalizadas em determinados setores da cadeia produtiva poderiam ser pensadas a fim de trazer uma maior competitividade e auto-suficiência às empresas dessa indústria.

Como no caso das distribuidoras, por se tratar de um setor onde há uma grande predominância de empresas estrangeiras (as *majors*) com alta competitividade, uma

política que atenda e fomente uma melhor estruturação desse elo pode ser pensada a fim de melhorar o potencial da indústria nacional como um todo.

Conclui-se que a Lei do Audiovisual cumpre seu papel de fomento para o cinema nacional, alcançando a retomada na produção cinematográfica, porém algumas modificações podem ser feitas a fim de melhorar a política para que atenda toda a cadeia produtiva, tornando a indústria da sétima arte no Brasil mais competitiva.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BENHAMOU, F. A economia da cultura. Cotia, São Paulo: Ateliê Editorial, 2007.

CAMPANÁRIO, M. A; COSTA, T. R.; SILVA, M.M. Política Industrial, Tecnológica e de Comércio Exterior (PITCE): análise de fundamentos e arranjos institucionais In: Seminário Latino-Iberoamericano de Gestión Tecnológica, v. XI, 25 a 28 de outubro de 2005. Anais. Salvador/ Bahia

COSTA F. L. da, & CASTANHAR J. C. "Avaliação de programas públicos: desafios conceituais e metodológicos", Revista de Administração Pública, 37 (5), pp. 969-992, 2003

DAHL, Gustavo. Arte ou Indústria? Disponível em <[http://www.ancine.gov.br/media/LEITURAS/arte\\_ou\\_industria.pdf](http://www.ancine.gov.br/media/LEITURAS/arte_ou_industria.pdf)>. Acessado em: 15/11/2009

EARP, F.; SROULEVICH, H. O mercado de cinema no Brasil. In EARP, F.; SROULEVICH, H.; SOUZA, R. G. Dois estudos sobre economia do cinema no Brasil. TD 0002/2008. (Série Textos para Discussão).

GORGULHO, L. F. et al. A economia da cultura, o BNDES e o desenvolvimento sustentável. In: BNDES Setorial, v.30. Rio de Janeiro: BNDES, 2009.

MOISÉS, José Álvaro. Os efeitos das leis de incentivo. In: Weffort, Francisco e Souza Márcio (orgs.). Um olhar sobre a cultura brasileira. Rio de Janeiro: Associação de Amigos da FUNARTE, 1998.

OLIVEIRA, Moacir. A indústria do audiovisual. In: Weffort, Francisco e Souza Márcio (orgs.). Um olhar sobre a cultura brasileira. Rio de Janeiro: Associação de Amigos da FUNARTE, 1998.

PFEIFER, Daniela. Por um cinema no Brasil: diagnóstico de modelos contemporâneos de produção e reflexões para o desenvolvimento da indústria cinematográfica brasileira. In: ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA, v. IV, 28 a 30/05/2008. Anais...Salvador, Faculdade de Comunicação/UFBA.

RAMOS, Luciano. Os filmes – a retomada. *In*: Weffort, Francisco e Souza Márcio (orgs.). Um olhar sobre a cultura brasileira. Rio de Janeiro: Associação de Amigos da FUNARTE, 1998.

ROSENFELD, Anatol. Cinema – arte e indústria. São Paulo: Perspectiva, 2002.

VALIATI, Leandro. A problemática da captação: relação entre incentivos fiscais e a gestão dos recursos públicos na decisão privada da inversão cultural. *In*: ENCONTRO DE ECONOMIA DA REGIÃO SUL – ANPEC SUL, v. VIII, 2005. Anais...