

**UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO”  
Faculdade de Ciências e Letras**

TALITA VANESSA PENARIOL NATARELLI

**SOB A VIGÊNCIA DA ANCINE (2001-2011): TRAJETÓRIA,  
MECANISMOS E A INGERÊNCIA DA ECONOMIA DA  
CULTURA NA CINEMATOGRAFIA**

**Araraquara (SP)**

**2013**

TALITA VANESSA PENARIOL NATARELLI

**SOB A VIGÊNCIA DA ANCINE (2001-2011): TRAJETÓRIA,  
MECANISMOS E A INGERÊNCIA DA ECONOMIA DA  
CULTURA NA CINEMATOGRAFIA**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Faculdade de Ciências e Letras (FCL), Câmpus de Araraquara, como requisito para obtenção do título de Mestre em Ciências Sociais.

**Linha de pesquisa:** Cultura e Pensamento Social.

**Orientadora:** Maria Teresa Miceli Kerbauy.

**Bolsa:** CNPq.

Araraquara

2013

Natarelli, Talita Vanessa Penariol

Sob a vigência da Ancine (2001/2011): trajetória, mecanismos e a ingerência da economia da cultura na cinematografia / Talita Vanessa Penariol Natarelli – 2013  
200 f. ; 30 cm

Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Faculdade de Ciências e Letras (Campus de Araraquara)  
Orientador: Maria Teresa Miceli Kerbauy

1. Ancine. 2. Indústria cinematográfica. 3. Políticas públicas. 4. Leis de incentivo fiscal. 5. Economia da cultura. I. Título

TALITA VANESSA PENARIOL NATARELLI

**SOB A VIGÊNCIA DA ANCINE (2001-2011): TRAJETÓRIA,  
MECANISMOS E A INGERÊNCIA DA ECONOMIA DA  
CULTURA NA CINEMATOGRAFIA**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Faculdade de Ciências e Letras (FCL), Câmpus de Araraquara, como requisito para obtenção do título de Mestre em Ciências Sociais.

**Linha de pesquisa:** Cultura e Pensamento Social.

**Orientadora:** Maria Teresa Miceli Kerbauly.

**Bolsa:** CNPq.

Data da defesa: 24/06/2013

**MEMBROS COMPONENTES DA BANCA EXAMINADORA:**

---

**Presidente e Orientador:** Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Maria Teresa Miceli Kerbauly

---

**Membro Titular:** Prof. Dr. Juliano Maurício de Carvalho

---

**Membro Titular:** Prof. Dr. Ruy Sardinha Lopes

**Local:** Faculdade de Ciências e Letras da UNESP de Araraquara  
Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais  
UNESP – Câmpus de Araraquara

Dedico este trabalho a todos que contribuíram para sua efetivação.

## Agradecimentos

À Deus, pelo subsídio na superação das dificuldades encontradas, permitindo que eu me tornasse apta a vencer mais essa etapa da minha vida.

À professora Maria Teresa Miceli Kerbauy pelo apoio para que a presente pesquisa fosse concretizada.

À minha mãe, meu porto seguro. Como diria Drummond, “mãe não tem limite, é tempo sem hora, luz que não apaga quando sopra o vento e chuva desaba...” Não me esqueço de seus ensinamentos, e guardo a sua voz dentro de mim. Você é um exemplo de dedicação e fé.

Ao meu irmão, minha outra metade. Nunca precisei procurar um amigo que goste dos mesmos gostos, pois nele sempre achei o melhor de um mundo desconcertante. Por me ouvir falar por horas sobre filmes, por ser o melhor parceiro para sessões cinematográficas, por ser o equilíbrio nos momentos de desesperança: você é o que conservo de mais bonito no meu coração.

*“Ser irmão é ser o quê? Uma presença?  
a decifrar mais tarde, com saudade?  
Com saudade de quê? De uma pueril  
vontade de ser irmão futuro, antigo e sempre?”  
(Carlos Drummond de Andrade)*

À minha tia Silvana e aos meus primos João Paulo e João Raul, por estarem sempre presentes. Se família pudesse ser escolhida, escolheria vocês.

Ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da FCLAr, pela oportunidade que me foi concedida de estudar o cinema.

À Capes/CNPq pelo apoio financeiro fundamental para a realização dessa pesquisa.

*"Prefiro os subdesenvolvidos filmes do nosso cinema aos melhores filmes do cinema estrangeiro" (Paulo Emílio Sales Gomes)*

*"O mestre não diz mais: você pensará como eu ou morrerá. Ele diz: você é livre de não pensar como eu: sua vida, seus bens, tudo você há de conservar, mas de hoje em diante você será um estrangeiro entre nós." (Alexis de Tocqueville)*

*"O que fazer se 'sua estética' precisa, para continuar existindo, ser consumida por uma massa alienada? O que fazer se as massas alienadas só entendem a linguagem dos produtos alienantes?" (Jorge Nóvoa)*

## RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo investigar o desenvolvimento e a atuação da Agência Nacional do Cinema, instituída mediante edição da Medida Provisória n. 2.228-1, de 2001. A pesquisa se orienta por quatro eixos básicos de análise. O primeiro busca focar os aspectos que culminaram na criação da entidade supramencionada, sendo necessário voltarmos ao início dos anos 90 – quando a Embrafilme e diversos outros mecanismos do setor cultural foram extintos –, passarmos pela promulgação das leis de incentivos fiscais federais, pela retomada vivenciada pelo cinema brasileiro, pelo III Congresso Brasileiro de Cinema, para chegarmos à reprodução do modelo de agências reguladoras provenientes de países como os Estados Unidos da América e, conseqüentemente, à instituição da Agência Nacional do Cinema, órgão que espera ser capaz de regular, fiscalizar e fomentar as atividades referentes à indústria cinematográfica e videofonográfica no país. Em seguida, para conseguirmos um panorama geral de algumas das atividades que vêm sendo realizadas pela Agência, fez-se necessário um estudo dos resultados concernentes a temáticas como a cobrança da Condecine, as Cotas de Tela e as recentes violações sofridas pela propriedade imaterial, nos relatórios de gestão da Ancine, do período que principia com a edição referente ao exercício de 2002 e perdura até a edição referente ao exercício de 2010. No terceiro eixo, partindo do pressuposto de que o Brasil encontra-se em momento político e econômico que desperta interesse no cenário internacional, procuramos investigar as tentativas e parcerias efetuadas pela Ancine em prol da inserção do cinema brasileiro no mercado externo, já que a internacionalização da cinematografia pode contribuir para uma difusão efetiva de nossa cultura na sociedade globalizada em que vivemos. Na quarta sessão, fez-se indispensável um exame da ingerência da economia da cultura sobre a cinematografia brasileira hodierna, exame relevante para compreendermos as reais possibilidades de alcançarmos uma autossustentabilidade futura. Mediante pesquisa bibliográfica e documental, buscou-se revelar o viés social e também econômico que o cinema, enquanto manifestação cultural, direito de todos, possui.

**Palavras-Chave:** *Ancine; indústria cinematográfica; políticas públicas; leis de incentivo fiscal; economia da cultura.*



## ABSTRACT

The present work has the main objective to investigate the development and operation of the National Cinema Agency, established by Provisional Measure edition 2.228-1, 2001. The research is guided by four basic analysis. The first seeks to focus on the aspects that culminated in the creation of the entity above. In order to do that, we need to go back to the early 90's – when Embrafilme and various other mechanisms of the cultural sector were extinct –, pass by the enactment of federal tax laws, by the recovery experienced by Brazilian movies, by the III Brazilian Congress of Cinema, to get to the point where regulatory agencies from other countries, like United States of America, started to be reproduced here. This reproduction, consequently, established the National Film Agency, which intends to be able to regulate, oversee and promote activities related to the national film industry. After that, to get an overview of some activities being carried out by the Agency, a study was made about the finalistics results related to subjects such as the collection of Condecine, the Screen Quotas and the recent violations suffered by intangible property, in the management Ancine reports, from the period that begins with an edition published in 2003 to an edition published in 2011. The third axis, assuming that Brazil is currently awakening interest in the international context, we try to investigate Ancine's inclusion attempts of Brazilian cinema in the foreign market, since the internationalization of cinematography can contribute to effective integration of our culture in the globalized society that we live in. The fourth session brings an indispensable and incisive examination of the interference of cultural economy on Brazilian cinema of nowadays, this examination is relevant to understand the real possibilities of achieving a self-sustainability in the future. Though literature and documentary search, this work aims to reveal the economic and social bias that the movies has, as a cultural manifestation and a universal right.

**Keywords:** *Ancine; film industry; public policies; tax incentive laws; economy of culture.*

**LISTA DE FIGURAS**

Figura 01: Países Membros do Programa Ibermedia.....	102
--	-----

**LISTA DE QUADROS**

Quadro 01: Evolução das Inversões Públicas na Produção Audiovisual 1995/2002.....	43
Quadro 02: Organograma da Estrutura Organizacional.....	49
Quadro 03: Mecanismos de Incentivo – Pessoa Jurídica.....	52
Quadro 04: Mecanismos de Incentivo – Pessoa Física.....	54
Quadro 05: Pagamento da Condecine por Segmento de Mercado.....	72
Quadro 06: Exibição de Obras Audiovisuais Cinematográficas Brasileiras no Ano de 2003.	78
Quadro 07: Exibição de Obras Audiovisuais Cinematográficas Brasileiras no Ano de 2005.	80

## LISTA DE SIGLAS

ANATEL – Agência Nacional de Telecomunicações  
ANCINE – Agência Nacional do Cinema  
ANP – Agência Nacional do Petróleo  
APEX – Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos  
BNDES – Banco Nacional do Desenvolvimento  
CAACI – Conferência de Autoridades Audiovisuais e Cinematográficas Ibero-Americanas  
CDF – Coordenação de Desenvolvimento Financeiro  
CF – Constituição Federal  
CNPJ – Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas  
CONDECINE – Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional  
CPB – Certificado de Produto Brasileiro  
CRT – Certificado de Registro de Títulos  
CTAV – Centro Técnico do Audiovisual  
CVM – Comissão de Valores Imobiliários  
DARF – Documento de Arrecadação da Receita Federal  
DAV – Divisão de Promoção do Audiovisual  
DOCTV IB – Programas de Fomento Instituídos pela CAACI  
Embrafilme – Empresa Brasileira de Filmes  
FHC – Fernando Henrique Cardoso  
FNC – Fundo Nacional de Cultura  
FSA – Fundo Setorial do Audiovisual  
FUNCINES – Fundos de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional  
IBERMEDIA – Fundo Ibero-americano de Ajuda  
ICAU – Instituto Del Cine y Audiovisual Del Uruguay  
IN – Instrução Normativa  
INCAA – Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales  
IPEA – Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas  
LOA – Lei Orçamentária Anual  
MinC – Ministério da Cultura  
MP – Medida Provisória  
MRE – Ministério das Relações Exteriores  
O.C.A. – Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual

PAQ – Programa de Incentivo à Qualidade do Cinema Brasileiro

PAR – Prêmio Adicional de Renda

PPA – Plano Plurianual

PRODECINE – Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Nacional

RECINE – Regime Especial de Tributação para o Setor Cinematográfico

SAD – Sistema Ancine Digital

SADIS – Sistema de Acompanhamento da Distribuição em Salas de Exibição

SAI – Sistema de Informações da Ancine

SALIC – Sistema de Apoio às Leis de Incentivo à Cultura

SAM – Superintendência de Acompanhamento de Mercado

SAVI – Sistema de Acompanhamento de Distribuição em Vídeo Doméstico

SAv – Secretaria do Audiovisual

SCE – Sistema de Controle de Exibição

SDAv – Secretaria para o Desenvolvimento do Audiovisual

SECI – Secretaria Executiva da Cinematografia Iberoamericana

SFI – Superintendência de Fiscalização

SFO – Superintendência de Fomento

SICA – Sistema Interativo do Cinema e Audiovisual

TCU – Tribunal de Contas da União

UBV – União Brasileira de Vídeo

## SUMÁRIO

<b><u>1 INTRODUÇÃO</u></b>	<b>16</b>
1.1 METODOLOGIA E TÉCNICAS DE PESQUISA	20
<b><u>2 BREVE ESBOÇO ACERCA DA ASCENSÃO DO ESTADO REGULADOR: ANALISANDO O CENÁRIO DE CRIAÇÃO DA ANCINE</u></b>	<b>22</b>
2.1 MUDANÇAS NO PAPEL DO ESTADO NO BRASIL	22
2.1.1 FORMAS DE INTERVENÇÃO DO ESTADO NA ATIVIDADE ECONÔMICA	25
2.2 AS ORIGENS DAS AGÊNCIAS REGULADORAS	27
2.3 MEU BEM, MEU MAL: CRÍTICAS AO MODELO REGULATÓRIO PERPETRADO ATRAVÉS DAS AGÊNCIAS	29
2.4 O CASO DA AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA	37
2.4.1 CENÁRIO DE CRIAÇÃO DA ANCINE	37
2.4.2 OBJETIVOS, FUNDAMENTOS E COMPOSIÇÃO	48
2.4.3 ATUAÇÃO E DESENVOLVIMENTO	50
2.4.3.1 EMBRAFILME VERSUS ANCINE: FOMENTO E DISTRIBUIÇÃO	51
2.4.3.2 Do CONCINE À ANCINE: FISCALIZAÇÃO E COLETA DE DADOS SOBRE O MERCADO CINEMATOGRAFICO	61
<b><u>3 OS RELATÓRIOS DE GESTÃO DA ANCINE (2002-2010)</u></b>	<b>68</b>
3.1 O PRIMEIRO RELATÓRIO DE GESTÃO (2002)	68
3.2 FISCALIZAÇÃO TRIBUTÁRIA E REGULATÓRIA DAS ATIVIDADES INTEGRANTES DA INDÚSTRIA CINEMATOGRAFICA	70
3.3.1 COBRANÇA DA CONDECINE	71
3.3.2 COTA DE TELA	77
3.4 PROGRAMA DE COMBATE À PIRATARIA	84
3.4.1 VIOLAÇÕES À PROPRIEDADE IMATERIAL: O POSICIONAMENTO JURISPRUDENCIAL BRASILEIRO	85
<b><u>4 INSERÇÃO DO CINEMA BRASILEIRO NO CONTEXTO INTERNACIONAL</u></b>	<b>92</b>
4.1 ANCINE E O ART. 2º, INC. IX DA RESOLUÇÃO DA DIRETORIA COLEGIADA Nº 22	92
4.2 CINEMA LATINO-AMERICANO	95
4.3 CINEMA IBERO-AMERICANO E IBERMEDIA	101
4.3.1 PROGRAMA IBERMEDIA	102
4.4 ACORDOS INTERNACIONAIS DE COPRODUÇÃO	103
4.4.1 ACORDO DE COPRODUÇÃO BRASIL-ARGENTINA	104
4.5 A ATUAÇÃO DO MINISTÉRIO DAS RELAÇÕES EXTERIORES NA INSERÇÃO INTERNACIONAL DO AUDIOVISUAL	105

4.5.1 SEMANAS DE CINEMA BRASILEIRO NO EXTERIOR	107
4.5.2 FESTIVAIS INTERNACIONAIS E O MRE	108
4.5.3 PRÊMIO ITAMARATY PARA O CINEMA BRASILEIRO	109

## **5 A INGERÊNCIA DA ECONOMIA DA CULTURA NA CINEMATOGRAFIA BRASILEIRA** **112**

<b>5.1 O MINISTÉRIO DA CULTURA E A SECRETARIA DE ECONOMIA CRIATIVA</b>	<b>112</b>
<b>5.2 ANCINE E A ECONOMIA DO CINEMA</b>	<b>113</b>
5.2.1 FUNDO SETORIAL DO AUDIOVISUAL	117
5.2.2 FUNCINES	119
5.2.3 APOIO À PARTICIPAÇÃO EM FESTIVAIS INTERNACIONAIS	121
5.2.4 PRODECINE, PRODAV E PRÓ-INFRA	122
5.2.5 MEDIDAS PROVISÓRIAS 491/10 E 545/2011: CINEMA PERTO DE VOCÊ?	122
5.2.6 IMAGENS DA BAHIA	126
<b>5.3 O MERCADO DOS BENS CULTURAIS E AS ESTRATÉGIAS PARA O CONSUMO</b>	<b>127</b>
5.3.1 CONCENTRAÇÃO DA INDÚSTRIA CINEMATOGRAFICA E OS COMPLEXOS HEGEMÔNICOS	128
5.3.2 BOURDIEU, CRENÇAS ECONÔMICAS E OS BLOCKBUSTERS BRASILEIROS	130
5.3.3 IDENTIDADE NACIONAL NO CINEMA: BRASIL, MOSTRA A TUA CARA!	135
<b>5.4 OS FESTIVAIS EM EVIDÊNCIA</b>	<b>141</b>

## **6 CONSIDERAÇÕES FINAIS** **144**

## **REFERÊNCIAS** **149**

## **ANEXOS** **165**

<b>ANEXO I: MEDIDA PROVISÓRIA N° 2.228-1, DE 6 DE SETEMBRO DE 2001</b>	<b>166</b>
<b>ANEXO II: CRONOLOGIA LEGISLATIVA DO CINEMA BRASILEIRO (2001-2010)</b>	<b>200</b>

# 1 INTRODUÇÃO

A partir de meados dos anos 90<sup>1</sup>, o Estado brasileiro tenta recuperar o significado social, político e econômico da atividade cinematográfica – já que as atividades ligadas ao setor cinematográfico ficam suspensas após a extinção da Embrafilme, do Conselho Nacional de Cinema e de políticas culturais que vinham sendo praticadas pelo Estado – passando a torná-la foco de estratégias. Acreditando na noção que vê a sétima arte como setor industrial que pode contar com a proteção e fomento estatais, o modelo das leis de incentivo fiscal e agência reguladora formam o novo paradigma de atuação governamental voltado ao incremento da cinematografia nacional.

Nessa seara, o presente trabalho tem como objetivo analisar o desenvolvimento e a atuação da Agência Nacional do Cinema – autarquia especial instituída para fomentar, regular e fiscalizar o mercado do cinema e do audiovisual do Brasil – em seus primeiros anos de funcionamento. A escolha do tema se deu em virtude da necessidade de termos no Brasil, um cinema que corresponda a uma atividade autossustentável, já que vivenciamos no país uma constante luta pela manutenção do setor – segundo Marson (2006), cada uma das etapas ou ciclos vividos por nosso cinema se encerrou sem que fosse garantida uma continuidade para a produção, para a distribuição e para a exibição. Quais os mecanismos criados pela Ancine para efetivar sua função fiscalizadora, quais medidas têm sido tomadas em prol da inserção do cinema brasileiro no contexto internacional e de que forma, bem como quais os filmes<sup>2</sup>, vêm sendo fomentados por editais publicados pela Agência, são algumas das indagações que a pesquisa se propõe a responder. Para tanto, dividiu-se a dissertação em seis seções. A primeira é introdutória, e a sexta, traz as considerações finais.

Na segunda seção discorre-se sobre os fatores históricos que culminaram na criação da Ancine, partindo das alterações no papel do Estado brasileiro. A cultura foi tratada pela concepção política adotada pelo governo Fernando Collor de Mello (1990-1992), como um problema de mercado e os governos que o sucederam, utilizando-se das leis de incentivo

---

<sup>1</sup> “O cinema brasileiro viveu na primeira metade dos anos 1990 sua crise mais profunda. A produção, que chegara na década de 1970 a ocupar 35% do mercado interno, diminuiu de média de 80 filmes/ano para poucos títulos. Poucos e sem mercado de exibição. Resultado: os ingressos vendidos para filmes brasileiros na fase mais aguda da crise (1991-1993) reduziram-se a ponto da produção nacional ocupar apenas 0,4% do total. A hegemonia do cinema americano chegou ao seu momento máximo, já que, naquela década, cinematografias europeias, asiáticas e latino-americanas (a mexicana em especial), que conheceram momentos de grande aceitação no mercado brasileiro, viviam período de retração” (CAETANO, 2007, p. 196).

<sup>2</sup> “Atualmente os profissionais de cinema reconhecem mais comumente dois tipos de filmes: o filme de autor e o filme comercial. No primeiro, reconhecem arte e idealismo. No segundo, a indústria do entretenimento: filmes de ação, tiros, comédias de humor rasteiro, diálogos recheados de frases de efeito, heróis, vilões, etc.” (SANTA ROSA, 2009, p. 1).



fiscal, aderiram ao novo modelo de intervenção estatal, em que segundo Bolaño (2010) é o mercado quem finalmente regula o setor, ainda que o financiamento continue sendo público.

É preciso nos atentarmos para o fato de que quando o Estado presta um serviço público, sua preocupação é o interesse público. Já quando o particular presta um serviço público, sua preocupação é o lucro. As distorções ocasionadas na distribuição dos recursos provenientes da renúncia fiscal centram os subsídios, no caso do cinema, em regiões específicas e em películas lucrativas, posto serem essas as películas que interessam às empresas.

Além da coroação de uma política cultural baseada na renúncia fiscal, temos a implantação das agências reguladoras. O contexto de surgimento dessas agências pode ser caracterizado pelas transformações econômicas e políticas da década de 90, forte influência do direito estrangeiro e, finalmente, pelos artigos 21, inciso XI (que prevê a criação da Agência Nacional de Telecomunicações) e 177, §2º, III (que prevê a criação da Agência Nacional do Petróleo) da Constituição Federal. A Administração Pública passa a ter um diferente papel na economia, migrando de um Estado fortemente intervencionista para um Estado regulador.

Críticas recorrentes perpetradas ao modelo das agências reguladoras consistem sinteticamente em cinco aspectos, avaliados na seção: escolha dos dirigentes; legitimidade na atuação normativa; importação do modelo das agências; distância entre a população e as agências; e, o Projeto de Lei nº 3.337 de 2004. É importante analisarmos as críticas gerais ao modelo regulatório, pois elas também podem contribuir para que a Ancine, em específico, não alcance os objetivos a que propõe.

Para analisarmos o cenário específico de criação da Ancine utiliza-se uma periodização encontrada no trabalho de Marson (2006), a qual consiste na seguinte divisão cronológica: primeiro período – de 1991 a 1994 (governos Collor e Itamar Franco); segundo período – de 1995 a 1998 (1º mandato de Fernando Henrique Cardoso); e, terceiro período – de 1999 a 2002 (2º mandato de Fernando Henrique Cardoso). Salienta-se que a periodização de Marson é adotada para fins de demarcação temporal. É preciso partir do desmanche efetuado na Era Collor, passar pelo processo de retomada do cinema brasileiro, para chegarmos ao momento em que a instituição da Ancine se tornou algo visto como necessário.

Assim, quando as leis de incentivo fiscal destinadas ao setor cinematográfico entraram em crise, constatou-se que o mercado, por si só, não seria capaz de criar as condições de sustentabilidade do setor cinematográfico, tornando indispensável uma participação mais ativa do Estado para promover a maturação da cinematografia.

Segundo Dahl (2006), as apreciações negativas quanto a esse modelo de leis de incentivo fiscal somadas a necessidade do Estado de ser mais regulador e dar condições de isonomia de mercado no país, estimulando o produto nacional, culminaram na articulação do III Congresso Brasileiro de Cinema (realizado entre 28 de junho e 1º de julho de 2000). A criação de uma agência reguladora para o setor foi um consenso entre os membros do governo e da corporação cinematográfica, e uma das demandas do Relatório Final do III Congresso Brasileiro de Cinema lançado em 1º de julho de 2000<sup>3</sup>. A Agência foi criada no ano seguinte ao Congresso – através da Medida Provisória nº 2.228-1, de 6 de setembro de 2001.

Objetivando investigar as falhas e acertos da Ancine, parte-se de uma comparação entre ela e os órgãos que a precederam: a Embrafilme (dissolvida através da Lei nº 8.029 de 12 de abril de 1990) e o Concine (indiretamente dissolvido com a extinção do Ministério da Cultura e sua subsequente nomeação de Secretaria da Cultura mediante a edição do Decreto nº 99.600 de 13 de outubro de 1990). Centra-se nas diferenças e semelhanças entre os órgãos, para analisar os elementos necessários à consolidação da Agência, evitando-se que ela tenha o mesmo fim que seus antecessores.

Pensando na Empresa Brasileira de Filmes, é relevante entendermos o modelo de produção cinematográfica utilizado pela mesma: o patrocínio direto do Estado, sendo que o cinema desse período se trata “de uma produção independente, com capacidade de financiamento (estatal) e que desenvolveu padrões de produção próprios, distintos do autodenominado padrão globo de qualidade hegemônico” (BOLAÑO, 2009, p. 91). O fim da Embrafilme representa uma ruptura dessa situação em favor da Globo Filmes e da produção cinematográfica hollywoodiana, ocorrendo uma reorganização do campo cinematográfico que propicia o início do chamado “Cinema da Retomada” (em geral compreendido como o cinema brasileiro produzido entre 1995 e 2002, durante o governo FHC, após a entrada em vigor da Lei do Audiovisual).

A Ancine, por sua vez, implanta a política que começa nos idos de 1990 e alcança sua criação – uma política baseada na renúncia fiscal. Entretanto, a Agência atua em duas frentes: fomento indireto (por meio das leis de incentivo fiscal) e fomento direto (por meio de editais públicos ou por mérito artístico ou de mercado). Os mecanismos de fomento direto, com recursos do próprio orçamento da Ancine, incluem o Prêmio Adicional de Renda (PAR), calculado com base no desempenho dos produtos audiovisuais no mercado de salas de

---

<sup>3</sup> O Relatório Final do III Congresso Brasileiro de Cinema está disponibilizado em: <<http://www.cinemabrasil.org.br/congresso/>>. Acesso em: 13 mai. 2013.

exibição; e o Programa de Incentivo à Qualidade do Cinema Brasileiro (PAQ), ligado à participação no circuito dos festivais.

A Embrafilme também era responsável pela distribuição das películas produzidas, atribuição que não está entre as competências da Ancine. Segundo Gatti (2005), ocorre uma desnacionalização da comercialização nacional e internacional dos filmes de maiores bilheterias, e o cinema brasileiro se tornou uma espécie de subproduto rentável que os ocupantes do mercado vêm se servindo sem a menor cerimônia. Como o artigo 3º da Lei nº 8.685/93 contribui para a desnacionalização supramencionada, bem como uma análise da distribuição dos filmes, o papel atual das *majors* e a comercialização das produções brasileiras, concluem a imersão na comparação entre a Embrafilme e a Ancine, passando a comparação da Agência com o Concine.

O Concine logrou êxito nas atividades cinematográficas que ficaram suspensas quando o governo Collor colocou um fim à existência do órgão. A Ancine, por sua vez, encontra dificuldades na utilização do Sistema Interativo do Cinema e do Audiovisual – Sica, instituído em 2006 com o intuito de realizar o levantamento das informações referentes às obras audiovisuais brasileiras. Levando em conta a dificuldade vivenciada pelo Sica, como obter informações acerca de longas-metragens? Como sanar dúvidas quanto aos resultados de bilheterias, estatísticas e análises de comportamento da indústria cinematográfica brasileira? Através desses questionamentos, busca-se compreender quais os esforços que a Ancine tem empreendido para sistematizar e fiscalizar os dados referentes à cinematografia brasileira, finalizando a seção.

Os Relatórios de Gestão da Ancine são analisados na terceira seção, desde a edição publicada em 2003 – referente ao exercício de 2002 –, até a edição publicada em 2011 – referente ao exercício de 2010. Os relatórios são levados em conta para termos uma base de sustentação acerca da fiscalização efetuada pela Agência na cobrança da Condecine e do cumprimento do mecanismo denominado Cota de Tela, o qual propõe dinamizar a participação do cinema brasileiro em nossas salas de cinema.

Os relatórios também fundamentam as ações da Agência atinentes ao controle da falsificação de obras audiovisuais, algo preocupante na sociedade brasileira hodierna, onde a economia informal tem crescido em elevadas proporções. O posicionamento jurisprudencial brasileiro finaliza o assunto com o intuito de fornecer um esclarecimento quanto ao sustentáculo legal de tais contrafações. Afinal, a circulação de obras falsificadas constitui e deve ser punida como o delito previsto no art. 184 do Código Penal brasileiro?

Conforme balanço da política externa, realizado pelo Ministério das Relações Exteriores de 2003 a 2010 (BRASIL, 2011b), a concepção adotada no período foi a de que o Brasil deve assumir um papel crescente no contexto internacional, projetando uma imagem externa soberana. Nesse sentido procuramos, na quarta seção, posicionar a Ancine na difusão de nossa cultura através do cinema para dar condições à cinematografia do país de ser reconhecida e, com isso, atrair admiradores ou investidores.

Na quinta seção partindo da premissa de que a produção, a circulação e o consumo de bens e serviços culturais despontaram como um segmento de peso na economia das nações já no pós-guerra, sendo que, na década de 1970, o interesse pelo ramo foi realmente aprofundado, surgindo a que se convencionou cognominar Economia da Cultura, torna-se indispensável realizar um exame incisivo da ingerência da economia da cultura na cinematografia brasileira hodierna. A discussão sobre a propriedade e a democratização dos meios de comunicação, a concentração da produção e a distribuição de bens culturais apresenta pertinência quanto aos dias atuais.

Dados como quais os filmes nacionais têm sido premiados pela Ancine através do PAQ e do PAR, quais os filmes têm recebido investimento do Fundo Setorial do Audiovisual ou dos FUNCINES, são levantados para que se possa observar pormenorizadamente, como tem sido feita a alocação dos recursos. Conforme Costa (1989, p. 28), cinema é “técnica, indústria, arte, espetáculo, divertimento, cultura” e “depende do ponto de vista do qual o consideramos sendo que cada um deles é igualmente fundamentado e não pode ser negligenciado” (ibidem).

Segundo Ghiorzi (2010), a forma mais equilibrada para o Estado proceder na área cultural seria a forma de um Estado regulador, que assume a produção de segmentos culturais que não têm aceitação popular ao mesmo tempo em que constrói um cenário para que o mercado possa operar com certa independência. Mas esse Estado regulador deve ter cuidado na distribuição dos auxílios para que eles não fiquem concentrados em determinados tipos de filmes e em determinadas regiões. Se a regulação é uma forma equilibrada para o Estado proceder, então a Ancine deve ser pesquisada em seus instrumentos legais de instituição e nos obstáculos que seus dispositivos legais encontram para implementação de suas políticas.

## **1.1 Metodologia e técnicas de pesquisa**

Esta pesquisa tem caráter bibliográfico e documental. Bibliográfico porque envolve a busca de informações na literatura sociológica, jurídica e correlatas, organizando-as e sistematizando-as, por meio da compreensão e explanação de conhecimentos referentes ao tema proposto. Documental, pois analisa dados compilados através da busca de informações em documentos que ainda não receberam nenhum tratamento científico, como relatórios da ANCINE (OLIVEIRA, 2007).

Em um primeiro momento, foram coletadas informações em livros, artigos de revistas e periódicos especializados, bem como na Internet e em notícias veiculadas sobre o tema. Posteriormente, uma vez estabelecido o material de apoio para o desenvolvimento do trabalho, buscou-se complementar o mesmo com atualização de dados bibliográficos.

Tendo em vista o objeto do estudo, seguiu-se um roteiro para melhor direcionamento da pesquisa, observando-se com rigor a leitura e coleta de dados, sob a forma de fichamentos, discussões, e outros que se fizeram necessários, a classificação e sistematização dos dados obtidos.

## 2 BREVE ESBOÇO ACERCA DA ASCENSÃO DO ESTADO REGULADOR: ANALISANDO O CENÁRIO DE CRIAÇÃO DA ANCINE

É inegável que a cultura se transformou em algum gênero de mercadoria. No entanto, também há a crença muito difundida de que algo muito especial envolve os produtos e os eventos culturais (estejam eles nas artes plásticas, no teatro, na música, no cinema, na arquitetura, ou, mais amplamente, em modos localizados de vida, no patrimônio, nas memórias coletivas e nas comunhões afetivas), sendo preciso pô-los à parte das mercadorias normais, como camisas e sapatos. (HARVEY, 2005, p. 221).

### 2.1 Mudanças no papel do Estado no Brasil

No Brasil, no início dos anos 90, quando Fernando Collor de Mello assume a Presidência da República, há uma transformação no papel do Estado na área cultural, sendo que os mais importantes órgãos vinculados ao setor foram extintos – como ocorreu com a Empresa Brasileira de Filmes e o Conselho Nacional de Cinema – ou tiveram sua importância reduzida – como aconteceu com o Ministério da Cultura. Mas, essas transformações do papel do Estado não são exclusivas do Estado brasileiro, pois estão relacionadas à “crise do Estado nacional-desenvolvimentista, ou Estado do Bem-Estar, intensificada a partir de meados da década de 80” (IKEDA, 2011, p. 16).

Sendo assim, precisamos verificar primeiramente, no contexto mundial, o *breve século XX*, marcado em sua primeira metade por duas grandes guerras, pela queda da Bolsa de Valores de Nova York, dentre outros acontecimentos motivadores de prejuízos enfrentados pela economia mundial, que deve ser levado em consideração quando da edificação de um modelo de Estado intervencionista na economia.

Após a ocorrência de crises decorrentes dos eventos citados, os Estados adquirem outra conformação conhecida sob a denominação de Estados de Bem-Estar Social (*Welfare States*). Segundo Esping-Andersen (1991), uma definição comum para o *Welfare State* é a de que ele envolve responsabilidade estatal no sentido de garantir o bem-estar básico dos cidadãos.

Conforme Kerstenetzky (2010), não é necessário fazer um questionamento acerca da existência de um Estado de Bem-Estar Social no Brasil, mas sim sobre sua caracterização e tendências, contrastando com o percurso seguido pelos Estados de Bem-Estar contemporâneos mais efetivos. Apesar da intervenção ocorrer no Estado brasileiro de forma

específica, ela mantém características gerais dos regimes dos modernos *Welfare States* tratados por Esping-Andersen (1991).

Para Benevides (2011), os alicerces do sistema de proteção social brasileiro são constituídos no período compreendido entre 1930 e 1970, “tendo o autoritarismo como uma de suas principais marcas, visando regular aspectos concernentes à organização dos trabalhadores assalariados dos setores mais modernos da economia” (BENEVIDES, 2011, p. 62). No governo Vargas, entre 1930 a 1945, “assistimos a um aumento crescente do papel do Estado tanto na área trabalhista quanto na previdenciária” (BENEVIDES, 2011, p. 62), sendo que Dasso Júnior (2012) considera que o Estado interventor na economia aparece no primeiro governo de Vargas e permanece até o período dos governos militares (1964-1985), com o “Estado desenvolvimentista” (DASSO JÚNIOR, 2012, p. 3). Entretanto,

desde o início da década de 1980, após o “segundo choque do petróleo” (1979) e com o advento do fenômeno da globalização, profundas alterações afetaram o papel dos Estados, que passaram a enfatizar a desregulamentação da economia, a privatização das empresas públicas e a abertura comercial. (DASSO JÚNIOR, 2012, p. 4).

A grande crise econômica que atingiu praticamente todas as economias do mundo na década de 70 colocou, então, termo a uma fase de intenso crescimento da economia mundial que teve início após a Segunda Guerra Mundial (SALES, 2002).

A partir da década de 80, a forte intervenção na economia para criação de infraestruturas de grande porte, cuja criação gerava pouco ou nenhum lucro, começa a decair. Nesta década, a crise que se arrastava desde a década anterior encontra seu pior momento. A publicização de atividades econômicas sofre forte retração.

Com a crise, passa a ser dada atenção ao que se pode definir como decorrências do crescimento da máquina estatal nos mais distintos ramos da atividade econômica. No setor cinematográfico brasileiro, por exemplo, podemos perceber a retração do intervencionismo estatal com a extinção da Embrafilme:

[...] no momento em que a Embrafilme foi fechada, sob as acusações de estatal podre e viciosa – estatal que tinha movimentado no ano de 1989 o mísero volume de recursos de menos de 7 milhões de dólares, um verdadeiro banquete dos mendigos para o cinema capitalista desenvolvido –, afundava algo muito mais valioso: a ideologia do intervencionismo estatal na área cinematográfica, que fora a base de sustentação do filme brasileiro nos 60 anos anteriores. (SOUZA, 1993, p. 52).

O Estado de bem-estar tornou-se palco da demonstração de uma possível ineficácia de antigas estruturas para lidar, segundo Sales (2002), com economia, política e direito:

Isso se expressou pela degradação de políticas públicas sociais - sob a justificativa de uma crise financeira que exigia do Estado inúmeras reestruturações - com a redução do orçamento social e da produção de bens e serviços, os quais passaram a ser obtidos junto ao setor privado, financiando o crescimento deste. Nos países periféricos, este foi o período do aumento da dívida externa, de desvalorização dos produtos colocados por estes no mercado internacional e redução de ajuda externa. (SALES, 2002, p. 11).

Há uma queda no modelo intervencionista, ocorrendo uma mudança nas prioridades do Brasil já a partir da década de 90 – prioridades como adequação da economia nacional aos fundamentos da economia globalizada, manutenção da disciplina fiscal, continuidade da estabilidade monetária e desoneração da administração direta em favor de órgãos descentralizados (FARIA, 2002, p. 7) – o que enseja uma nova forma de atuação do Estado:

O Estado, buscando agora adequar suas estruturas à nova ordem econômica internacional passa a regular atividades privatizadas, balizar a concorrência, a fomentar a oferta de serviços e a criar oportunidades para o desenvolvimento da atividade privada, incentivando também o desenvolvimento tecnológico. Para ajustar a economia nacional à estrutura globalizada, principiou-se a regulação de setores fundamentais para o fortalecimento e aumento da competitividade dos países no mercado internacional, criando ainda canais de acesso dos particulares às atividades controladas pelo Estado. (SALES, 2002, p. 13).

Com uma crescente transferência da produção de bens e serviços para as mãos de particulares, num mercado de concorrência muito pequena, tornou-se necessária, por parte do Estado, a regulamentação e controle dessas atividades. São edificadas, então, as Agências Reguladoras com a função de regulamentar, controlar e fiscalizar os serviços que foram transferidos do Estado para a iniciativa privada.

É nesse contexto que “(...) a Administração Pública passa a ter um diferente papel na economia, migrando de um Estado fortemente intervencionista para um Estado regulador” (TORRES, 2006, p. 1). Para Castells (1999, p. 156)

o que se tornou redundante, ou ineficiente, foi o Estado produtor<sup>4</sup>. E o que se tornou inviável foi o Estado plenamente soberano, tomando decisões inapeláveis no marco de seu território. Daí que a privatização não é senão a constatação do fato de que subsidiar certos produtos, certos dirigentes de empresas ou certos grupos de trabalhadores é uma fonte de privilégio social, não um mecanismo de criação de riquezas. A incapacidade do Estado para decidir por si só, em um mundo em que as economias nacionais são globalmente interdependentes, obriga a adaptação de regulações inaplicáveis, porque a pior forma de descontrole é manter vigente o que não se pode aplicar.

---

<sup>4</sup> “O Estado desenvolvimentista não é apenas um Estado planejador, mas também um Estado produtor – um Estado em que a produção de bens e serviços essenciais vai-se tornando cada vez mais sua própria responsabilidade, ao mesmo tempo em que se multiplicam e se expandem empresas públicas criadas para o exercício dessa função” (PEREIRA, 1981, p. 159).



Apesar da alteração e consequente redução do papel estatal, compete ressaltar que “o Estado perde soberania, mas não capacidade de ação” (CASTELLS, 1999, p. 156), pois passa a regular e fiscalizar as atividades que outrora, foram de sua responsabilidade. É como se o Estado transferisse seus esforços centrados no campo empresarial – mediante as empresas públicas –, para o campo jurídico, assumindo as funções de regular e fiscalizar os serviços públicos e as atividades econômicas (TORRES, 2006). Justamente, uma das mudanças mais relevantes na concepção de um Estado Regulador é “o instrumento normativo passar a ser a ferramenta mais importante da intervenção estatal na economia, sucedendo a atuação direta empregada no modelo anterior” (SALES, 2002, p. 14). De acordo com Mattos (2006, p. 151),

o novo Estado regulador – caracterizado pela criação de agências reguladoras independentes, pelas privatizações de empresas estatais, por terceirizações de funções administrativas do Estado e pela regulação da economia segundo técnicas administrativas de defesa da concorrência e correção de “falhas de mercado”, em substituição a políticas de planejamento industrial – representou uma clara descentralização do poder do Presidente da República e de seus ministros, ao mesmo tempo em que se tentaram criar novos mecanismos jurídico-institucionais de participação de diferentes setores da sociedade civil no controle democrático do processo de formulação do conteúdo da regulação de setores na economia brasileira.

As concepções dominantes quanto ao papel do Estado mudaram, adotando-se a descentralização como estratégia primordial. Através de privatizações e terceirizações, tem-se buscado uma contínua redução das dimensões estatais, primando pela necessidade de fortalecimento das funções reguladora, fiscalizadora e, inclusive, da função fomentadora.

### ***2.1.1 Formas de intervenção do Estado na atividade econômica***

Modernamente, as teorias político-econômicas percebem a existência de três tipos principais de intervenção pública na economia, sendo elas definidas com muita propriedade por Majone (1999, p. 6), da seguinte forma:

[...] redistribuição de renda, estabilização macroeconômica e regulação de mercados. A redistribuição de renda inclui todas as transferências de recursos de um grupo de indivíduos, regiões ou países, para um outro grupo, bem como a provisão de “bens de mérito” tais como educação primária, seguro social, ou certas formas de assistência à saúde que os governos obrigam os cidadãos a consumir.

A estabilização macroeconômica é aquela que se caracteriza por tentar atingir e manter níveis satisfatórios de crescimento econômico e de emprego, possuindo como instrumentos

principais a política fiscal e monetária juntamente com o mercado de trabalho e a política industrial (MAJONE, 1999).

Por fim, as políticas reguladoras têm como objetivo corrigir vários tipos de falhas de mercado<sup>5</sup>, tais como o poder de monopólio, as externalidades negativas, a informação incompleta e a provisão insuficiente de bens públicos (MAJONE, 1999).

Em termos nacionais, nossa Constituição Federal evidencia a presença do terceiro tipo de intervenção pública na economia – políticas reguladoras – em duas formas básicas que o Estado possui para se posicionar na esfera econômica, as quais são relevantes para o bom funcionamento do sistema econômico como um todo: a forma de intervenção direta e a forma de intervenção indireta.

Quando falamos em uma interferência direta, nos referimos à atuação do Estado enquanto agente econômico, mediante a instituição das denominadas empresas públicas. É essa a disposição constante no art. 173, §§ 1º e 2º da Constituição:

**Art. 173.** Ressalvados os casos previstos nesta Constituição, a exploração direta de atividade econômica pelo Estado só será permitida quando necessária aos imperativos da segurança nacional ou a relevante interesse coletivo, conforme definidos em lei.

§ 1º A empresa pública, a sociedade de economia mista e outras entidades que explorem atividade econômica sujeitam-se ao regime jurídico próprio das empresas privadas, inclusive quanto às obrigações trabalhistas e tributárias.

§ 2º As empresas públicas e as sociedades de economia mista não poderão gozar de privilégios fiscais não extensivos às do setor privado.

§ 3º A lei regulamentará as relações da empresa pública com o Estado e a sociedade.

Ainda sobre essa modalidade, Fonseca (2004, p. 281) afirma que o Estado passa “a atuar como empresário, comprometendo-se com a atividade produtiva, quer sob a forma de empresa pública quer sob a forma de sociedade de economia mista”. O Estado tanto como empresa pública quanto como sociedade de economia mista, poderá optar por atuar em regime concorrencial, em que se equipara com as empresas privadas ou regime monopolístico (FONSECA, 2004).

No que concerne à forma de intervenção indireta, temos a presença do Estado – em um contexto de desestatização –, nos termos do estabelecido no art. 174 da Constituição Federal<sup>6</sup>,

<sup>5</sup> Para Majone (1999, p. 7), “as falhas de mercado ocorrem quando uma ou mais condições da validade do teorema não são satisfeitas. Daí a regulação, se conseguir eliminar essas falhas a um custo razoável, poderá melhorar a eficiência do mercado, ou mesmo assegurar a viabilidade dos mercados, tais como a daqueles de serviços financeiros, onde a confiança, a transparência e a clareza de informações são de extrema importância”.

<sup>6</sup> **Art. 174.** Como agente normativo e regulador da atividade econômica, o Estado exercerá, na forma da lei, as funções de fiscalização, incentivo e planejamento, sendo este determinante para o setor público e indicativo para o setor privado.

assumindo “funções de fiscalização, incentivo e planejamento, sendo este determinante para o setor público e indicativo para o setor privado”. Em virtude de esclarecimento, o modelo de gestão pública que toma por base as agências reguladoras, adere a esse tipo de modalidade interventiva indireta. As agências reguladoras seriam criadas para, nos termos de Fornazari (2005, p. 39),

atrair e regular investimentos, reduzir arbitrariedades do setor público, defender o consumidor e o interesse coletivo, fixar preços e tarifas, aumentar a flexibilidade de gestão, insular a burocracia especializada das incertezas políticas, aumentar o controle social e, principalmente, oferecer credibilidade aos investidores privados.

Os mecanismos que as tornam autônomas e estáveis seriam justamente os responsáveis pela crença da redução de risco do investimento voltado ao desenvolvimento dos setores a que se referem.

## 2.2 As origens das agências reguladoras

Quando levamos em consideração a historicidade do processo de surgimento das primeiras agências reguladoras, nos remetemos a um estudo dos idos de 1834, na Inglaterra, “quando floresceram entes autônomos, criados pelo Parlamento para concretizar medidas previstas em lei e para decidir controvérsias resultantes desses textos” (GROTTI, 2006, p. 1). Os ingleses exerceram forte influência nos Estados Unidos, que logo em 1887, viram “a proliferação de *agencies* para regulação de atividades, imposição de deveres na matéria e aplicação de sanções” (GROTTI, 2006, p. 1).<sup>7</sup>

Mendes, citado por Grotti (2006), atesta a existência de quatro fases principais na história das agências reguladoras norte-americanas: o nascimento, em 1887 (quando foram criadas a ICC – *Interstate Commerce Commission* e a FTC – *Federal Trade Commission*, destinadas a controlar condutas anticompetitivas de empresas e corporações monopolistas);

---

§ 1º A lei estabelecerá as diretrizes e bases do planejamento do desenvolvimento nacional equilibrado, o qual incorporará e compatibilizará os planos nacionais e regionais de desenvolvimento.

§ 2º A lei apoiará e estimulará o cooperativismo e outras formas de associativismo.

§ 3º O Estado favorecerá a organização da atividade garimpeira em cooperativas, levando em conta a proteção do meio ambiente e a promoção econômico-social dos garimpeiros.

§ 4º As cooperativas a que se refere o parágrafo anterior terão prioridade na autorização ou concessão para pesquisa e lavra dos recursos e jazidas de minerais garimpáveis, nas áreas onde estejam atuando, e naquelas fixadas de acordo com o art. 21, XXV, na forma da lei.

<sup>7</sup> Por sua vez, na França, “as Autoridades Administrativas Independentes, embora sem personalidade jurídica e sujeitas à fiscalização do Conselho do Estado, marcam também um propósito de neutralidade política” (GROTTI, 2006, p. 3).

uma segunda fase, localizada entre 1930 e 1945 (marcada pela invasão súbita de diversas agências administrativas resultantes da política do New Deal de Roosevelt); uma terceira, entre 1945 e 1965 (que se distingue pela edição de uma lei geral de procedimento administrativo); e uma quarta e última fase, ocorrida entre os anos de 1965 e 1985, quando o sistema regulatório americano se deparou com o desvirtuamento das finalidades de regulação desvinculadas do poder político mediante a captura das agências reguladoras pelos agentes econômicos – os quais acabaram por praticamente determinar o conteúdo da regulação que iriam sofrer.

Apesar do aparecimento de entidades independentes também não constituir algo completamente desconhecido no Direito brasileiro – temos como exemplo a criação do Instituto do Café<sup>8</sup>, em São Paulo, em meados da década de 20 – as agências reguladoras brasileiras são criadas como frutos “de um novo modelo de organização capitalista” (SALES, 2002, p. 33), consubstanciadas no Plano Nacional de Desestatização (criado pela Lei nº 8.031/90, posteriormente revogada pela Lei nº 9.491/97) e no Plano Diretor de Reforma do Estado (de 1995).

Desse modo, sofrendo forte influência do direito alienígena, sobretudo do direito norte-americano, em decorrência das transformações econômicas e políticas pelas quais o país passou na década de noventa – com o governo Collor e o Plano Nacional de Desestatização –, bem como com o governo de Fernando Henrique Cardoso – mediante a reforma administrativa e a forte tendência à desestatização que se efetiva na prática através do programa governamental de privatizações<sup>9</sup> –, e em consonância com o que previam os artigos 173 e 174 da Constituição Federal de 1988, o Estado brasileiro deixa de atuar como interventor direto na órbita econômica (AGUILLAR, 2006). Assim,

a partir da segunda metade da década de noventa são criadas as agências setoriais de regulação, dotadas de autonomia e especialização, com a natureza jurídica de autarquias com regime especial, vinculadas a uma particular concepção político-ideológica, que visa impedir influências políticas sobre a regulação e disciplina de certas atividades administrativas. (GROTTI, 2006, p. 5).

---

<sup>8</sup> De acordo com informações extraídas do Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil – CPDOC/FGV, tanto a burguesia cafeeira quanto a nascente burguesia industrial queriam proteger seus interesses quando em 1922, foi criado o Instituto de Defesa Permanente do Café, órgão destinado a organizar o mercado produtor nacional. Não tardou muito para que essa função passasse a ser atribuição do estado de São Paulo, com a criação, em 1924, do Instituto do Café de São Paulo. Disponível em: <<http://cpdoc.fgv.br/node/1873>>. Acesso em: 30 jul. 2012.

<sup>9</sup> Nos termos de Bagnoli (2005), essas privatizações passaram a se justificar na época, como sendo necessárias a uma busca da defesa da livre iniciativa e da eficiência, mudança nos setores estratégicos, fortalecimento do setor privado, credibilidade política, crise fiscal, limitações de investimentos públicos, entre outros motivos.

Nossa Constituição de 1988 já determinava expressamente a obrigatoriedade de criação de órgãos reguladores para as telecomunicações em seu art. 21, XI e para o Petróleo em seu art. 177, § 2º, III, que assim dispõem:

**Art. 21.** Compete à União: XI - explorar, diretamente ou mediante autorização, concessão ou permissão, os serviços de telecomunicações, nos termos da lei, que disporá sobre a organização dos serviços, a criação de um órgão regulador e outros aspectos institucionais;

**Art. 177.** Constituem monopólio da União: § 2º A lei a que se refere o § 1º disporá sobre: III - a estrutura e atribuições do órgão regulador do monopólio da União.

Sendo assim, as duas únicas agências reguladoras que possuem base constitucional são a ANATEL (instituída pela Lei Geral de Telecomunicações – Lei nº 9.472/1997) e a ANP (Instituída pela Lei nº 9.478/97 – a qual estabeleceu as regras para a prestação de serviços de gás canalizado e para o funcionamento da indústria do petróleo e criou a Agência Nacional do Petróleo), embora a primeira agência reguladora brasileira tenha origem infraconstitucional: trata-se da Agência Nacional de Energia Elétrica – ANEEL, instituída pela Lei nº 9427/96.

### **2.3 Meu bem, meu mal: críticas ao modelo regulatório perpetrado através das agências**

Existem cinco críticas recorrentes quanto ao modelo das agências reguladoras: 1ª) escolha dos dirigentes; 2ª) legitimidade na atuação normativa; 3ª) importação do modelo das agências; 4ª) distância que se estabelece entre as agências e à população; e, 5ª) Projeto de Lei nº 3.337/2004.

A primeira crítica diz respeito ao fato dos dirigentes das agências reguladoras serem escolhidos pelo Presidente da República, e por ele nomeados, após aprovação do Senado Federal. Dessa forma, apesar das agências serem integrantes da Administração Pública, “seus dirigentes não passam pelo sufrágio popular” (LEMOS, 2010, p. 2) ou “por qualquer crivo democrático-eleitoral, ao contrário dos membros do Poder Legislativo e do chefe do Poder Executivo” (LEMOS, 2010, p. 8). Conforme dispõe a Lei nº 9.986/00, em seu art. 4º, as agências reguladoras são dirigidas em regime de colegiado, ou seja, por um Conselho Diretor ou Diretoria, cujo presidente deverá ser previamente indicado pelo Presidente da República, através de uma decisão discricionária. Podemos notar a existência de um considerável grau de politização na escolha para os cargos de direção das agências. Solução plausível seria,

segundo Binenbojm<sup>10</sup>, o preenchimento dos cargos por servidores de carreira, pois o grau de politização das agências compromete a própria ideia da regulação independente como um modelo no qual se possa crer.

A segunda questão polêmica que circunda as agências funda-se na legitimidade de sua atuação normativa. Por não elegerem seus dirigentes mediante consulta popular, essas entidades independentes não poderiam emitir atos normativos. Apesar das agências reguladoras brasileiras adotarem a participação popular<sup>11</sup>, essa participação estaria limitada à fase preparatória, suscitando críticas por autores que afirmam que esta tem caráter “absolutamente marginal, quase inapreciável e uma reduzida funcionalidade, pois normalmente restringe-se a uma atividade consultiva” (BINENBOJM apud LEMOS, 2010, p. 8).

No âmbito jurídico, existem diversas correntes doutrinárias que visam justificar a constitucionalidade do poder regulatório da administração pública, exercido através das agências reguladoras, bem como negá-lo, sendo que serão analisados agora alguns posicionamentos relevantes sem excursionar densamente pelo tema.

Entre as correntes doutrinárias existentes, temos a dos que defendem que as agências exercem suas atribuições de ordem normativa por meio de uma descentralização do exercício da competência regulamentar originalmente pertencente ao Presidente da República (art. 84, IV, da CF/88<sup>12</sup>). Dessa forma, apesar da Constituição ter atribuído ao Chefe do Executivo a função de regulamentar as leis, não exclui a possibilidade de desconcentração ou descentralização do exercício deste poder. Assim, as agências reguladoras poderiam exercer a função normativa em virtude do seu poder-dever de regulamentar as leis. Poder este, originário do ato de descentralização da competência regulamentar do Poder Executivo central. Esse argumento é defendido por Guerra (2005). Refutando tal proposição, Bandeira de Melo acredita na impossibilidade da livre edição de atos regulatórios pelo Executivo, alegando que a criação de obrigações para os administrados só poderia advir da lei. Para ele, as agências reguladoras brasileiras normalmente incorrem em inconstitucionalidade, pois extrapolam os limites puramente regulamentares e invadem a competência do Legislativo (MELLO, 2003). Às agências deveriam competir apenas os aspectos estritamente técnicos.

---

<sup>10</sup> Em: <<http://www.conjur.com.br/2010-out-29/especialista-critica-politizacao-agencias-reguladoras>>. Acesso em: 13 out. 2011.

<sup>11</sup> É o caso da ANP (art. 18 da Lei 9.478/97, da ANEEL (art. 4º da Lei 9.247/96) e da ANATEL (art. 19, III, 39, 42, da Lei 9.472/97). (LEMOS, 2010, p. 8)

<sup>12</sup> Art. 84, IV: “Compete privativamente ao Presidente da República: IV – sancionar, promulgar e fazer publicar as leis, bem como expedir decretos e regulamentos para sua fiel execução.”

Di Pietro (2005) integra uma corrente que entende ser a competência de regulamentar as leis, atribuição privativa do Presidente da República, sendo que as agências só estariam aptas a editar atos normativos terciários (resoluções, portarias). Di Pietro ressalta que a competência reguladora das agências, inclusive as que têm fundamento constitucional – como é o caso da ANATEL e da ANP – é limitada “aos chamados regulamentos administrativos ou de organização, só podendo dizer respeito às relações entre os particulares que estão em situação de sujeição especial ao Estado” (DI PIETRO, 2005, p. 158). Contradizendo a ideia de Di Pietro (2005) ao incluir as agências com fundamento constitucional, há uma corrente que protege tais agências, declarando terem competência normativa abstrata, em função da aplicação da teoria dos poderes implícitos. De acordo com Martins (2011), esta teoria se desenvolveu no constitucionalismo norte-americano.

Para Mattos (2006) e Lennertz (2008), o modelo habermasiano de legitimação pelo procedimento discursivamente estruturado, oferece uma saída teórica para os parâmetros normativos de legitimação democrática da atuação dessas entidades. A tese que propõe a legitimidade das agências pode ser reforçada por meio do desenvolvimento de meios institucionais de participação democrática na produção normativa destes entes. Segundo Habermas (1997, p. 190-191)

os direitos de participação política remetem à institucionalização jurídica de uma formação pública da opinião e da vontade, a qual culmina em resoluções sobre leis e políticas. Ela deve realizar-se nas formas de comunicação, nas quais é importante o princípio do discurso [...].

A teoria da democracia discursiva de Habermas resguarda a noção de que a legitimidade democrática das ações do Estado pode ser aferida por meios dialéticos diversos, e não apenas seguindo o critério de origem no Poder Legislativo (MARTINS, 2011).

Assim, figuras tais como as consultas públicas, audiências públicas, denúncias e a ouvidoria funcionam, sob este enfoque, como meios viáveis de participação democrática do cidadão na produção normativa das agências. Tal participação, pelo menos no modelo brasileiro, não vincula a autoridade reguladora, porém tem o mérito de influir positiva e construtivamente na formação do convencimento da autoridade. (MARTINS, 2011).

O que se propõe é uma forma de fortalecer as instituições reguladoras e favorecer a aceitação voluntária da normatização efetuada por esses entes. Mas, conforme assinala Mattos, os meios de participação pública precisam ser aperfeiçoados, para que se tornem mais efetivos e acessíveis ao cidadão. A participação popular na produção normativa das agências

pode influenciar de forma positiva a atividade normativa dos órgãos reguladores, conferindo-lhes maior legitimidade. Conforme Sales (2002, p. 46) “a produção normativa será ilegítima se ignorar sistematicamente interesses da sociedade civil”.

A terceira crítica, que nos deve ensejar reflexão, consiste na importação do modelo das agências. De acordo com Mattos (2006, p. 155),

importar modelos não é uma novidade e não é algo característico apenas de países em desenvolvimento. Os países desenvolvidos também importam e adaptam modelos já utilizados em outros países. Ocorre que, quando os modelos importados são aplicados, é inerente ao processo político de implementação a sua adaptação à dinâmica interna da burocracia estatal de cada país. Ou os modelos são adaptados assumindo-se inteiramente os pressupostos teóricos que lhes deram origem, ou, na adaptação, são tomados apenas como referência e, nesse caso, ganham novo sentido no contexto de análise do processo histórico de formação da burocracia estatal de cada país.

O modelo de agências vindo dos Estados Unidos ou mesmo da Europa, encontrou no Brasil um ambiente distinto do qual levou ao seu aparecimento nesses outros *locus*. Para termos uma ideia, nos Estados Unidos já havia uma atividade administrativa desenvolvida por intermédio de organizações denominadas agências (*agencies*) desde a Independência, sendo que essas organizações designavam “um conjunto vastíssimo de entidades, abrangendo qualquer autoridade do Governo dos Estados Unidos, com exclusão do Congresso e dos Tribunais” (MAZZA, 2005, p. 77), ou seja, sua amplitude era muito maior do que a empregada pelo direito brasileiro:

Embora o modelo da agência reguladora independente norte-americana tenha servido de inspiração ao legislador brasileiro, a sua introdução no Brasil serviu a propósitos substancialmente distintos, senão opostos. De fato, enquanto nos Estados Unidos as agências foram concebidas para propulsionar a mudança, aqui foram elas criadas para garantir a preservação do status quo; enquanto lá buscavam elas a relativização das liberdades econômicas básicas, como o direito de propriedade e a autonomia da vontade, aqui sua missão era a de assegurá-las em sua plenitude contra eventuais tentativas de mitigação por governos futuros. (BINENBOJM, 2005, p. 6).

Enquanto nos Estados Unidos as agências surgiram como instrumentos de intervencionismo e relativização das garantias liberais clássicas, no Brasil o contexto político, ideológico e econômico em que se deu a implantação das mesmas, durante os anos 1990, foi bastante diverso do norte-americano (BINENBOJM, 2005):

[...] o modelo regulatório brasileiro foi adotado no bojo de um amplo processo de privatizações e desestatizações, para o qual a chamada reforma do Estado se constituía em requisito essencial. É que a atração do setor privado, notadamente o capital internacional, para o investimento nas atividades econômicas de interesse coletivo e serviços públicos objeto do programa de privatizações e desestatizações



estava condicionada à garantia de estabilidade e previsibilidade das regras do jogo nas relações dos investidores com o Poder Público. (BINENBOJM, 2005, p. 6).

Confirmando o posicionamento de Binenbojm, Moreira (2010, p. 1) elencou as importantes diferenças entre os dois países:

As agências norte-americanas, diferentemente do que se deu no Brasil onde as agências reguladoras surgem após um árduo processo de privatização, estão intimamente ligadas ao modelo de Estado liberal sempre presente naquele País. Note-se, ainda, que as justificativas para atribuição de independência às agências estão diretamente ligadas a uma série de fatores, sendo relevante destacar: a ideia de imparcialidade na atuação do Estado em alguns setores da economia; a exigência de profissionalização das atividades, maior controle do Congresso sobre a Administração etc.<sup>13</sup>

Em síntese, comparando o Brasil com os Estados Unidos, podemos dizer que lá as agências foram criadas para propulsionar a mudança das concepções instituídas pelo liberalismo clássico, enquanto aqui, foram criadas com o objetivo de manter as coisas como estão, ou seja, garantir estabilidade para atrair investimentos. Essas discrepâncias devem ser consideradas quando de uma possível incapacidade de manutenção do modelo regulatório das agências em nosso país.

A quarta crítica reside no fato da democracia ficar comprometida devido à distância que se estabelece entre as agências e a população. Por serem autônomas e independentes do Presidente da República, talvez o maior óbice encontrado para a permanência desprendida de censura e controvérsias das agências reguladoras consista na indefinição sobre de quem exatamente devem ser cobradas posturas, melhorias ou até mesmo agilidade nos procedimentos, posto não ser teoricamente possível recorrer ao Presidente da República por uma responsabilidade que este transferiu à determinada agência.

No que concerne a quinta e última crítica – Projeto de Lei nº 3.337/2004 –, aproveitamos para dividir o desenvolvimento das agências reguladoras no país, de forma concisa, em três períodos: gestão FHC, gestão Lula e gestão Dilma.

Durante o governo de FHC temos a implantação das agências reguladoras: Agência Nacional de Energia Elétrica (ANEEL) em 1996, Agência Nacional de Telecomunicações

<sup>13</sup> Vale ressaltar que nos Estados Unidos da América, diferentemente dos países de tradição romano-germânica, as atividades econômicas não eram titularizadas pelo Estado, permanecendo sempre no domínio privado. Com o tempo surgiu uma necessidade de regular as atividades que apresentavam relevante interesse coletivo, as denominadas “*business affected with a public interest*”. “Em verdade o Direito Administrativo norte-americano não pode ser considerado, ao contrário do francês, como um Direito Administrativo revolucionário. O surgimento deste ramo do direito nos Estados Unidos ocorre em virtude da necessidade de atuação crescente do Estado na área social e econômica, notadamente através das agências. Costuma-se dizer, por isso, que o direito administrativo norte-americano é basicamente o ‘direito das agências’” (OLIVEIRA, 2010, p. 3).

(ANATEL) em 1997, Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP) em 1997, Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS) em 1998, Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) em 1999, Agência Nacional de Águas (ANA) em 2000, Agência Nacional do Cinema (ANCINE) em 2001, Agência Nacional de Transportes Aquaviários (ANTAQ) em 2001, Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT) em 2001, e Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC) – a Lei 11.182 que criou a Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC) foi apresentada ao congresso em 2000 como Projeto de Lei, ou seja, foi criada na gestão FHC mas implantada apenas na gestão de Lula, em 2005.

No final de 2002, quando Lula vence as eleições, é promulgada a Lei nº 10.609, que institucionaliza e organiza o processo de transição governamental permitindo a formação de um arranjo político entre a equipe designada pelo Presidente eleito, Luiz Inácio Lula da Silva, com a equipe de administração do governo do presidente Fernando Henrique Cardoso (NUNES et al., 2005).

O objetivo manifestado pela equipe de transição era garantir à nova Administração a oportunidade de atuar no programa de governo do novo Presidente da República desde o primeiro dia de seu mandato, preservando a sociedade do risco de descontinuidades de ações de grande interesse público. (NUNES et al., 2005, p. 6).

Foram criados Cargos Especiais de Transição Governamental (CETG), os quais tinham a incumbência de visitar “ministérios, secretarias e programas da administração FHC, com o objetivo de traçar um retrato do país que o novo presidente encontraria no dia 1º de janeiro de 2003” (NUNES et al, 2005, p. 7).

Como conclusão preliminar sobre a questão do papel das agências reguladoras no Governo Lula, pode-se dizer, a partir do material obtido em noticiário, que os trabalhos da equipe de transição resultaram em um mapeamento dos principais problemas que estavam sendo deixados pelo governo FHC. Somente com a finalização dos relatórios produzidos pela equipe de transição e a posse dos novos ministros em janeiro de 2003 é que começam a ser divulgadas, de forma mais específica, notícias sobre a visão do novo governo a respeito das falhas no modelo regulatório brasileiro e se iniciam os debates em torno da construção de um novo marco regulatório para o setor de infraestrutura, a partir da revisão do papel das agências e dos ministérios. (NUNES et al., 2005, p. 7).

No primeiro governo Lula, por exemplo, podemos notar uma postura de certa contestação quanto ao modelo de burocracia estatal criado pelo governo FHC na forma das agências reguladoras independentes:

No início do primeiro mandato, em referência às competências das agências nas negociações das condições de reajustes de tarifas de serviços públicos (definidos nos

contratos de concessão), Lula declarou: “O Brasil foi terceirizado. As agências mandam no país. [...] As decisões que afetam a população não passam pelo governo”. (LULA apud MATTOS, 2006, p. 152).

Em 2004, o Projeto de Lei nº 3.337 – que ficou conhecido como Lei Geral das Agências Reguladoras –, enviado ao Congresso Nacional em abril, foi elaborado na tentativa de suprir os empecilhos discutidos acerca da gestão, organização e controle social do modelo regulatório. O art. 4º do Projeto dispõe:

**Art. 4º** Serão objeto de consulta pública, previamente à tomada de decisão, as minutas e propostas de alterações de normas legais, atos normativos e decisões da Diretoria Colegiada e Conselhos Diretores de interesse geral dos agentes econômicos, de consumidores ou usuários dos serviços prestados.

§1º O período de consulta pública iniciar-se-á sete dias após a publicação de despacho motivado no Diário Oficial da União e terá a duração mínima de trinta dias.

§2º As Agências Reguladoras deverão disponibilizar, em local especificado e em seu sítio na Rede Mundial de Computadores - Internet, em até sete dias antes de seu início, os estudos, dados e material técnico que foram utilizados como embasamento para as propostas colocadas em consulta pública.

§3º As Agências Reguladoras deverão estabelecer nos regimentos próprios os critérios a serem observados nas consultas públicas.

§4º É assegurado às associações constituídas há pelo menos três anos, nos termos da lei civil, e que incluam, entre suas finalidades, a proteção ao consumidor, à ordem econômica ou à livre concorrência, o direito de indicar à Agência Reguladora até três representantes com notória especialização na matéria objeto da consulta pública, para acompanhar o processo e dar assessoramento qualificado às entidades e seus associados, cabendo à Agência Reguladora arcar com as despesas decorrentes, observadas as disponibilidades orçamentárias, os critérios, limites e requisitos fixados em regulamento e o disposto nos arts. 25, inciso II, e 26 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993.

§5º O acompanhamento previsto no §4º será proporcionado ao representante nas fases do processo entre a publicação de sua abertura até elaboração de relatório final a ser submetido à decisão da Diretoria Colegiada ou Conselho Diretor, ressalvado o acesso a dados e informações que sejam classificados como sigilosos na forma do art. 23 da Lei no 8.159, de 8 de janeiro de 1991.

O interessante no Projeto é observar a preocupação que se coloca em relação à melhoria dos instrumentos de participação social, posto que o mesmo busca ampliar a todas as agências reguladoras o uso de consultas e audiências públicas. A substituição da ação centralizadora dos governos por uma atuação participativa do cidadão vem se tornando cada vez mais comum no país. O agravamento dos problemas sociais, que se pode dizer decorrente da insolvência generalizada que tem caracterizado o Setor Público nos últimos anos, tem levado os pesquisadores da área à procura de formas alternativas de Gestão Pública, caracterizadas por uma acentuada descentralização dos serviços essenciais, deslocando, por exemplo, o eixo dos Ministérios para as agências. É necessário efetivarmos de forma condizente com nossa realidade, o modelo das agências reguladoras brasileiras. Se um país

desenvolvido utiliza determinado modelo, não será através de mera importação e adaptação daquilo que possuem que conseguiremos abandonar o estigma do subdesenvolvimento. Mesmo as consultas e audiências públicas precisam ser devidamente pensadas para serem implementadas de forma efetiva, sendo que encontramos uma falha no Projeto no que concerne a não obrigatoriedade das audiências públicas:

o PL em análise estabelece que apenas as consultas públicas são obrigatórias (art. 6º). As audiências públicas tornaram-se facultativas (art.7º). Esta é uma decisão que reduz a possibilidade do grande público de participar do processo decisório das agências reguladoras, diminui a transparência dessas instituições, o que contraria a filosofia que permeia a proposição. Para resolver convenientemente a questão, bastaria tornar as audiências públicas obrigatórias e as consultas públicas facultativas, substituindo, no corpo da proposição em exame, os termos “consulta” e “audiência”, respectivamente, por “audiência” e “consulta”.

A despeito de discussões recorrentes que defendem a ideia de que “a Ancine se caracterizaria como agência de fomento, e não como uma agência reguladora” (BANDEIRA, 2006, p. 35), não devendo, portanto, estar sob a égide do Projeto de Lei nº 3.337, prevalece o entendimento de que a Ancine é uma agência reguladora, e o fato é que no início de 2013, a Presidente Dilma Rouseff determinou a retirada de tramitação no Congresso Nacional do projeto de lei supramencionado. A Presidente pretende com isso aumentar a autonomia das agências reguladoras, fortalecendo-as e profissionalizando-as cada vez mais, extinguindo o projeto que prevê o aumento do controle das agências pelos ministérios, o que aumentaria a interferência política nas mesmas. A subordinação das agências aos Ministérios está prevista, em dispositivos como os artigos 8º e 9º do PL em questão, que expressamente dispõem:

**Art. 8º** As Agências Reguladoras deverão elaborar relatório anual circunstanciado de suas atividades, nele destacando o cumprimento da política do setor definida pelos Poderes Legislativo e Executivo.

**Parágrafo único.** O relatório anual de atividades deverá ser encaminhado pela Agência Reguladora, por escrito, no prazo de até noventa dias após o encerramento do exercício, ao titular do Ministério a que estiver vinculada, ao Senado Federal e à Câmara dos Deputados e disponibilizado na sede, suas unidades descentralizadas e em seu sítio na Internet.

**Art. 9º** A Agência Reguladora deverá firmar contrato de gestão e de desempenho com o Ministério a que estiver vinculada, nos termos do § 8º do art. 37 da Constituição, negociado e celebrado entre a Diretoria Colegiada ou Conselho Diretor e o titular do respectivo Ministério.

A redação do projeto de lei acaba por diminuir o poder das agências ao atribuir aos ministérios a que elas estão vinculadas o poder de realizar licitações e outorgar concessões de serviços. Mas apesar da leitura dos dispositivos 8º e 9º sopesar um aspecto considerado

negativo, posto visar uma submissão dos entes independentes aos Ministérios, as audiências públicas (previstas no art. 5º do Projeto) e consultas públicas (previstas no art. 4º do Projeto em questão) são essenciais mecanismos de interface com a cidadania, sendo importante que se tornem institutos obrigatórios em todas as agências reguladoras brasileiras<sup>14</sup>.

## **2.4 O caso da Agência Nacional do Cinema**

### **2.4.1 Cenário de criação da Ancine**

#### *2.4.1.1 Primeiro período – de 1990 a 1994: governo Collor e governo Itamar Franco*

No início do ano de 1990, logo após assumir a Presidência da República, Fernando Collor de Melo – através da Medida Provisória nº 151 (de 15 de março de 1990), e da subsequente Lei nº 8.029 (de 12 de abril de 1990), bem como do Decreto nº 99.226 (de 27 de abril de 1990) – extinguiu e dissolveu autarquias, fundações e empresas públicas federais, entre as quais, a Fundação Nacional das Artes (Funarte), a Fundação Nacional de Artes Cênicas (Fundacen), a Fundação Nacional Pró-Memória (Pró-Memória), a Fundação Nacional Pró-Leitura (Pró-Leitura), a Fundação do Cinema Brasileiro (FCB)<sup>15</sup> e a Empresa Brasileira de Filmes<sup>16</sup>.

A concepção política adotada por Collor tratou a cultura como um “problema de mercado”, eximindo o Estado de qualquer responsabilidade nesta área. Isto significa dizer que a produção cultural passou a ser vista como qualquer outra área produtiva, que deve se sustentar sozinha através de sua inserção no mercado. A partir das medidas adotadas por esta nova postura política – ou melhor dizendo, a partir da ausência de medidas adotadas – toda a produção cultural foi afetada. No caso específico do cinema, que tinha um vínculo muito forte com o Estado desde a criação da Embrafilme, a saída de cena do governo federal foi um abalo muito forte, considerada por cineastas e pesquisadores a morte do cinema brasileiro. (MARSON, 2006, p. 17-18).

<sup>14</sup> Vale lembrar que: “A simples participação em debates pode até servir como exercício democrático e, sob este ângulo, é um importante instrumento de aprendizado político. Mas, do ponto de vista de sua efetividade, pode não se transformar em pleno exercício de poder por parte da população, o que também acaba por comprometer a continuidade das ações e por fortalecer o sentimento de ilegitimidade política” (CRUZ, p. 213).

<sup>15</sup> “Além de realizar festivais e conceder prêmios, a FCB desenvolvia pesquisa, implementava a conservação de filmes e a formação profissional” (SIMIS, 1998, p. 15-16).

<sup>16</sup> “A Embrafilme, criada em 1969, estava autorizada a atuar no financiamento, na distribuição e na exibição dos filmes nacionais” (SIMIS, 1998, p. 16).

Esta postura atingiu particularmente o setor cinematográfico, pois “(...) trata-se do fim de uma longa era do cinema brasileiro, em que este era entendido como uma indústria nacional que deveria ser protegida, na perspectiva do modelo mais geral herdado do período da substituição de importações e da industrialização brasileira” (BOLAÑO, 2009, p. 90).

O fim da Embrafilme, do Concine e da Fundação do Cinema Brasileiro, em março de 1990, representam o encerramento de um ciclo da história cinematográfica brasileira. E não somente porque, a partir de então, o cinema brasileiro perdeu seu principal financiador e distribuidor, mas principalmente porque perdeu seus mecanismos de proteção frente ao cinema estrangeiro. Além da extinção destes órgãos governamentais de apoio ao cinema, Collor também promoveu uma desregulamentação da atividade, acabou com a cota de tela (isto é, a obrigatoriedade de uma quantidade mínima de dias de exibição para o filme nacional) e promoveu a abertura irrestrita das importações. Com isso, o cinema estrangeiro – em especial o norte-americano – tomou conta das salas de projeções, confirmando sua hegemonia. (MARSON, 2006, p. 24).

Ao promover uma ampla liberalização da economia mediante a abertura do país para as importações sem preocupações muito grandes com o produto nacional e o mercado interno, o presidente Collor aplicou essa liberalização também aos produtos culturais (MARSON, 2006):

No caso do cinema, deixou de haver fiscalização sobre a entrada do filme estrangeiro e obrigatoriedade de exibição do filme brasileiro. O Brasil, de forma apressada e desestruturada, entrou na nova fase do capitalismo, em que os bens culturais se tornavam cada vez mais importantes, graças à nova configuração do capital que fez do consumo o elemento central.

Diante do desmonte das estruturais federais, são promulgadas leis municipais e estaduais que contribuem para viabilizar a continuidade da existência de incentivos à cultura, como por exemplo, podemos citar a Lei Mendonça (Lei nº 10.923/90).

Dentre as diversas leis de incentivo cultural regionais, as mais importantes – ou que tiveram maior repercussão – foram as do Distrito Federal, de São Paulo e do Rio de Janeiro, porque nessas cidades se concentravam a maioria dos cineastas e os principais centros de formação profissional de cinema do Brasil, com escolas e universidades já tradicionais como a UnB, a USP, e a UFRJ.<sup>17</sup> (MARSON, 2006, p. 51).

---

<sup>17</sup> “Em São Paulo, em 1989, ainda durante o período de funcionamento da Embrafilme, o governador Orestes Quércia liberou 3 milhões de dólares para a realização de dez longas-metragens de cineastas paulistas, através do *Primeiro Projeto do Cinema Paulista*. (...) Enquanto São Paulo priorizou o incentivo à produção e à finalização, o município do Rio de Janeiro preferiu criar uma distribuidora para o filme nacional, aproveitando o vazio deixado pela Embrafilme Distribuidora. Assim, em 1992 surge a Riofilme, uma distribuidora de filmes ligada à prefeitura do Rio de Janeiro que começou a funcionar através de uma doação de 3 milhões de dólares da própria prefeitura” (MARSON, 2006, p. 51-52).

Quando falamos em leis promulgadas para normatizar as atividades cinematográficas em específico, estamos relacionando o cinema com o Estado. Partindo desse princípio, as primeiras manifestações remontam à instauração do governo de Getúlio Vargas<sup>18</sup>, quando a atividade fílmica deixou de ser regulada apenas pelas leis do mercado<sup>19</sup>. Como o período traçado pela pesquisa consiste nos dez anos iniciais do século XXI, os principais Decretos, Medidas Provisórias e Leis, promulgados no período de 2001 a 2010, estão sistematizados no Anexo II do trabalho. Mas para chegarmos à concepção adotada pela política cultural do período, é necessário continuarmos a analisar os anos 90.

É com a saída do cineasta Ipojuca Pontes<sup>20</sup>, considerado um dos principais responsáveis pelo dismantelamento das instituições federais de apoio à produção cinematográfica, e sua conseqüente substituição pelo embaixador Sérgio Paulo Rouanet – Collor estava “preocupado com a alta taxa de rejeição nos meios culturais e intelectuais” (MARSON, 2006, p. 42) –, que as reações da sociedade civil e do setor cultural – a principal reivindicação dos produtores culturais foi a volta das leis de incentivos fiscais (a lei Sarney), que havia sido extinta por Collor” (MARSON, 2006, p. 43) – são teoricamente convertidas em uma lei de nível federal, sendo promulgada, em dezembro de 1991, a Lei nº 8.313, popularmente conhecida como Lei Rouanet. Esta Lei ajudou a desenvolver inúmeros empreendedores culturais, e envolvia três importantes áreas: o patrocínio direto do Estado, através do FNC – Fundo Nacional de Cultura; a venda de cotas de patrocínio para financiar espetáculos, publicações e equipamentos através do FICART – Fundos de Investimentos

<sup>18</sup> “[...] o governo Getúlio Vargas/Gustavo Capanema inaugurou uma atuação sistemática do Estado na cultura. Entre outros procedimentos, tem-se a criação de legislações para o cinema, a radiodifusão, as artes, as profissões culturais etc. e a constituição de inúmeros organismos culturais, tais como: Superintendência de Educação Musical e Artística; Instituto Nacional de Cinema Educativo (1936); Serviço de Radiodifusão Educativa (1936); Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (1937); Serviço Nacional de Teatro (1937); Instituto Nacional do Livro (1937) e Conselho Nacional de Cultura (1938)” (RUBIM, 2010, p. 55).

<sup>19</sup> “No Brasil, a partir da década de 50, Cinema e Estado desenvolveram relações crescentes no sentido da criação de órgãos e legislações específicas voltados à atividade cinematográfica. De uma situação de quase abandono até o reconhecimento estatal, traduzido na legislação, o cinema brasileiro do período refletiu e dialogou abertamente com as demandas sociais e políticas, influenciado pelas diversas fontes e dialogou abertamente com as demandas sociais e políticas, influenciado pelas diversas formas que tomou a ideologia nacionalista. Percorrendo uma trajetória na qual criou e disputou propostas, reorientando-as em seguida, o cinema foi palco de embates ideológicos e de concepções sobre o Brasil. Procurando uma compreensão totalizante da sociedade brasileira, aproximou-se e identificou-se com o Estado que, a partir dos anos 30, foi o grande responsável pela modernização. Cinema e Estado, entre meados da década de 50 e meados da década de 70, caminham juntos. Ora confrontando-se, quando o cinema procurou impor seu modelo de sociedade pela via da cooptação pedagógico-revolucionária do povo, ora convergindo, quando o Estado, interessado na sua legitimação, cooptou os cineastas por meio de seus mecanismos de financiamento, na perspectiva da criação de uma identidade cultural” (CARVALHO, 1999, p. 25).

<sup>20</sup> “O secretário da cultura Ipojuca Pontes, no início de 1991, trouxe de volta a cota de tela para o cinema nacional: 70 dias de exibição obrigatória (metade da cota que vigorou durante a década anterior) e a obrigatoriedade de 10% do acervo das videolocadoras ser composto por filmes brasileiros (antes, eram necessários 25%). Mas essas medidas protecionistas terminavam dia 31 de dezembro do mesmo ano, quando o cinema deveria se inserir no livre mercado” (MARSON, 2006, p. 41).

Culturais e Artísticos; e o patrocínio direto dedutível do imposto de renda, através do Incentivo a Projetos Culturais (MARSON, 2006). Mas o estado em que se encontrava o setor cinematográfico era precário:

Em dezembro de 1992, o diário O Estado de S. Paulo encomendou e publicou uma pesquisa. Os dados revelaram que “61% dos entrevistados não foram capazes de responder qual filme nacional lhes tinha agradado, 39% por não lembrarem o título e – pior – 37% por nunca terem entrado numa sala para ver uma produção brasileira”. Os que se lembravam de filmes brasileiros citavam antigos sucessos como *Dona Flor e seus dois maridos* ou *Xica da Silva*, ambos dos anos 1970. A pesquisa e o texto valem como radiografia de época, e esta revela a virtual inexistência, naquele momento, do cinema brasileiro como fato social digno de nota. (ORICCHIO, 2003, p. 26).

Diante de tal situação, “e percebendo em Rouanet uma abertura para negociações, os cineastas começaram a pressionar o governo para a elaboração de uma legislação específica para o setor” (MARSON, 2006, p. 46). Em 1992, temos a atenção do governo voltada especificamente ao setor audiovisual através da criação da Secretaria para o Desenvolvimento do Audiovisual (SDAv)<sup>21</sup> no restabelecido Ministério da Cultura e logo em seguida, em 1993, publicada a Lei do Audiovisual (Lei nº 8.685/93)<sup>22</sup> (IKEDA, 2011). Tanto a Lei do Audiovisual, como a Lei Rouanet, ligam intimamente a cultura ao mercado:

Trata-se de um novo modelo de intervenção estatal em que as empresas nacionais produtoras e distribuidoras de filmes brasileiros passam a se manter quase que exclusivamente com os recursos repassados pelo governo através da arrecadação por meio das leis de incentivos fiscais. É o mercado, finalmente, quem regula o setor, ainda que o financiamento continue sendo público. (BOLAÑO, 2009, p. 91).

O Estado deixa de lado o modelo de produção cinematográfica adotado pela Embrafilme, baseado em um patrocínio direto, criando uma nova forma de apoio aos projetos através da criação dos mecanismos de incentivo, que se utilizam da renúncia fiscal em que pessoas físicas ou jurídicas realizam o aporte de capital num determinado projeto, e o valor é abatido – parcial ou integralmente – no imposto de renda devido (CESNIK apud IKEDA, 2011). Nos termos de Ikeda (2011, p. 15), “o Estado passava a agir no processo de desenvolvimento do audiovisual brasileiro de forma apenas indireta, estimulando a ação de terceiros, e não mais intervinha diretamente no processo econômico, produzindo ou distribuindo filmes”.

<sup>21</sup> Criada através do Decreto nº 974, de 8 de novembro de 1993 – revogado pelo Decreto nº 6.304, de 2007.

<sup>22</sup> A situação começou a mudar, lentamente, quando a Lei do Audiovisual, aprovada pelo Congresso Nacional e sancionada pelo presidente Itamar Franco (substituto de Collor, que sofreu processo de impeachment), entrou em vigor” (CAETANO, 2007, p. 196).



Em contraposição ao modelo anterior, em que uma empresa estatal (a Embrafilme) produzia e distribuía filmes, intervindo diretamente na exploração da atividade econômica, o apoio estatal à produção cinematográfica após os atos do Governo Collor passou a ser através do fomento indireto. O investimento no setor passou a ser realizado por empresas privadas e estatais que aportavam recursos em projetos audiovisuais, beneficiando-se do abatimento desses valores no imposto de renda a pagar. (IKEDA, 2011, p. 9).

Mesmo com muitas dificuldades, o cinema brasileiro no período que vai de 1990 a 1994 conseguiu produzir alguns títulos (ORICCHIO, 2003):

Em 1990, apareceram *Barrela*, *Beijo 2348/72*, *Boca de Ouro*, *Césio 137*, *Conterrâneos velhos de guerra*, *O escorpião escarlate*, *Stelinha*. Em 1991, *ABC da greve*, *O corpo*, *O fio da memória*, *A grande arte*, *A maldição de Sanpaku*, *Não quero falar sobre isso agora*, *Matou a família e foi ao cinema*, *Rádio Auriverde*, *Sua Excelência*, *o candidato* e *Vai trabalhar vagabundo 2*. Em 1992, *Oswaldianas*, *Perfume de gem* e *O vigilante*. Em 1993, *Alma corsária*, *Capitalismo selvagem*, *A dúvida da vida*, *A saga do guerreiro alumioso*, *Vagas para moças de fino trato*. Em 1994, *Carmen Miranda: banana is my business*, *A causa secreta*, *Lamarca*, *Louco por cinema*, *Mil e uma* e *Veja esta canção*. (ORICCHIO, 2003, p. 26).

É importante observar que apesar de haver todo um desmonte na estrutura federal de apoio à cultura, as leis de incentivo de caráter regional possibilitaram “que a produção cinematográfica se diversificasse, seja pelo regionalismo presente em algumas produções, seja através da possibilidade de inserção no campo cinematográfico de diretores provenientes de outros estados, fora do eixo Rio-São Paulo” (MARSON, 2006, p. 53-54).

#### 2.4.1.2 Segundo período – de 1995 a 1998: 1º mandato de Fernando Henrique Cardoso

A partir de 1995, a produção brasileira consegue se restabelecer e “são lançados vários títulos, entre eles *Carlota Joaquina*, de Carla Camurati, que, independentemente de qualquer julgamento de qualidade estética, funciona como espécie de marco zero da Retomada do cinema brasileiro” (ORICCHIO, 2003, p. 26). Foi o primeiro filme brasileiro, da etapa denominada Cinema da Retomada, que conseguiu ultrapassar um milhão de espectadores.

Outros filmes, depois, alcançaram sucesso semelhante, em especial as produções de Renato Aragão e Xuxa, mostrando que o sucesso destes artistas na tevê encontrava contrapartida na tela grande do cinema. Outros não foram tão felizes em termos de bilheteria, mas tiveram seu valor reconhecido como contribuições artísticas significativas para essa fase da Retomada do cinema nacional. São os casos, por exemplo, de *Baile perfumado* e *Um céu de estrelas*, que brilharam em festivais, mas nem tanto no circuito comercial. (ORICCHIO, 2003, p. 27).

O cinema brasileiro consegue recuperar-se do estado difícil em que se encontrava nos primeiros anos da década de 90. Ocorre a consolidação das leis de incentivo fiscal, sendo que

a participação do Estado torna-se indireta, já que a decisão de investir e a escolha dos projetos partem de um mercado investidor (IKEDA, 2011). Um dos piores resultados, segundo Calabre (2007), de todo esse processo de promulgação e consolidação de leis de incentivo fiscal foi:

uma enorme concentração na aplicação dos recursos. Um pequeno grupo de produtores e artistas renomados são os que mais conseguem obter patrocínio. Por outro lado grande parte desse patrocínio se mantém concentrado nas capitais da região sudeste. As áreas que fornecem aos seus patrocinadores pouco retorno de *marketing* são preteridas, criando também um processo de investimento desigual entre as diversas áreas artístico-culturais, mesmo nos grandes centros urbanos. (p.8).

Apesar dos recursos serem públicos, a escolha dos projetos que deverão receber investimentos é colocada nas mãos da iniciativa privada. Essa mudança de postura do Estado faz parte de um contexto mais amplo do que as próprias transformações do papel do Estado brasileiro, introduzidas desde o Governo Collor. Mas o fato é que a dualidade encontrada desde os primórdios do cinema brasileiro – seria o cinema brasileiro arte ou indústria?<sup>23</sup> – foi legitimada no período em questão, “através de sua inserção no mercado, através da conquista do público” (MARSON, 2006, p. 72):

Se o campo cinematográfico, em grande parte, se utilizou do aval do público para se legitimar e confirmar sua autonomia, o Estado por sua vez utilizou esta visibilidade do cinema para colher os louros do “responsável pela retomada do cinema no Brasil”. Uma “troca de gentilezas” se configurou: o cinema precisa do auxílio do Estado, que através das leis de incentivo fiscal estimulou a atividade; e o Estado aproveitou o bom momento do cinema para se promover. (MARSON, 2006, p. 72).

O cinema passa ser visto como “um bom negócio” e a atrair a atenção de investidores (MARSON, 2006). Podemos considerar que o cinema realizado entre 1995 e 1998 apresenta como uma de suas características a diversidade: “há filmes que retratam fatos históricos, que aborda o golpe militar de 1964, comédias românticas, biografias, filmes para crianças e adolescentes, adaptações de clássicos da literatura brasileira, suspenses, policcias, dramas, etc.” (MARSON, 2006, p. 108).

Em 1996, o governo de FHC satisfeito com a visibilidade positiva que o cinema representava para sua gestão, aumentou o limite a ser deduzido mediante o art. 1º da Lei do

---

<sup>23</sup> O cinema brasileiro “[...] ocupa uma posição intermediária entre o campo erudito e o campo da indústria cultural, [...]. O campo do cinema no Brasil oscila entre a arte erudita e a indústria cultural, e essa oscilação, que está presente em toda a história do pensamento e do fazer cinematográfico brasileiro, é responsável pela grande contradição na definição do cinema no Brasil como arte ou como indústria. Uma contradição que implica na aceitação de duas formas distintas de legitimação, a saber: a legitimação via reconhecimento interno do campo (como nos demais campos da arte erudita) e a legitimação via mercado de bens simbólicos (como nos campos da indústria cultural)” (MARSON, 2006, p. 71-72).

Audiovisual e, conseqüentemente, em 1997 a captação por meio do dispositivo supramencionado atingiu captação recorde (IKEDA, 2011). Entretanto,

se em 1997 a captação pelo Art. 1º da Lei do Audiovisual atingiu um patamar recorde, o sistema começava a dar sinais de um certo esgotamento, revertendo a tendência de euforia despertada pelo resultados dos primeiros anos. De um lado, os filmes brasileiros que entravam em cartaz não despertaram o resultado esperado, especialmente filmes com grandes orçamentos, como *Tieta do Agreste* e *Guerra de Canudos*, que não atingiram o patamar de 1 milhão de espectadores. (IKEDA, 2011, p. 37).

Nos termos do relatório de Atividades da SAV, apesar do financiamento da produção ter ultrapassado o montante de R\$ 646 milhões em 8 anos, como mostra o Quadro 01 apresentado na página seguinte,

o volume anual de captação através das leis de incentivo começou a sofrer oscilações a partir de 1998, devido, entre outros fatores, às crises especulativas mundiais, o engessamento do mercado de ações brasileiro e a menor capacidade de investimento por parte das empresas privadas e, também, o aparecimento de práticas lesivas ao interesse público, como a recompra de certificados e a cobrança de ágio, procedimentos corrigidos a partir de ação do Ministério da Cultura. (BRASIL, 2002, p. 6).

Como podemos observar no Quadro 01, no ano de 1998, o volume de captação retomou os índices de 1996, diminuindo em 1999 e 2000, e passando a crescer nos anos seguintes. Mas devido a essa oscilação, constatou-se que o mercado não seria capaz de, por si só, criar as condições de sustentabilidade do setor cinematográfico, o que tornou indispensável participação mais ativa do Estado para promover a maturação do setor (BRASIL, 2002).

Quadro 01: EVOLUÇÃO DAS INVERSÕES PÚBLICAS NA PRODUÇÃO AUDIOVISUAL 1995/2002

Investimentos	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002 (2)*	Total
<b>Incentivo Fiscal (1)</b>	<b>28.347.902</b>	<b>75.550.080</b>	<b>113.615.462</b>	<b>73.181.958</b>	<b>59.400.244</b>	<b>55.831.144</b>	<b>100.694.241</b>	<b>43.055.853</b>	<b>549.677.984</b>
Artigo 1º	16.260.928	51.233.048	74.607.335	39.093.362	35.931.645	28.312.509	41.487.618	7.926.592	295.853.037
Artigo 3º	4.030.992	6.819.036	3.848.491	3.999.707	3.865.016	5.092.993	15.225.127	5.979.529	48.860.891
Mecenato	8.055.982	17.498.797	34.159.636	30.088.000	19.603.582	22.425.943	43.981.496	29.149.733	204.964.056
<b>Conversão Dívida Externa</b>	-	-	-	-	<b>952.653</b>	<b>5.505.668</b>	<b>540.217</b>	<b>3.191.673</b>	<b>10.190.212</b>
<b>Programa Mais Cinema</b>	-	-	-	-	<b>7.041.667</b>	<b>2.125.000</b>	-	-	<b>9.166.667</b>
<b>Orçamento da União (3)</b>	<b>1.600.000</b>	<b>3.835.840</b>	<b>9.822.212</b>	<b>5.541.491</b>	<b>11.703.668</b>	<b>13.929.500</b>	<b>15.537.710</b>	<b>15.038.980</b>	<b>77.029.401</b>
<b>Total</b>	<b>29.947.902</b>	<b>79.386.720</b>	<b>123.437.674</b>	<b>78.723.449</b>	<b>79.098.232</b>	<b>77.391.613</b>	<b>116.772.168</b>	<b>61.306.506</b>	<b>646.064.264</b>

**Fonte:** Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura – Relatório de atividades da Secretaria do Audiovisual: Cinema, som e vídeo (1995-2002), p.4.

(1) O artigo 1º da Lei nº 6.865, de 20 de julho de 1993, trata da dedução do imposto de renda mediante aquisição de quotas representativas de direitos de comercialização de obras audiovisuais de produtores independentes pela via do mercado de capitais e o artigo 3º trata da dedução de imposto de renda mediante aplicação em coprodução. Já a Lei nº 8.313 (Mecenato) trata de incentivos fiscais através do Fundo Nacional de Cultura.

(2) Atualizado até 11/10/2002.

(3) Valor aprovado pelo Congresso Nacional.

Ao mesmo tempo, notícias de corrupção e superfaturamento começam a aparecer e contribuem para um enfraquecimento da aceitação das medidas que estavam sendo implantadas através do governo para o setor cinematográfico:

O primeiro caso é o da cineasta Norma Bengell, cuja prestação de contas do filme *O guarani*<sup>24</sup> não foi aprovada pelo Ministério da Cultura. A imprensa deu ampla repercussão ao caso, provocando a retração de investidores que passaram a não querer associar a imagem de suas empresas ao cinema brasileiro. O segundo caso foi ainda mais polêmico, envolvendo a realização do filme *Chatô – o rei do Brasil*, pelo ator Guilherme Fontes. O projeto, que havia captado pouco mais de R\$ 8,6 milhões, não conseguia ser concluído. Houve acusações criticando o fato de que um produtor

<sup>24</sup> Filme de 1996.

iniciante possa viabilizar uma produção de elevado orçamento sem ter uma experiência prévia na gerência de um projeto cinematográfico. (IKEDA, 2011, p. 38).

Entre oscilações na captação de recursos e denúncias quanto à corrupção, temos o lançamento de *Central do Brasil* em 1998, sucesso de público e crítica que recebeu diversos prêmios internacionais, e que contribuiu para uma discussão polêmica proporcionada, sobretudo, com a publicação do artigo “Da estética à cosmética da fome” de Ivana Bentes<sup>25</sup>. Para Bentes (apud MARSON, 2006, p. 111):

Passamos da “estética” à “cosmética” da fome, da ideia na cabeça e câmera na mão (um corpo a corpo com o real) ao *steadcam*, a câmera que surfa sobre a realidade, signo que valoriza o “belo” e a “qualidade” da imagem, ou ainda, o domínio da “técnica” e da narrativa clássicas. Um cinema “internacional popular” ou “globalizado” cuja fórmula seria um tema local, histórico ou tradicional, e uma estética “internacional”.

Muitas discussões foram suscitadas em torno e em decorrência da temática proposta por Bentes, mas no que concerne particularmente à relação entre o Estado e o cinema, conforme explica Marson (2006, p. 112),

as leis de incentivo foram elaboradas para ter um caráter provisório (teoricamente, vigorariam até o ano de 2003, mas foram estendidas), e privilegiavam a produção apenas, deixando de lado a distribuição e a exibição. O que houve, então, foi um estímulo à produção de filmes, mas não se deu a implantação de uma indústria cinematográfica.

No final do primeiro mandato de FHC podemos perceber que as leis de incentivo fiscal não estavam sendo suficientes para tornar nem mesmo a produção cinematográfica autossuficiente, “já que não estimulou o campo cinematográfico e nem o mercado a buscarem lucros com o cinema, pois em caso de prejuízo este é do Estado, e em caso de lucro este é dos investidores particulares” (MARSON, 2006, p. 120). Nessa seara, no final de 1998, as reformulações e reestruturações que deveriam ocorrer, colocaram um fim “a relativa calma e harmonia na relação entre cinema e Estado” (MARSON, 2006, p. 121).

#### 2.4.1.3 Terceiro período – de 1999 a 2002: 2º mandato de Fernando Henrique Cardoso

<sup>25</sup> BENTES, I. “Da estética à cosmética da fome”. *Jornal do Brasil*, 08 de Julho de 2001, Caderno B, p. 04.

Quando o modelo de renúncia fiscal da produção cinematográfica entra em crise – em meados de 1999<sup>26</sup> – há um estreitamento do diálogo entre cineastas e o Estado. Com a crise econômica de 1999, a qual afetou o sistema de fomento da produção cinematográfica brasileira que se baseava na renúncia fiscal de empresas<sup>27</sup>, a margem de financiamento dos filmes nacionais por este mecanismo caiu drasticamente tanto pela Lei Rouanet (Lei n° 8.313/91) quanto pela Lei do Audiovisual (Lei n° 8.685/93) e passou a dificultar a produção nacional de filmes (ALVARENGA, 2010).

Identificada essa necessidade pela Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura, através de diagnóstico realizado em meados de 2000, associada à avaliação da própria comunidade cinematográfica, o governo federal decidiu criar o Grupo Executivo de Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica (GEDIC) e, posteriormente, a Agência Nacional do Cinema – ANCINE, em processo que contou com a participação ativa da Comissão de Cinema<sup>28</sup> implantada em 1999, e que sedimentou o caminho para as transformações do desenho institucional da cadeia produtiva do audiovisual no país. (BRASIL 2002, p. 6).

Críticas quanto à transferência da “decisão do financiamento das obras cinematográficas da esfera governamental para as empresas que usariam parte de seus impostos para isso” (ALVARENGA, 2010, p. 26), e quanto à existência da grande dificuldade “de um modelo de renúncia fiscal ser capaz de estruturar a cadeia econômica cinematográfica, envolvendo produção, distribuição e exibição” (ALVARENGA, 2010, p. 29-30) tornaram-se cada vez mais constantes.

Para os profissionais envolvidos nos embates que ocorriam no momento, entre eles Gustavo Dahl, o Estado deveria apoiar o produto brasileiro para que passasse a ter condições mercadológicas em seu próprio país, já que

o filme brasileiro é um patrimônio nacional e, com base nisto, o Estado deve estimular e agir para que se mantenha o processo produtivo cinematográfico independente brasileiro, considerando-o como parte de um projeto nacional, pois envolve a formação da identidade brasileira. (ALVARENGA, 2010, p. 43).

Em entrevista concedida por Dahl a Alvarenga (2010, p. 44), o cineasta, crítico e gestor público do cinema brasileiro, afirmou que

<sup>26</sup> “O segundo mandato de FHC se iniciou com o aprofundamento da crise econômica brasileira que transcorreu paralelamente ao aprofundamento da crise do Cinema da Retomada, também iniciada no ano anterior e agravada pelas denúncias de recompra de certificados e superfaturamento das produções” (MARSON, 2006, p. 123).

<sup>27</sup> “Estava comprovada uma das mais claras limitações do investimento a partir de um mecanismo de incentivo fiscal: sendo proporcional ao imposto de renda pago pelas empresas, era extremamente vulnerável a quaisquer flutuações na economia, sofrendo um impacto imediato num período de recessão” (IKEDA, 2011, p. 38).

<sup>28</sup> Na Medida Provisória n° 1.795, de 1° de Janeiro de 1999, temos a definição da Comissão de Cinema como integrante da estrutura básica do Ministério da Cultura, ao lado do Conselho Nacional de Política Cultural, da Comissão Nacional de Incentivo à Cultura, bem como de quatro Secretarias (artigo 16, IV da MP supracitada).

não bastava uma simples lei de estímulo financeiro indireto para produzir filmes no Brasil, havia a necessidade de mais, o Estado precisaria ser o regulador e assim dar condições de isonomia de mercado no país, estimulando não só o produto nacional, mas sua distribuição, sua exibição e o desenvolvimento de parcerias com a televisão.

Todas as discussões e movimentações caminhavam para a essencialidade da emergência de um órgão estatal dedicado ao planejamento e estruturação da atividade cinematográfica. E nesse contexto, assinalado ainda pela crise do modelo de leis de incentivo e pela falta de políticas que direcionassem estímulos econômicos para a produção-distribuição-exibição de filmes, foi articulado o III Congresso Brasileiro de Cinema. O Congresso ocorreu de 28 de junho de 2000 até o dia 1º de julho de 2000,

quase meio século após o II Congresso e se tornou marco da união de esforços do meio cinematográfico para a estruturação de uma política pública que estimulasse o setor tanto no tripé produção-distribuição-exibição quanto na capacidade de criar uma infraestrutura econômica que permitisse uma dinâmica na cadeia audiovisual. (ALVARENGA, 2010, p. 52).

Como uma das críticas mais recorrentes por parte dos profissionais envolvidos na cinematografia direcionava-se à inércia do Estado, “a criação de uma agência para cuidar dos assuntos específicos do cinema, tornando-se, ao mesmo tempo, um organismo gestor, fomentador e regulador do mercado foi uma das demandas do Relatório Final do Congresso” (ALVARENGA, 2010, p. 54). Essa agência acabou se tornando um consenso entre os membros do governo e da corporação cinematográfica, cientes da urgência de estruturação de um órgão que estimulasse a indústria audiovisual brasileira. Os interesses econômicos e sociais promoveram a persuasão de que se precisava para justificar a implantação de uma agência reguladora para a atividade cinematográfica, afinal,

é sabido que nos países em desenvolvimento, como o Brasil, a diminuta poupança privada requer a intervenção do poder público como fomentador e financiador de atividades que necessitam de altos investimentos e longa maturação. A intervenção ocorre, especialmente, quando os interesses econômicos envolvidos possuem forte penetração social e papel relevante na formação da opinião pública. (FORNAZARI, 2005, p. 41).

Seguindo, ainda, as motivações que prepararam o espaço para edificação das demais agências reguladoras – privatizações, terceirizações, retirada do Estado de antigos monopólios, entre outras –, a Ancine estabeleceu-se devido a reiteradas reivindicações de profissionais da área, cientes das lacunas deixadas em nossa atividade cinematográfica pela

ausência da Embrafilme (Empresa Brasileira de Filmes) e do Concine (Conselho Nacional de Cinema).

A Agência Nacional do Cinema foi efetivamente instituída em 2001, através da Medida Provisória nº 2.228-1, de 06 de setembro, com redação dada pela Lei nº 10.470/02, Decreto nº 4.121/02 alterado posteriormente pelo Decreto nº 4.330/02.

Dotada de autonomia administrativa e financeira, essa autarquia especial está vinculada, desde 2003, ao Ministério da Cultura, tendo sede e foro no Distrito Federal, escritório central no Rio de Janeiro e escritório regional em São Paulo.

#### ***2.4.2 Objetivos, fundamentos e composição***

O quadro efetivo da ANCINE é formado por 150 cargos de Especialista em Regulação das Atividades Cinematográficas e Audiovisuais (nível superior), 70 cargos de Analista Administrativo (nível superior), 20 cargos de Técnico em Regulação (nível intermediário) e 20 cargos de Técnico Administrativo (nível intermediário), todos criados pela Lei nº 10.871/2004, com intuito de dotar a agência de um quadro estável de pessoal.

A ANCINE realizou concursos em 2005, para 20 vagas de Técnico em Regulação e 75 para Especialista em Regulação, e em 2006, para 14 vagas de Analista Administrativo e 20 para Técnico Administrativo.

Além do quadro efetivo, estão lotados na ANCINE servidores federais originários principalmente do Ministério da Cultura (denominado quadro específico), além de colaboradores comissionados oriundos do mercado audiovisual.

A Ancine é administrada por uma diretoria colegiada aprovada pelo Senado e composta por um diretor-presidente e três diretores, todos com mandatos fixos, aos quais se subordinam cinco Superintendências: Acompanhamento de Mercado, Desenvolvimento Econômico, Fiscalização, Fomento e Registro, além da Secretaria de Gestão Interna e da Superintendência Executiva. Além do seu Escritório Central, localizado no Centro do Rio de Janeiro, a Ancine conta com mais dois escritórios regionais, sendo um em Brasília e outro em São Paulo.

Na composição atual da diretoria colegiada da Ancine, temos Glauber Piva (nomeado diretor em 19 de maio de 2009, com mandato até maio de 2013), Vera Zaverucha (nomeada diretora em 24 de junho de 2011, com mandato até junho de 2015), e Manoel Rangel, cineasta, formado pela Universidade de São Paulo em 1999, o qual obteve sua nomeação para



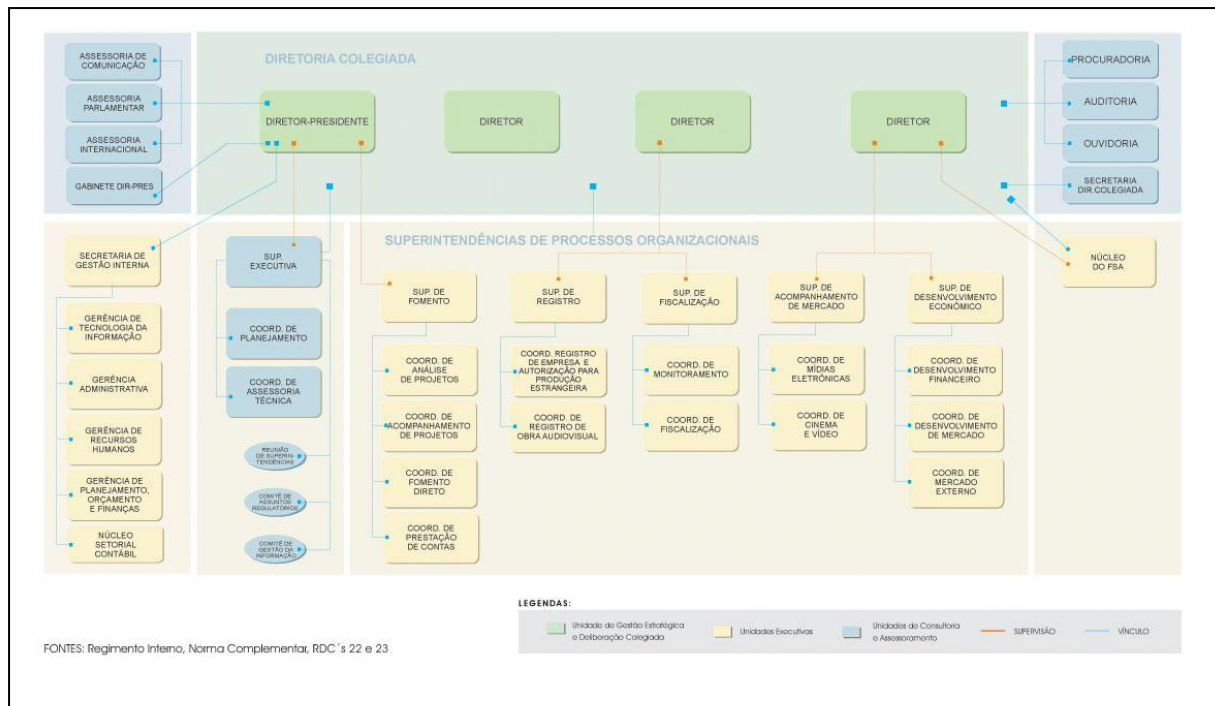
o cargo de diretor-presidente em dezembro de 2006, tendo sido reconduzido em 19 de maio de 2009 para um mandato que perdurará até maio de 2013. Enquanto Assessor Especial do Ministro da Cultura Gilberto Gil (2004/2005) e Secretário do Audiovisual substituto (2004/2005), Rangel coordenou o grupo de trabalho sobre regulação e reorganização institucional da atividade cinematográfica e audiovisual no Brasil, segundo informações disponibilizadas pela própria Ancine.

O art. 2º da Resolução de Diretoria Colegiada nº 22, que dispõe sobre o Regimento Interno, enumera os objetivos da Agência da seguinte forma:

Art. 2º A ANCINE terá por objetivos: I. promover a cultura nacional e a língua portuguesa mediante o estímulo ao desenvolvimento da indústria cinematográfica e videofonográfica nacional em sua área de atuação; II. promover a integração programática, econômica e financeira de atividades governamentais relacionadas à indústria cinematográfica e videofonográfica; III. aumentar a competitividade da indústria cinematográfica e videofonográfica nacional por meio do fomento à produção, à distribuição e à exibição nos diversos segmentos de mercado; IV. promover a autossustentabilidade da indústria cinematográfica nacional visando o aumento da produção e da exibição das obras cinematográficas brasileiras; V. promover a articulação dos vários elos da cadeia produtiva da indústria cinematográfica nacional; VI. estimular a diversificação da produção cinematográfica e videofonográfica nacional e o fortalecimento da produção independente e das produções regionais com vistas ao incremento de sua oferta e à melhoria permanente de seus padrões de qualidade; VII. estimular a universalização do acesso às obras cinematográficas e videofonográficas, em especial as nacionais; VIII. garantir a participação diversificada de obras cinematográficas e videofonográficas estrangeiras no mercado brasileiro; IX. garantir a participação das obras cinematográficas e videofonográficas de produção nacional em todos os segmentos do mercado interno e estimulá-la no mercado externo; X. estimular a capacitação dos recursos humanos e o desenvolvimento tecnológico da indústria cinematográfica e videofonográfica nacional; e XI. zelar pelo respeito ao direito autoral sobre obras audiovisuais nacionais e estrangeiras.

A estrutura organizacional compõe-se de uma diretoria – como previamente informado –, de uma Procuradoria-Geral (PGE), de uma Auditoria Interna (AUD), de uma Ouvidoria Geral (OUV), de uma Secretaria de Gestão Interna (SGI), e de Superintendências de Processos Operacionais. Essa estrutura pode ser mais facilmente compreendida através da análise da figura abaixo:

Quadro 02: ORGANOGRAMA DA ESTRUTURA ORGANIZACIONAL



Fonte: Ancine.<sup>29</sup>

Interessante ressaltar que a Ouvidoria Geral tem o dever de receber eventuais pedidos de informações, esclarecimentos, reclamações e denúncias dos cidadãos, cobrando a solução das demandas dentro de prazos previamente estipulados. No próprio site oficial da Agência podem-se efetuar possíveis indagações mediante o preenchimento de um Cadastro de Manifestação<sup>30</sup>.

### 2.4.3 Atuação e desenvolvimento

Para analisarmos as falhas e acertos que permeiam a atuação e conseqüente desenvolvimento da Ancine, partimos de uma comparação entre ela e os órgãos que a precederam: a Embrafilme (dissolvida através da Lei nº 8.029 de 12 de abril de 1990) e o Concine (indiretamente dissolvido com a extinção do Ministério da Cultura e sua subsequente nomeação de Secretaria da Cultura mediante a edição do Decreto nº 99.600 de 13 de outubro de 1990).

<sup>29</sup> Disponível em: <<http://www.ancine.gov.br/media/organograma.htm>>. Acesso em: 15 out. 2011.

<sup>30</sup> O cadastro pode ser efetuado em: <<http://www.ancine.gov.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?sid=2438>>. Acesso em: 15 out. 2011.

### 2.4.3.1 *Embrafilme versus Ancine: fomento e distribuição*

A Embrafilme foi uma empresa de economia mista com capital majoritariamente estatal criada em 1969, que acabou se tornando a maior financiadora do cinema brasileiro, além de ser responsável pela sua distribuição quase total (MARSON, 2006). Ela foi dissolvida através da promulgação da Lei nº 8.029, de 12 de abril de 1990, a qual dispõe sobre a extinção e dissolução de entidades da administração Pública Federal e dá outras providências<sup>31</sup>. Sobre as funções da Empresa, Marson (2006, p. 18) aponta:

Durante mais de duas décadas de atuação, entre 1969 e 1990, a Embrafilme foi responsável pela regularidade da produção do cinema no Brasil, através do financiamento da produção, da garantia da exibição (pela obrigatoriedade instituída via cota de tela para o produto nacional) e da distribuição dos filmes brasileiros.

De acordo com Gatti (2007, p. 12), “a Embrafilme surgiu como um mero apêndice do Instituto Nacional de Cinema (INC), criada através do Decreto nº 862, de 12 de dezembro de 1969”, e sua trajetória “pode ser dividida por fases bem caracterizadas pela sucessão de pessoas que ocuparam o cargo de diretor-geral ao longo da história da empresa” (GATTI, 2007, p. 12). A ideia motivadora, porém, era comum: industrializar a cinematografia brasileira.

Enquanto existiu, a Empresa Brasileira de Filmes S/A tinha como função fomentar a produção e a distribuição de filmes brasileiros (inclusive no exterior). Nos termos do art. 2º do Decreto nº 862:

**Art 2º** A EMBRAFILME tem por objetivo a distribuição<sup>32</sup> de filmes no exterior, sua promoção, realização de mostras e apresentações em festivais, visando à difusão do filme brasileiro em seus aspectos culturais artísticos e científicos, como órgão de cooperação com o INC, podendo exercer atividades comerciais ou industriais relacionadas com o objeto principal de sua atividade.

Por sua vez, nos termos do art. 6º da Medida Provisória nº 2.228-1 de 2001, a Ancine compartilha o propósito de divulgar o nosso cinema:

**Art. 6º** A Ancine terá por objetivos:  
VII - estimular a universalização do acesso às obras cinematográficas e videofonográficas, em especial as nacionais;

<sup>31</sup> Art. 4º, inciso VII, da Lei 8.029, de 12 de abril de 1990: “Art. 4º É o Poder Executivo autorizado a dissolver ou a privatizar as seguintes entidades da Administração Pública Federal: VII - Distribuidora de Filmes S.A. – EMBRAFILME; [...]”.

<sup>32</sup> A Ancine não tem por objetivo a distribuição direta das películas, sendo que nos termos do artigo 6º, III, da MP 2.228-1, seu objetivo consiste no aumento da competitividade da indústria cinematográfica e videofonográfica nacional por meio do fomento à produção, à distribuição e à exibição nos diversos segmentos de mercado.

IX - garantir a participação das obras cinematográficas e videofonográficas de produção nacional em todos os segmentos do mercado interno e estimulá-la no mercado externo [...].

Assim como competia à Embrafilme, uma das preocupações da Agência Nacional consiste no fomento à produção e a outros elos da cadeia produtiva do setor audiovisual.<sup>33</sup> O cinema brasileiro do período da Embrafilme, conforme atesta Bolaño (2009, p. 91),

se trata de uma produção independente, com capacidade de financiamento (estatal) e que desenvolveu [...], padrões de produção próprios, distintos do autodenominado “padrão globo de qualidade” hegemônico. O fim da Embrafilme representa uma ruptura dessa situação a favor, obviamente, da Globo e da produção cinematográfica hollywoodiana.

Hoje, quando mencionamos o Padrão Globo Filmes de Qualidade, devemos pensar sobre as características que estariam ligadas ao mesmo. “O sistema de associação com produtores de fora gerou um modo de funcionamento semelhante ao da emissora, permitindo a incorporação da diferença, desde que ‘domesticada’, ou seja, retrabalhada e inserida em determinados padrões” (BUTCHER, 2006, p. 94):

Na cartela montada pela Globo Filmes, há uma evidente preferência por alguns gêneros – a comédia, principalmente. Seja ela de tom lírico como nos filmes de Guel Arraes (*O auto da Compadecida*<sup>34</sup>, *Lisbela e o prisioneiro*<sup>35</sup>), ou a comédia de costumes para adultos com temas suavemente sexuais (*Os normais*<sup>36</sup>, *Sexo amor e traição*, *Se eu fosse você*<sup>37</sup>), ou mesmo a comédia romântica clássica (*Bossa Nova*, *O casamento de Romeu e Julieta*). Os filmes infantis, estrelados por Xuxa Meneghel e Renato Aragão, são outro produto de evidente preferência, enquanto as apostas de maior peso voltadas para o público adulto se concentraram em adaptações teatrais (*A partilha*, *A dona da história*, *A máquina*, e mesmo *O auto da Compadecida*) e em narrativas biográficas (*Olga*<sup>38</sup>, *Cazuza*<sup>39</sup> e *Dois filhos de Francisco*<sup>40</sup>). Nesse panorama, chama atenção o fato de que, até 2004, duas grandes produções urbanas sobre a questão da violência – *Carandiru*<sup>41</sup> e *Cidade de Deus*<sup>42</sup> – tenham se imposto

<sup>33</sup> Segundo o artigo 7º, I, da MP 2.228-1, cabe à Ancine executar a política nacional de fomento ao cinema a ser definida pelo Conselho Superior de Cinema.

<sup>34</sup> Produção: Globo Filmes. Distribuição: *Columbia TriStar*.

<sup>35</sup> É uma coprodução da Globo Filmes e da Natasha Filmes, junto com o estúdio *Twentieth Century Fox*.

<sup>36</sup> Produção: Rodrigo Tapias, Eduardo Figueira, Guel Arraes, MI 5 e Globo Filmes. Distribuição: *Lumière*.

<sup>37</sup> Produção: *Total Entertainment*, Globo Filmes, *Fox Film* do Brasil e Lereby. Distribuição: *Fox Film* do Brasil.

<sup>38</sup> Em 2004, no caso dos filmes *Olga* e *Lisbela e o prisioneiro*, a Ancine, através da Deliberação nº 019, de 29 de janeiro, prorrogou os prazos de captação desses projetos audiovisuais, autorizando-os a captar recursos através da comercialização de Certificados de Investimento e da formalização de contratos de coprodução nos termos dos arts. 1º e 3º da Lei 8.685, de 20 de julho de 1993, e mediante doações ou patrocínios na forma prevista nos arts. 25 e 26 da Lei nº 8.313 de 1991.

<sup>39</sup> Produção: Flávio Tambellini, Lereby Produções, Globo Filmes, Cineluz Produções, *Columbia TriStar Films* e Petrobrás Distribuidora. Distribuição: *Columbia TriStar Films*.

<sup>40</sup> Produção: HB Filmes, Globo Filmes e *Columbia TriStar* do Brasil. Distribuição: *Sony Pictures Classics/Columbia TriStar* do Brasil.

<sup>41</sup> Produção: HB Filmes, Globo Filmes e *Columbia TriStar* do Brasil. Distribuição: *Sony Pictures Classics/Columbia TriStar* do Brasil.

<sup>42</sup> Produção: Globo Filmes, O2 Filmes, Vídeo Filmes. Distribuição: *Lumière*.

como seus filmes de maior sucesso, até a explosão de *Dois filhos de Francisco*, em 2005. Mesmo *Cidade de Deus* e *Carandiru*, porém, não trabalham fora do que se pode chamar de um certo “senso comum” em torno dos temas que abordam. O dinamismo e o caráter de grande painel histórico que garantem o impacto de *Cidade de Deus* não aliviam o fato de que a representação da favela, do tráfico, e da violência armada – ainda que sejam temas praticamente ausentes da teledramaturgia – não fuja dos códigos que se estabeleceram em torno do assunto. O mesmo pode-se dizer de *Carandiru*, que vai trabalhar suas diferenças dentro de características familiares do grande público ou vai gerar efeitos de estranheza a partir do deslocamento de papéis (como, por exemplo, escalar o ator Rodrigo Santoro para viver um travesti). (BUTCHER, 2006, p. 94).

A Ancine deve primar pelo fomento de ambas as atividades: filmes de mercado e filmes de autor, evitando que haja um domínio – tanto na captação de recursos para produção quanto na distribuição e exibição – dos filmes da Globo Filmes. Não se pode perder de vista a seguinte questão: quantias elevadas de dinheiro público, obtidas por intermédio da renúncia fiscal, devem visar o enriquecimento artístico de nossa cinematografia. Para que ocorra igualdade na distribuição dos recursos, o Estado deve se posicionar e fazer valer a lição secular de Aristóteles que inspirou a *Oração aos Moços* de Rui Barbosa (1997), tratando igualmente os iguais e desigualmente os desiguais na medida de suas desigualdades, pois os filmes de autor precisam de maior proteção estatal para existir e sobreviver.

A Ancine atua em duas frentes: fomento indireto (por meio das leis de incentivo fiscal) e fomento direto (por meio de editais públicos ou por mérito artístico ou de mercado). Os mecanismos de fomento indireto estão disciplinados da seguinte forma: a) nos artigos 1º, 1º-A, 3º e 3º-A da Lei nº 8.685/93 (Lei do Audiovisual), que estabelecem diferentes formas de apoio à produção independente para cinema e televisão; b) no artigo 39 da MP nº 2.228/01, que se aplica a empresas programadoras de TV por assinatura que investem na coprodução de filmes e programas de televisão de caráter educativo e cultural; c) nos Funcines (Fundos de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional); d) e nos artigos 18, 25 e 26 da Lei nº 8.313/91 (Lei Rouanet). Os artigos supramencionados estão representados nos quadros 02 (no caso de mecanismos destinados à pessoa física) e 03 (no caso de mecanismos destinados à pessoa jurídica):

Quadro 03: MECANISMOS DE INCENTIVO – PESSOA JURÍDICA

Pessoa Jurídica		
Tipo de Projeto	Formato	Mecanismos
<b>Produção/ co-produção de</b>	curtas, médias e longas	Art. 1º

<b>obras cinematográficas</b>		Art. 1º A Art. 3º <sup>43</sup> Art. 39 Art. 18** Art. 25*** Art. 41
<b>Produção/ co-produção de obras audiovisuais</b>	telefilmes, minisséries	Art. 1º A Art. 3º Art. 25 Art. 39
<b>Produção/ co-produção de obras audiovisuais</b>	programas de TV educativo/cultural	Art. 1º A Art. 25 Art. 39
<b>Distribuição de obras cinematográficas</b>	—	Art. 1º Art. 1º A Art. 41
<b>Infra-estrutura (salas de exibição – IN 61)</b>	—	Art. 1º Art. 1º A Art. 41

<sup>43</sup> **Art. 3º** – Os contribuintes do Imposto de Renda incidente nos termos do art. 72 da Lei 9430, de 27 de dezembro de 1996, beneficiários do crédito, emprego, remessa, entrega ou pagamento pela aquisição ou remuneração, a qualquer título, de direitos, relativos à transmissão, por meio de radiodifusão de sons e imagens e serviço de comunicação eletrônica de massa por assinatura, de quaisquer obras audiovisuais ou eventos, mesmo os de competições desportivas das quais faça parte representação brasileira, 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 brasileira de longa-metragem de produção independente e na coprodução de obras cinematográficas e videofonográficas brasileiras de produção independente de curta, média e longas-metragens, documentários, telefilmes e minisséries. (Incluído pela Lei 11437, de 2006).

§ 1º A pessoa jurídica responsável pela remessa das importâncias pagas, creditadas, empregadas, entregues ou remetidas aos contribuintes de que trata o caput deste artigo terá preferência na utilização dos recursos decorrentes do benefício fiscal de que trata este artigo. (Incluído pela Lei 11437, de 2006).

§ 2º Para o exercício da preferência prevista no § 1º deste artigo, o contribuinte poderá transferir expressamente ao responsável pelo crédito, emprego, remessa, entrega ou pagamento o benefício de que trata o caput deste artigo em dispositivo do contrato ou por documento especialmente constituído para esses fins. (Incluído pela Lei 11437, de 2006).

**Art. 2º** O art. 13 do Decreto-Lei 1089, de 2 de março de 1970, alterado pelo art. 1º do Decreto-Lei 1741, de 27 de dezembro de 1979, passa a vigorar com a seguinte redação: "Art. 13. As importâncias pagas, creditadas, empregadas, remetidas ou entregues aos produtores, distribuidores ou intermediários no exterior, como rendimentos decorrentes da exploração de obras audiovisuais estrangeiras em todo o território nacional, ou por sua aquisição ou importação a preço fixo, ficam sujeitas ao imposto de 25% na fonte."

<b>Desenvolvimento de projetos</b>	Longas	Art. 3º
<b>Festivais de filmes brasileiros no exterior</b>	—	Art. 18
<b>Festivais no Brasil</b>	—	Art. 18

Fonte: ANCINE – Tabela de Mecanismos de Incentivo

*Pessoa Jurídica:*

\* a soma dos mecanismos

\*\* somente curtas e médias

\*\*\* somente longas documentais

#### Quadro 04: MECANISMOS DE INCENTIVO – PESSOA FÍSICA

<b>Pessoa Física</b>		
Tipo de Projeto	Formato	Mecanismos
<b>Produção de obras cinematográficas</b>	curtas e médias	Art. 18
<b>Festivais de filmes brasileiros no exterior</b>	—	Art. 18
<b>Festivais no Brasil</b>	—	Art. 18
<b>Produção/ coprodução de obras audiovisuais</b>	telefilmes, minisséries, programas de TV	Art. 25
<b>Produção de filmes documentais</b>	Longas	Art. 25

Fonte: ANCINE – Tabela de Mecanismos de Incentivo

*Pessoa Física – Observações:*

*Projetos artigo 18, enquadramento no MinC*

*Projetos artigo 25, enquadramento na Ancine*

Esses mecanismos de incentivo fiscal permitem que os contribuintes pessoas físicas e jurídicas fiquem isentos de determinados tributos ou ao menos possam abatê-los mediante patrocínio, coprodução ou investimento em projetos audiovisuais que sejam aprovados pela Ancine.

Já os mecanismos de fomento direto, com recursos do próprio orçamento da Ancine, incluem o Prêmio Adicional de Renda (PAR), calculado com base no desempenho dos produtos audiovisuais no mercado de salas de exibição; e o Programa de Incentivo à Qualidade do Cinema Brasileiro (PAQ), ligado à participação no circuito de festivais. Apesar de serem iniciativas importantes, em 2011 o PAR contou com um investimento de R\$ 6,5 milhões (Ata da Sessão realizada para aferição do Prêmio Adicional de Renda – 2011), enquanto o PAQ conseguiu contemplar apenas sete empresas produtoras com um total de R\$ 700 mil (Ata da Sessão Pública para aferição do Programa Ancine de Incentivo à Qualidade do Cinema Brasileiro – Edital nº 05/2011). Essa pequena observação reflete a noção de que o Prêmio que aplica recursos nos grandes êxitos de bilheteria possui um fomento maior que o Programa que incentiva a qualidade técnica e artística. Temos ainda o fomento direto seletivo, que inclui editais de copatrocínio com outros países, como o Programa Ibermedia.

Dizer que a Ancine substitui a Embrafilme no que concerne ao financiamento do cinema consiste em algo passível de precipitação, sendo pertinente apenas percebermos que o investimento estatal não foi reativado nos moldes da Embrafilme, mas que a Agência Nacional tenta, mediante o fomento direto, “complementar os recursos investidos de forma indireta (via leis de incentivo) e incrementar a atividade cinematográfica e audiovisual até que esta tenha condições de atingir sua autossustentabilidade” (LEME, 2008, p. 21). Entretanto, destinar uma parcela maior de recursos ao PAQ ao invés do PAR, por exemplo, seria uma forma da Agência demonstrar apoio aos filmes artísticos que não caem nas graças do grande público (já que encontram barreiras para serem exibidos no circuito comercial) e possuem maior dificuldade para captar recursos mediante as leis de incentivo fiscal.

No I Encontro Nacional de Realizadores, que aconteceu entre os dias 19 e 20 de março de 2011, saíram propostas para “aperfeiçoar” a gestão da Ancine, como por exemplo, a renovação automática de captação de recursos e o prazo de até seis meses para a solução das pendências relativas a projetos incentivados acumulados na Ancine, ambos problemas decorrentes do sistema burocrático que necessitam de saídas eficazes para serem superados. No caso das estatais, sugeriu-se o estímulo à transparência no processo de seleção de projetos, proporcionando o acesso ao produtor dos pareceres técnicos. Ainda, foi proposto que quanto ao Fundo Setorial do Audiovisual sejam considerados, como fator de avaliação do



desempenho dos filmes e das empresas, o público não pagante (festivais, mostras, espaços públicos e associações comunitárias).<sup>44</sup>

Pesquisadores do cinema brasileiro realizaram, e ainda realizam, estudos inexoráveis acerca da Embrafilme, sobretudo no que concerne à sua principal característica: a distribuição. Mas, antes de nos concentrarmos na perspectiva da distribuição, cumpre-nos abranger nosso horizonte de especulação para ponderar acerca de uma corporação que não costuma ser alvo de investigações mais arraigadas, e que pode servir como exemplo de uma união não estatal que visava propulsionar nossa indústria fílmica... cumpre-nos, portanto, sopesar uma empresa denominada Difilm:

A Difilm foi uma iniciativa de unir produtores de filmes de longa-metragem em torno de uma empresa distribuidora e coprodutora cinematográfica comercial. A criação da Difilm teve suas raízes na dificuldade que os cineastas brasileiros, normalmente, encontram para comercializar seus filmes, já que os canais de distribuição para filmes brasileiros são bastante escassos. Com a derrocada do sistema dos estúdios cinematográficos, tanto dos estúdios cariocas quanto dos paulistanos, acaba acontecendo um natural estreitamento dos canais de distribuição para a produção local. (RAMOS, 2000, p. 171).

A Difilm era integrada, em sua primeira fase (1965-1969), por Marcos Faria, Carlos Diegues, Leon Hirzman, Roberto Farias, Rivianides Faria, Joaquim Pedro de Andrade, Paulo César Saraceni, Luís Carlos Barreto, Walter Lima Júnior, Zelito Viana e Glauber Rocha. Com a produção das empresas produtoras cinematográficas a que eram associados esses membros, bem como o apoio financeiro despendido pelo Banco Nacional, “a Difilm teria um material mínimo para iniciar e desenvolver as suas atividades comerciais” (RAMOS, 2000, p. 171).

Nos moldes das distribuidoras norte-americanas, “a Difilm abordaria o mercado cinematográfico brasileiro de forma sintética, fazendo um estudo de reconhecimento de suas potencialidades comerciais” (RAMOS, 2000, p. 171). A Difilm lançou comercialmente aproximadamente trinta películas, tendo tido “a oportunidade de lançar algumas das principais obras da moderna cinematografia brasileira como *Terra em transe* (Glauber Rocha), *O desafio* (Paulo César Saraceni) e *A grande cidade* (Carlos Diegues)” (RAMOS, 2000, p. 172), juntamente com longas ficcionais de jovens diretores estreantes.

Comercialmente, as mais bem-sucedidas intervenções da Difilm foram *Roberto Carlos em ritmo de aventura* (1967) e *Roberto Carlos e o diamante cor-de-rosa* (1968), ambos produzidos e dirigidos por Roberto Farias, e *Macunaíma* (1969) de

---

<sup>44</sup> VENTURA, M. **Cineastas pedem à ministra da Cultura redução da burocracia**. 2011. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/cultura/cineastas-pedem-ministra-da-cultura-reducao-da-burocracia-2801950>>. Acesso em: 19 set. 2012.

Joaquim Pedro de Andrade. Esse filme alcançou um público recorde para o Cinema Novo, de mais de 2 milhões de espectadores. (RAMOS, 2000, p. 172).

Em uma entrevista concedida por Luiz Carlos Barreto a Fabio Maleronka Ferron, o produtor e cineasta diz que a distribuidora foi responsável por consolidar o grupo dos 11 sócios, sendo que eles começaram a ter capital inclusive para concluir filmes parados de pessoas que não eram nem mesmo associadas. Segundo Barreto, tudo correu muito bem até que uma parte dos integrantes da Difilm passou a acreditar que era o momento de se fazer uma distribuidora do Estado. Nas palavras do próprio Barreto, “[...] naquela época o Brasil era governado pela ditadura. Mas foi feita a Embrafilme, um golpe de audácia muito grande”<sup>45</sup>.

Apesar de continuar existindo alguns anos após a criação da Embrafilme (de 1972 a 1974), a Difilm foi se dissolvendo e se descaracterizando com o decorrer dos anos, o que não quer dizer que não tenha sido uma experiência válida para o amadurecimento comercial e industrial da cinematografia brasileira, tendo lançado películas de valor artístico bem como películas voltadas ao entretenimento.

A Embrafilme se tornou a maior companhia distribuidora do cinema brasileiro, coisa que foge à competência da Ancine:

Paralelamente ao equacionamento do problema da produção, a ação deflagrada pela classe cinematográfica junto à Embrafilme e ao Concine visava atingir o cerne mesmo da economia cinematográfica, voltando-se para a distribuição e exibição dos filmes. Tradicionalmente favorável ao cinema estrangeiro (cuja elasticidade de comercialização é bem mais ampla, minimizando os riscos financeiros e se beneficiando de uma favorável recepção ditada por uma política constante de dominação cultural), o setor exibidor rechaçava com veemência a intervenção estatal como instância reguladora do mercado e o arbítrio da exibição compulsória. Já o produtor, determinado a viabilizar o seu filme no mercado e defrontando-se com adversário histórico do porte do cinema americano, recorria à interferência do Estado como exigência para a continuidade de sua produção. É sabido que, quando os setores produtor e exibidor se aliam, as possibilidades de sucesso econômico se multiplicam. Politicamente estabelecida ao lado do grupo produtor, a Embrafilme visava também escoar com garantia sua produção que se avolumava a cada ano, encampando através do Concine a luta pelo aumento da reserva de mercado, elevada então aos seus mais altos patamares. (AMANCIO, 2007, p. 178).

Os filmes nacionais passaram a ter um desempenho que “demonstrava as potencialidades do mercado” (AMANCIO, 2007, p. 178), sendo que entre 1974 e 1979 a venda de ingressos para filmes brasileiros tem um incremento de 16%, e a de filmes estrangeiros, uma diminuição de 1,6%. Nos termos de Amancio (2007, p. 178), “a Embrafilme conduzia o processo, distribuindo nacionalmente curtas e longas-metragens. Sua

---

<sup>45</sup> Entrevista realizada por Fabio Maleronka Ferron no dia 11 de junho de 2010, em São Paulo.

distribuidora chegou a ser considerada a maior da América Latina, em determinado momento”.

Hoje, conforme dados referentes ao ano de 2009, disponibilizados pelo Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual – O.C.A., 51 empresas atuaram na distribuição de filmes para salas de exibição, sendo quatro *majors*<sup>46</sup>, 26 independentes<sup>47</sup>, 20 produtoras que distribuíram suas próprias obras, além da Riofilme.<sup>48</sup>

No Brasil, a firma distribuidora é o elo entre a firma produtora (realizadora do filme) e a firma exibidora (ponto de venda do filme ao público consumidor), portanto seu enfoque está na operação logística e no marketing, disponibilizando o filme para as salas de cinema e formulando e executando campanhas de atração de público. Esse segmento é composto de empresas e as principais atuantes no setor são as firmas denominadas *majors*, filiais das matrizes Disney, Sony, Warner, Fox, Paramount e Universal Pictures, e as empresas brasileiras Europa Filmes e Imagem Filmes. (SÁ-EARP; SROULEVICH, 2009, p. 188).

Quanto à distribuição específica de filmes brasileiros, atuaram 47 empresas, no mesmo ano citado acima, com quatro obras exibidas em co-distribuição entre duas empresas. As *majors* foram responsáveis pela comercialização de 37 produções brasileiras, além de uma em co-distribuição com uma empresa independente. As distribuidoras independentes tiveram 100 títulos brasileiros exibidos em salas, além de outras quatro em co-distribuição.<sup>49</sup> A distribuição se torna um grande óbice para o “surgimento de distribuidoras de filmes nacionais suficientemente capitalizadas para enfrentar a concorrência desleal estimulada pela própria legislação brasileira” (GATTI, 2005, p. 330).

<sup>46</sup> *Majors* são empresas internacionais com filiais no país tais como a Warner, Fox, Disney, Columbia Pictures e Paramount. “A relação do mercado cinematográfico brasileiro com as *majors* se iniciou nos primórdios do século XX, com a vinda para o país de uma filial da Universal, em 1915. No ano seguinte, a Fox e a Paramount também se instalaram, e na década de 20, Metro, Warner e Columbia chegaram ao Brasil sucessivamente” (RÉGIO, 2012, p. 75). Para compreendermos o papel mais hodierno das *majors*, vale considerarmos que o ano de 2003, um ano de grande performance para os filmes brasileiros, com mais de 22 milhões de espectadores para os filmes nacionais, tem sucesso explicado, segundo Rafael Kato, pelo alto número de lançamentos de sucesso – *Carandiru, Lisbela e o prisioneiro, Os normais, Maria, mãe do filho de Deus, Xuxa abracadabra, Didi, o cupido trapalhão e Deus é brasileiro* –, “todos produzidos pela Globo Filmes e distribuídos em parceria com *majors* norte-americanas, a partir de um dispositivo da Lei do Audiovisual, implementado pela Ancine, que concede incentivo fiscal para os grandes conglomerados de mídia, que detém junto 86% do mercado audiovisual global, segundo dados da ONU” (BRANT, 2009).

<sup>47</sup> As distribuidoras independentes “são as que, além de estar constituídas por capitais locais, dedicam a maior parte de sua atividade, ou pelo menos de suas tentativas, à comercialização de filmes produzidos no país de origem” (GETINO apud RÉGIO, 2012, p. 81). “Em 2010, as empresas independentes foram responsáveis por 26% da renda de bilheteria das salas de exibição. Os títulos brasileiros correspondem a 45% deste total, ou seja, mais de R\$ 150 milhões” (RÉGIO, 2012, p. 81).

<sup>48</sup> Fonte: SADIS/SAM e Monitoramento ANCINE/SAM. (Com base em informações expostas no site oficial da Riofilme, ela consiste em uma empresa da Prefeitura do Rio de Janeiro vinculada à Secretaria Municipal de Cultura, que atua nas áreas de distribuição, apoio à expansão do mercado exibidor, estímulo à formação de público e fomento à produção audiovisual, visando o efetivo desenvolvimento da indústria audiovisual carioca. Disponível em: <<http://www.rio.rj.gov.br/web/riofilme/>>. Acesso em: 31 jul. 2012).

<sup>49</sup> Fonte: SADIS/SAM e Monitoramento ANCINE/SAM.

Com a efetiva desnacionalização da comercialização nacional e internacional dos filmes de maiores bilheterias, o cinema brasileiro se tornou uma espécie de subproduto rentável que os ocupantes do mercado vêm se servindo sem a menor cerimônia. Notadamente, as empresas *majors* e as empresas brasileiras representantes de interesses de filmes importados, isto porque estes se encontram estimulados pelo Art. 3º da Lei 8.685/93 e pelas medidas complementares dispostas na MP nº 2.228/01 e na Lei nº 10.405.” (GATTI, 2005, p. 330).

As importâncias decorrentes da exploração de obras estrangeiras no Brasil ficam sujeitas a um imposto de 25% na fonte, entretanto, nos termos do art. 3º da Lei do Audiovisual, os contribuintes desse Imposto poderão beneficiar-se de abatimento de 70% (setenta por cento) do montante devido, desde que invistam no desenvolvimento de projetos de produção de obras cinematográficas brasileiras de longa metragem de produção independente, e na coprodução de telefilmes e minisséries brasileiros de produção independente e de obras cinematográficas brasileiras de produção independente. Esse desconto acaba incentivando os produtores, distribuidores ou intermediários no exterior a integrarem suas produções, ao circuito de filmes no Brasil. Em outras palavras, o investidor estrangeiro que resolve se beneficiar do dispositivo supramencionado, fica praticamente isento do pagamento da Condecine, um tributo que incide sobre a exploração comercial de obras audiovisuais.

Precisamos entender que quando o incentivo à cultura é baseado na renúncia fiscal das empresas privadas, esse incentivo estará servindo para impulsionar à cultura em uma proporção bem menor do que estará contribuindo para impulsionar os ganhos do mercado: se está impulsionando a cultura, com certeza estará impulsionando triplamente o mercado. Dessa forma não conseguiremos público para produções nacionais, público esse que devido a todo um processo histórico, se mantém distante e muitas vezes renega a produção de seu próprio país. O cinema norte-americano possui um dos maiores mercados domésticos de cinema, e se conseguirmos conquistar o nosso mercado interno, muita coisa mudará com relação a autossustentabilidade de nossa indústria cinematográfica.

É difícil para o cinema nacional se colocar de forma independente no cenário que vem sendo criado, com a sempre crescente ocupação internacional do mercado audiovisual. A Agência Nacional tenta regular e abrir nossas telas para uma sonhada autossustentabilidade, levando em conta que “o cinema brasileiro se vê de frente a desafios como a expansão global hollywoodiana e da criação de condições para coproduções que possibilitem filmes competitivos no mercado global cinematográfico” (AGUIAR, 2012, p. 4).

O número de espectadores no Brasil, aliado ao número de salas que passou por uma queda na década de 1970 à década de 1990, oscila, e essa oscilação constitui um obstáculo para um aumento sustentado do percentual de participação de filmes brasileiros dentro do próprio mercado cinematográfico brasileiro (ou *market share*) (AGUIAR, 2012).

#### ***2.4.3.2 Do Concine à Ancine: fiscalização e coleta de dados sobre o mercado cinematográfico***

Indiretamente suprimido durante o governo Collor<sup>50</sup>, o Concine – Conselho Nacional de Cinema, órgão colegiado de orientação normativa e de fiscalização das atividades relativas a cinema, foi instituído pelo Decreto nº 77.299 de 16 de março de 1976, obtendo alterações significativas com os Decretos nº 91.144, de 15 de março de 1985, que vinculou o Concine ao Ministério da Cultura, e nº 93.881, de 23 de dezembro de 1986.

Em 2001, através da Medida Provisória nº 2.228-1, de 6 de setembro de 2001, foram criados o Conselho Superior de Cinema e a Agência Nacional do Cinema. Segundo essa Medida, o Conselho Superior de Cinema ficou encarregado de definir a política nacional do setor, aprovando políticas e diretrizes gerais para o desenvolvimento da indústria cinematográfica nacional, com vistas a promover sua autossustentabilidade. Por sua vez, a Agência Nacional do Cinema fica responsável pela execução dessa política, competindo a ela, inclusive, fiscalizar o cumprimento da legislação referente à atividade cinematográfica e videofonográfica nacional e estrangeira nos diversos segmentos de mercados, promover o combate à pirataria de obras audiovisuais, aplicar multas e sanções, regular as atividades de fomento e proteção à indústria cinematográfica, além de aprovar e controlar a execução de projetos de coprodução, produção, distribuição, exibição e infraestrutura técnica a serem realizados com recursos públicos e incentivos fiscais.

À primeira vista, ao observarmos a lista de atividades atinentes a Ancine e a lista de competências estipuladas para o Concine, no Decreto nº 93.881, tais como a regulação e fiscalização das atividades cinematográficas, podemos notar a presença de semelhanças. O que traz à tona questionamentos expressivos: no que difere à Ancine do Concine e, mediante quais medidas, ela será capaz de suprir as críticas feitas ao extinto Conselho?

---

<sup>50</sup> “Em decorrência da extinção do MinC, acabou-se também com o Conselho Nacional de Cinema (Concine) que não teve sua dissolução prevista na lei, mas foi indiretamente extinto por configurar-se como um órgão competente da estrutura do MinC” (SIMIS, 2009, p. 3).

De acordo com o art. 1º do Decreto nº 93.881, o Concine teria por finalidade disciplinar as atividades cinematográficas em todo território nacional, mediante sua normatização, seu controle e sua fiscalização. O artigo seguinte do dispositivo traz a discriminação do que seriam as atividades cinematográficas supramencionadas:

**Art. 2º** São consideradas atividades cinematográficas a produção, reprodução, comercialização, venda, locação, permuta, exibição, importação e exportação de obras cinematográficas.

Parágrafo único. Para os fins deste decreto, obra cinematográfica é o produto que fixa imagens em movimento, com ou sem som, com a finalidade de criar, por meio de sua reprodução, a impressão de movimento, independentemente dos processos de sua captação, do suporte usado, inicial ou posteriormente para fixá-las, bem como dos meios utilizados para sua veiculação.

Sendo a fiscalização uma das metas primordiais do órgão, Simis (2010, p. 40) atesta que “o Concine passou [...] a codificar, fornecer, fiscalizar e cobrar por um selo que deveria estar impresso em uma etiqueta colada em cada fita de vídeo vendida no país”. No ano de 1983, por exemplo,

emitiram-se 4.160 etiquetas de vídeo e em 1988, já eram 1.647.155. A partir de então, contando com apenas 73 funcionários espalhados pelas inspetorias de Porto Alegre, Curitiba, São Paulo, Rio de Janeiro, Salvador, Recife, Belém e Brasília, o Concine pôde, de 1987 a 1990, reduzir em 50% a burla do direito autoral no mercado de videocassetes, conhecida como pirataria, e regularizou os pagamento devidos à Embrafilme. (SIMIS, 2010, p. 40-41).

É imperativo salientar que contando com 73 funcionários o Concine conseguiu reduzir em mais da metade as transgressões aos direitos autorais. Apesar das dificuldades encontradas para termos os números exatos dos funcionários que compõem o atual quadro da Ancine, em artigo publicado por Dahl (2006), há um trecho em que ele menciona que “dos 173 servidores do seu Quadro de Pessoal, 85% tem nível superior e 15% nível médio” (DAHL, 2006, p. 13). Ou seja, possuindo além de seu escritório central na cidade do Rio de Janeiro, dois escritórios regionais localizados em Brasília e São Paulo, a Ancine detém um número bem mais amplo de servidores do que o Concine. Resta saber se a partir da quantidade podemos mensurar a qualidade dos serviços realizados pela Agência.

Vivendo em tempos de consumo exacerbado e práticas ilegais de circulação de mercadoria em constante crescimento, no que concerne à atuação da Ancine podemos expor o Centro de Apoio ao Combate à Pirataria – C.A.C.P., criado em sua Superintendência de Fiscalização, responsável pelo desenvolvimento do Programa de Combate à Pirataria, que adota medidas específicas no sentido de articular, tanto com órgãos que atuam na repressão do

ilícito, quanto com as entidades privadas, ações relacionadas a um objetivo claro: modificar a percepção da população acerca de uma prática que, cada vez mais, tem sido considerada natural pela sociedade.

Durante o período de sua vigência, que vai de 1976 à 1990, o Concine teve seis dirigentes, foi regido por quatro estatutos e baixou, nada mais, nada menos, do que 195 Resoluções:

[...] entre as resoluções mais polêmicas, podemos citar aquelas que fixaram as cotas de tela pra filmes de longa-metragem nacionais nas casas exibidoras de todo país, a que fixou a cota para videocassetes nas distribuidoras e nas locadoras comerciais, e a chamada Lei do Curta<sup>51</sup> [...]. (SIMIS, 2010, p. 44).

As cotas de tela consistiam em um dos mecanismos utilizados pelo Conselho para regulamentar o mercado cinematográfico, garantindo a exibição dos filmes brasileiros. Essas cotas vêm sendo retomadas hoje pela Ancine, sendo possível acessarmos no site da Agência, relatórios de desempenho do cumprimento da Cota de Tela. Em 2010<sup>52</sup>, por exemplo, dos 535 complexos de exibição aferidos, 316 complexos (ou seja, 59%) cumpriram a obrigação do número mínimo de dias de exibição de filmes brasileiros estipulado pelo Decreto nº 7.061, de 30 de dezembro de 2009<sup>53</sup>, enquanto 219 complexos (ou seja, 41%) não atingiram a cota estabelecida. A temática da Cota de Tela, da forma como vem sendo tratada pela Ancine, será considerada com a devida acuidade em capítulo posterior.

É importante destacar que o Concine,

agilizou acordos de coprodução e de integração do cinema ibero-americano em um mercado comum, tendo as estratégias europeias como pano de fundo bem como a crescente importância dos diversos meios de difusão do audiovisual. Tais acordos previam para o final de 1989, entre outras medidas, concessão das vantagens da nacionalidade a uma cota anual de filmes produzidos pelos países membros; um fundo de financiamento à produção nos moldes do existente na comunidade europeia, formas de uniformização da legislação dos países membros para o

<sup>51</sup> A Lei do Curta (artigo 13 da Lei 6.281, de 1975) obrigava a exibição de um curta-metragem brasileiro antes de cada longa estrangeiro nos cinemas. Apesar da lei não ter sido revogada até hoje, não podemos dizer que continua vigendo já que em 1990, o então presidente Fernando Collor de Mello tomou duas medidas que a colocaram em desuso: eliminou o Concine (Conselho Nacional do Cinema, que fiscalizava a Lei do Curta) e a Fundação do Cinema Brasileiro (que operava o sistema do curta-metragem). O artigo 13 dispunha o seguinte: “Art. 13. Nos programas de que constar filme estrangeiro de longa-metragem, será estabelecida a inclusão de filme nacional de curta-metragem, de natureza cultural, técnica, científica ou informativa, além de exibição de jornal cinematográfico, segundo normas a serem expedidas pelo órgão a ser criado na forma do artigo 2º”.

<sup>52</sup> Para maiores informações do ano-base em questão basta acessar o relatório disponibilizado em: <<http://www.ancine.gov.br/media/RelatorioPreliminarCotaTela.pdf>>. Acesso em: 14 out. 2011.

<sup>53</sup> O art. 1º do Decreto nº 7.061 estabelece que: “As empresas proprietárias, locatárias ou arrendatárias de salas ou complexos de exibição pública comercial estão obrigadas a exhibir, no ano de 2010, obras cinematográficas brasileiras de longa metragem, no âmbito de sua programação, observado o número mínimo de dias e a diversidade dos títulos fixados em tabela constante do Anexo a este Decreto.” Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2007-2010/2009/Decreto/D7061.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2009/Decreto/D7061.htm)>. Acesso em: 14 out. 2011.

audiovisual, mecanismos de distribuição e exibição para aproveitar a produção existente nos países latino-americanos. (SIMIS, 2010, p. 41).

Na gestão da Ancine, notamos tentativas de renovação desses acordos bem como a criação de novos, sendo que contamos com uma ampla gama de Protocolos de Cooperação entre a Ancine e órgãos como o INCAA – *Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales da Argentina*, o Consórcio Audiovisual da Galícia, o Instituto do Cinema e do Audiovisual do Uruguai e o Instituto do Cinema e do Audiovisual de Portugal, que objetivam desenvolver a atividade cinematográfica dos países envolvidos.

Buscando entender os motivos que culminaram em sua extinção, faz-se necessário analisar as críticas mais recorrentes feitas à gestão do Concine. Primeiramente, temos a condenação da burocracia excessiva. A redução desse problema também faz parte das solicitações dos cineastas que, de acordo com notícia veiculada pelo O Globo, em 04 de abril de 2011, elaboraram um documento<sup>54</sup> subscrito por mais de cem profissionais, com uma série de reivindicações e críticas à “gestão ineficiente e à burocracia da Agência Nacional do Cinema”. Esse documento foi entregue à Ministra da Cultura, Ana de Hollanda, durante uma reunião do Conselho Superior de Cinema (VENTURA, 2011). Em contrapartida, o assessor de diretoria da Ancine – Rodrigo Camargo -, concedeu uma entrevista à RUA (Revista Universitária do Audiovisual) durante a 11ª Semana de Imagem e Som realizada na Universidade Federal de São Carlos, no final de maio de 2011, rebatendo a burocratização da Ancine com argumentos plausíveis. Segundo Camargo (2011),

[...] o número de empresas audiovisuais dobrou e o número de projetos triplicou. Então, se antes a Ancine trabalhava com 300 projetos anuais e 30 viravam filmes, agora trabalha com cerca de 1000, 1500 projetos. Houve um aumento da carga de trabalho e a contratação de funcionários não acompanhou devidamente essa demanda.

Para Camargo (2011), é necessário que haja um equilíbrio entre o aumento do investimento e o aumento da carga de trabalho, pois quanto mais se investe na produção, mais papel e mais trabalho resta para a Ancine.

No trabalho de Simis (2010) podemos encontrar, além do aspecto já citado, outros pontos tidos como contraproducentes, que dificultaram o funcionamento do Conselho, tais como, “falta de fiscais, lentidão na emissão dos selos colocados nos videocassetes, [...]” (SIMIS, 2010, p. 54). Ainda segundo Simis (2010, p. 55):

---

<sup>54</sup> Esse documento foi resultado do I Encontro Nacional de Realizadores, ocorrido entre os dias 19 e 20 de março no Tempo Glauber.



muitas vezes as críticas eram feitas para dificultar o trabalho do Concine, seja na investigação das irregularidades na documentação da importação de filmes para cinema, vídeo e televisão, que entravam ilegalmente no país sem pagar impostos, seja das artimanhas para burlar as normas, como a “trepagem”, que ocorria quando uma fita com selo e capa de um determinado título tinha o conteúdo de outro.

Para Farias (apud SIMIS, 2010, p. 55), “os principais problemas eram a fiscalização e a remessa de lucros, esta muitas vezes utilizada para lavagem de dinheiro”.

O Concine logrou êxito em levantar e sistematizar dados sobre a atividade cinematográfica, atividades que ficaram suspensas quando o governo Collor colocou um fim à existência do órgão. Por sua vez, a Ancine lançou, em 2006, o Sistema Interativo do Cinema e do Audiovisual – Sica, cujo objetivo centra-se no levantamento de informações referentes a obras audiovisuais brasileiras. O sistema armazena informações sobre obras cinematográficas, incluindo dados relativos a vários segmentos de mercado (DVD, televisão paga e aberta) e vendas ao exterior. Os dados levantados no sistema têm o intuito de subsidiar a análise do mercado, auxiliando a avaliação das necessidades do setor e as consequentes políticas a serem implementadas. O sistema Sica acabou ficando praticamente restrito ao papel. Por enquanto, o que se tem disponível são informações acerca de longametragens lançados em 2005. Hoje, o Portal Filme B acaba sendo o responsável por sanar a maior parte das dúvidas quanto aos resultados de bilheterias, estatísticas e análises de comportamento da indústria cinematográfica brasileira. O Filme B repassa os dados que lhe são fornecidos pelos próprios exibidores e distribuidores, ou seja, os dados não são fornecidos pelo governo. Há uma perspectiva de melhora: de acordo com Relatório de Gestão 2010, a Ancine empreendeu esforços para a universalização do envio de relatórios para o SADIS<sup>55</sup> e o SAVI<sup>56</sup>. Todas as distribuidoras foram notificadas e instadas a realizar envios de informações pendentes perante os Sistemas de Acompanhamento de Mercado. A iniciativa resultou em dados mais acurados sobre os segmentos de Salas de Exibição e Vídeo Doméstico e, conseqüentemente, em relatórios e informes mais completos.

---

<sup>55</sup> SADIS – Sistema de Acompanhamento da Distribuição em Salas de Exibição: permite o recebimento e consolidação de informações agregadas sobre público e renda, número de cópias e salas em que as obras brasileiras e estrangeiras são exibidas. As informações são enviadas diretamente pelos distribuidores através do sítio da Ancine na internet.

<sup>56</sup> SAVI – Sistema de Acompanhamento de Distribuição em Vídeo Doméstico: permite o recebimento e consolidação de informações sobre a comercialização, em território nacional, de obras em Vídeo Doméstico em diversas modalidades (aluguel, varejo, etc.). Como no SADIS, as informações são enviadas diretamente pelos distribuidores através do sítio da ANCINE na internet.

Por força de lei<sup>57</sup>, a Embrafilme era o “órgão responsável pela emissão de ingresso e borderôs padronizados desde 1974” (GATTI, 2007, p. 64). Quando fosse efetuada a compra de um ingresso, a pessoa imediatamente recebia um papel – basicamente um recibo – que, na época, era uma espécie de bobina fornecida pela Embrafilme, havendo uma norma que especificava ter o bilheteiro que rasgar o papel e inseri-lo em uma urna.

O borderô cinematográfico é uma peça de estudo bastante interessante, pois, a partir dele, tem-se ideia de como era manipulada a receita de um filme. O borderô das salas de exibição foi a fonte mais importante de informações sobre o mercado, já que continha uma série de dados, a destacar: a) nome da sala, b) localização, c) código da sala, do programa e do filme, d) título do filme, e) numeração de ingressos por sessão e por dia, f) músicas executadas no intervalo, g) capacidade da sala etc. (GATTI, 2007, p. 64).

O borderô padronizado em questão possuía diversos campos passíveis de preenchimento diário, devendo ser em seguida remetido à Embrafilme:

Observando atentamente o impresso padronizado, pode-se decompor o valor do ingresso no período, pois a receita bruta era passível das seguintes deduções: a) filme nacional de curta metragem, b) publicidade, c) custo do ingresso padronizado, d) direito autoral, e) imposto municipal. Esses itens somados é a despesa total, abatidos da receita bruta de bilheteria, cujo resultado era chamado receita líquida de bilheteria, a ser repartida entre o exibidor e o distribuidor e, posteriormente, entre o distribuidor e o produtor do filme. (GATTI, 2007, p. 64).

Hoje, quem controla a venda de ingressos é o próprio exibidor. Não há um controle expresso por parte do Estado sobre isso. Conta-se com o SADIS e com o monitoramento de fontes secundárias – além do próprio Filme B – como catálogos, anuários, jornais, *sites* da internet e publicações especializadas sobre o setor, de distribuição dirigida.

O que podemos concluir dessa análise é que ambos os órgãos possuem acertos e falhas no decorrer de suas existências. A Ancine ser capaz de substituir o Concine não parece uma assertiva correta, levando-se em consideração o fato de que cada um, à seu tempo, gozando das possibilidades e características de épocas distintas, posicionaram-se e posicionam-se – no caso da Ancine –, na tentativa de zelar pelo respeito à cinematografia nacional. Mas é necessário que se atente para a efetividade das medidas que estão sendo tomadas, sendo que a

---

<sup>57</sup> A utilização do ingresso padronizado era disciplinada pela Resolução Concine nº 82, de 29 de janeiro de 1982. O sistema de arrecadação utilizava-se do ingresso com base na meia-entrada, e o exibidor era obrigado a comprar os padronizados na base de 1000 unidades de meia-entrada. Portanto, o bilhete inteiro deveria constar de duas meias-entradas. O custo do ingresso padronizado era tabelado pela Embrafilme, e o seu preço ficou anos inalterado, entre 1971 e 1984, quando foram mudados os valores. O preço do ingresso ao consumidor era tabelado, de acordo com a Resolução Concine nº 93, de 24 de junho de 1983 (GATTI, 2007).

Ancine poderia posicionar-se de forma mais eficaz na sistematização dos dados acerca de nossa indústria, não relegando o envio de informações exclusivamente aos distribuidores e exibidores, ou seja, a emissão de um borderô padronizado, nos moldes do existente à época da Embrafilme, seria uma maneira conveniente de dar um tratamento governamental à fiscalização e coleta de dados sobre o mercado cinematográfico.

### 3 OS RELATÓRIOS DE GESTÃO DA ANCINE (2002-2010)

#### 3.1 O primeiro relatório de gestão (2002)

Publicado oficialmente em fevereiro de 2003, o primeiro relatório compreende o período de 07 de fevereiro de 2002 a 31 de dezembro de 2002. Os dados apresentados trouxeram à tona divergências que ocorreram na execução das ações que compunham a estrutura programática inicial da Ancine e a viabilização financeira que possibilitaria sua execução.

O Decreto nº 4.456, de 2002, regulamentou a transferência das atribuições do Ministério da Cultura para a Ancine. Essa transferência

iniciou de forma prática com o treinamento ministrado pela Secretaria de Audiovisual – SAV, a respeito do processo de análise de projetos audiovisuais que solicitam benefícios fiscais, e sobre o sistema computacional denominado Sistema de Acompanhamento de Leis de Incentivo à Cultura – SALIC, dado a 3 (três) servidores da Superintendência de Desenvolvimento Industrial, antes mesmo da edição do próprio Decreto. (ANCINE, 2003, p. 14).

O Decreto também autorizou a transferência de projetos audiovisuais, beneficiários cumulativamente ou não, dos mecanismos previstos na Lei nº 8.685, de 1993 e na Lei nº 8.313, de 1991:

Até 16 de janeiro de 2003, haviam sido transferidos para a ANCINE, um total de 1.408 projetos, dos quais, 871 na situação de ativos, isto é, aqueles que ainda estão em execução; e 537 inativos, isto é, aqueles que se enquadram em uma das três seguintes situações: cancelamento a pedido do produtor interessado; por força de lei, ao ultrapassar o período de captação sem que ela tenha ocorrido; ou ainda, aqueles que tiveram sua prestação de contas aprovada. (ANCINE, 2003, p. 14).

Previu-se que o Sistema de Acompanhamento das Leis de Incentivo à Cultura – SALIC estaria ajustado à Ancine em março de 2003, “quando então estará disponível, entre outros, um relatório completo da utilização das Leis do Audiovisual e Rouanet, referente ao ano de 2002, por número de projetos apresentados, aprovados e por regiões do país” (ANCINE, 2003, p. 15). Apesar da manutenção do SALIC constar no demonstrativo analítico da execução da despesa do exercício de 2003, não consta mais nenhuma informação a respeito do Sistema no relatório referente ao período. Já no Relatório de Gestão 2004, constam algumas informações obtidas a partir de dados gerados pelo SALIC.

Em virtude de problemas na operacionalização do SALIC, a Controladoria-Geral da União – CGU (exercícios 2003/2004/2005) recomendou a implantação de um sistema específico que atendesse as peculiaridades da Entidade ou a adaptação do sistema já existente para atender à Ancine (ANCINE, 2007). Para suprir as deficiências que estavam sendo encontradas, começou a construção do SALIC II, em meados de 2006. No Relatório de Gestão 2007, temos diversos demonstrativos de projetos aprovados por renúncia fiscal, o que facilitou o encontro das informações acerca das aprovações e valores concedidos a proponentes. O SALIC II só foi oficialmente implantado em 2010.

Nesse primeiro ano de funcionamento, a Ancine contribuiu para o Programa Ibermedia, totalizando recursos de R\$ 600.000,00 (seiscentos mil reais) do orçamento da Agência, cujo repasse foi viabilizado por meio do Convênio n° 002/2002 com o Ministério das Relações Exteriores.

Outro destaque fica por conta do registro de títulos e de empresas, implantado a partir de maio de 2002 e disponibilizado no site da Agência a todas as empresas que, na forma da legislação em vigor, tiverem qualquer tipo de relacionamento com a Ancine.

O sistema computacional desenvolvido pela equipe de tecnologia da informação, que presta serviços à Presidência da República, foi concebido pela ANCINE e, além de permitir o registro das empresas da atividade audiovisual e do registro de títulos de obras audiovisuais, possibilita também, a emissão de Certificado de Produto Brasileiro – CPB para as obras brasileiras, desde que preenchidos os requisitos definidos por meio de Instrução Normativa específica. O sistema foi criado para que a ANCINE possa exercer um controle maior de uma das principais receitas da Agência, a CONDECINE – Fonte 130 – e servirá como ponto de partida para a montagem de um sistema de fiscalização das atividades integrantes da indústria cinematográfica e audiovisual. O sistema permite, ainda, a emissão de boleto bancário via módulo do Banco do Brasil, relativamente ao benefício previsto no art. 3º da Lei 8.685, de 20 de julho de 1993 – Lei do Audiovisual, implantado no final de novembro de 2002 e que já têm depósitos no valor total de R\$ 1.964.478,30 (um milhão novecentos e sessenta e quatro mil quatrocentos e setenta e oito reais e trinta centavos) destinados à produção audiovisual e que corresponderam a remessas para o exterior no valor de R\$17.063.245,83 (dezessete milhões sessenta e três mil duzentos e quarenta e cinco reais e oitenta e três centavos). (ANCINE, 2003, p. 17).

Devido a restrições orçamentárias, a Ancine não pôde concretizar muitas das medidas que previa a Medida Provisória que lhe deu origem. Nem mesmo o Sistema de Informações e Monitoramento da Indústria Cinematográfica e Videofonográfica – atividade de responsabilidade da Superintendência de Registro, Controle e Fiscalização – conseguiu ser implantado.

### 3.2 Fiscalização tributária e regulatória das atividades integrantes da indústria cinematográfica

Conforme as disposições da MP n° 2.228-1/2001, da Lei n° 11.437/2006 e do Decreto n° 6.590/2008, a aplicação de penalidades, competência da Agência, deveria ocorrer após a rigorosa análise dos Processos Administrativos Sancionadores. O art. 13 da Lei n° 11.437, classifica as infrações cometidas em:

Art. 13. I – leves, aquelas em que o infrator seja beneficiado por circunstância atenuante; II – graves, aquelas em que for verificada uma circunstância agravante; III – gravíssimas, aquelas em que seja verificada a existência de 2 (duas) ou mais circunstâncias agravantes.

§ 1º A advertência será aplicada nas hipóteses de infrações consideradas leves, ficando o infrator notificado a fazer cessar a irregularidade, sob pena de imposição de outras sanções previstas em lei.

§ 2º A multa simples será aplicada quando o infrator incorrer na prática de infrações leves ou graves e nas hipóteses em que, advertido por irregularidades que tenham sido praticadas, deixar de saná-las no prazo assinalado, devendo o seu valor variar entre R\$ 500,00 (quinhentos reais) e R\$ 100.000,00 (cem mil reais).

§ 3º Nas infrações para as quais não haja sanção específica prevista em lei, a Ancine privilegiará a aplicação de sanção de multa simples.

A Ancine possui um órgão específico, denominado Superintendência de Fiscalização – SFI<sup>58</sup>, que é o responsável pela vigilância de empresas produtoras, programadoras, distribuidoras, exibidoras e aquelas que apenas comercializam produtos e conteúdos audiovisuais. Cada empresa tem suas obrigações<sup>59</sup> determinadas de acordo com sua atividade e segmento de atuação. A SFI pode exercer sua verificação *in loco*, mediante visitas às empresas, ou de forma indireta, por intermédio do monitoramento diário das equipes técnicas nos diversos segmentos de mercado, dividindo-se em três áreas de exercício: 1ª) fiscalização tributária<sup>60</sup> – cuidando dos procedimentos relacionados à cobrança da Condecine que não foi recolhida ou que foi paga em valor inferior ao devido; 2ª) fiscalização regulatória – verificando o cumprimento das obrigações por parte dos diversos segmentos de mercado, constantes na MP n° 2.228/2001, na Lei n° 11.437/2006 e nos regulamentos da Ancine; 3ª)

<sup>58</sup> As ações de fiscalização realizadas pela ANCINE são desenvolvidas pela Superintendência de Registro, Controle e Fiscalização – SRFCF, a partir da constatação de alguma desconformidade, observada pela área de Controle. Isto é feito pelo cruzamento da base de dados da Agência e informações provenientes do mercado, por amostragem ou denúncia e desenvolvem-se por meio de monitoramento ou de modo presencial, muito embora esta última ainda esteja incipiente, dada a falta de agentes fiscalizadores em seu quadro próprio de servidores (ANCINE, 2006).

<sup>59</sup> Essas obrigações estão definidas na Medida Provisória n. 2.228-1/2001 e na Lei 11.437/2006, e incluem o registro da empresa, de títulos, Cota de Tela, Cota de Vídeo, pagamento da Condecine e envio de informações, entre outras.

<sup>60</sup> No que concerne às ações de fiscalização tributária, a Ancine conta com os procedimentos de cobrança da Condecine, Notificação Fiscal de Lançamento – NFL – e Processo Administrativo Fiscal.

projetos especiais – analisando pedidos de organizadores de mostras e festivais para concessão de isenção do pagamento da Condecine, apoiando ações de combate à pirataria, articulando os diversos agentes interessados no tema e promovendo ações educativas.

No Portal da Agência podemos encontrar as intimações efetuadas pela SFI<sup>61</sup>, e os respectivos processos podem ser consultados na Superintendência de Fiscalização da Ancine situada à Avenida Graça Aranha, 35 - 7º Andar – Centro – Rio de Janeiro/RJ.

### ***3.3.1 Cobrança da Condecine***

A Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional – Condecine – é um tributo<sup>62</sup> brasileiro instituído pela Medida Provisória nº 2.228-1. A Ancine é responsável pela cobrança e fiscalização da Condecine-título<sup>63</sup>, a qual incide sobre a exploração comercial de obras audiovisuais em cada segmento de mercado. O valor a ser pago varia de acordo com os seguintes critérios: tipo de obra (publicitária ou não); duração (curta, média ou longa-metragem); e o segmento. Tem como fato gerador: I - a veiculação, a produção, o licenciamento e a distribuição de obras cinematográficas e videofonográficas com fins comerciais, por segmento de mercado a que forem destinadas; II - a prestação de serviços que se utilizem de meios que possam, efetiva ou potencialmente, distribuir conteúdos audiovisuais nos termos da lei que dispõe sobre a comunicação audiovisual de acesso condicionado, listados no Anexo I desta Medida Provisória; e, III - a veiculação ou distribuição de obra audiovisual publicitária incluída em programação internacional, nos termos do inciso XIV do art. 1º desta Medida Provisória, nos casos em que existir participação direta de agência de publicidade nacional, sendo tributada nos mesmos valores atribuídos quando da veiculação incluída em programação nacional.

De acordo com o artigo 33 da Medida Provisória nº 2.228-1, a Condecine será dividida para cada segmento de mercado por:

I - título ou capítulo de obra cinematográfica ou videofonográfica destinada aos seguintes segmentos de mercado: a) salas de exibição; b) vídeo doméstico, em

<sup>61</sup> Nessas intimações disponibilizadas online encontramos os dados da empresa requerida, o número do processo, o valor da multa imputada, bem como o prazo para apresentação das medidas cabíveis.

<sup>62</sup> Um tributo do tipo Contribuição de Intervenção no Domínio Econômico (CIDE), ou seja, contribuição especial de competência exclusiva da União prevista no artigo 149 da Constituição Federal de 1988. Tributos dessa espécie possuem natureza extrafiscal e de arrecadação vinculada.

<sup>63</sup> Existe também a Condecine-remessa, que constitui uma taxa de 11% sobre o envio 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 Receita Federal é o órgão responsável por sua cobrança e fiscalização.

qualquer suporte; c) serviço de radiodifusão de sons e imagens; d) serviços de comunicação eletrônica de massa por assinatura; e) outros mercados, conforme anexo; II - título de obra publicitária cinematográfica ou videofonográfica, para cada segmento dos mercados previstos nas alíneas “a” a “e” do inciso I a que se destinar; III - prestadores dos serviços constantes do Anexo I desta Medida Provisória, a que se refere o inciso II do art. 32 desta Medida Provisória.

A Condecine corresponderá aos valores previstos nas tabelas constantes do Anexo I da supracitada MP. São isentas da cobrança: as obras produzidas pelas próprias emissoras de TV que as exibem; as obras exibidas apenas em cidades com menos de um milhão de habitantes; as obras publicitárias de caráter filantrópico, ou de utilidade pública; a propaganda política; as chamadas e trailers de outras obras audiovisuais.<sup>64</sup>

Nos termos da Medida Provisória n° 2.228-1, a arrecadação da Condecine constituiria receita da Ancine. Entretanto, com a Lei n° 11.437, de 28 de dezembro de 2006, essa arrecadação passa a ser destinada ao Fundo Setorial do Audiovisual.

Consta no Relatório de Gestão da Ancine 2002, a informação de que dos 6.972 títulos registrados e que corresponderiam a uma arrecadação prevista de R\$7.549.470,00 (sete milhões, quinhentos e quarenta e nove mil, quatrocentos e setenta reais), somente foram recolhidos o equivalente a 3.346 títulos, representando R\$5.434.565,00 (cinco milhões quatrocentos e trinta e quatro mil, quinhentos e sessenta e cinco reais) – dados fornecidos pela Secretaria da Receita Federal (ANCINE, 2003). Dos 6.972 títulos registrados, “3.346 deles tiveram seus valores recolhidos e outros 1.700 títulos, foram isentos de pagamento em diversos enquadramentos conforme faculta a legislação” (ANCINE, 2003, p. 21). Em outras palavras, o adimplemento atingiu 72% dos títulos registrados. Porém, este Relatório apresenta a preocupação no que concerne a comprovação do pagamento da Condecine, algo que requer ações de fiscalização posto que dos 6.072 títulos registrados, apenas 2.358 tiveram seu pagamento informado à Ancine.

Em 2003, a receita relativa à Condecine foi bastante satisfatória, sendo que os valores arrecadados podem ser consultados no quadro abaixo:

---

<sup>64</sup> Verificar art. 39 da Medida Provisória n° 2.228-1.



Quadro 05 – PAGAMENTO DA CONDECINE POR SEGMENTO DE MERCADO

<b>Segmento de Mercado</b>	<b>R\$</b>
Pagamento simultâneo para todos os segmentos de mercado	8.589.499
Rádiodifusão de som e imagem	6.064.860
Serviços de comunicação eletrônica de massa por assinatura	3.156.800
Vídeo doméstico	966.860
Salas de exibição	488.250
Outros mercados – todos os segmentos (custo de produção até R\$ 10 mil)	162.400
Outros mercados	31.060
Exportação	-
Festivais e mostras	-
<b>Total</b>	<b>19.459.729</b>

**Fonte:** Superintendência de Registro Controle e Fiscalização SRCF

A Condecine apresentou uma evolução que vai de R\$ 4.241.277 (valor atualizado) em 1995 para R\$ 19.528.432 (valor atualizado) em 2003 (ANCINE, 2004).

Ainda conforme o Relatório de Gestão 2003, a criação da Condecine (11%) sobre as remessas para o exterior, estabelecida pela MP n° 2.228-1, de 2001, proporcionou um grande crescimento dos valores aplicados no mecanismo previsto no art. 3° da Lei do Audiovisual, em vista do benefício da isenção que ele oferece ao pagamento daquela contribuição. Os valores alocados no art. 3° cresceram 170% em 2003, em relação ao exercício de 2002, atingindo um montante de R\$ 31,3 milhões e transformando-se no principal mecanismo de incentivo às produções nacionais – ultrapassando os valores provenientes do art. 1° (R\$ 25,8 milhões) e da Lei Rouanet (R\$ 11,8 milhões). Mas, a custo de quê? Quanto dinheiro foi obtido por países estrangeiros para que obtivéssemos esse investimento em nossas produções?

É interessante observar que, consoante o Relatório de Gestão 2004, dos filmes exibidos comercialmente, 98 eram brasileiros e 429 estrangeiros, totalizando um total de 18,60% contra 71,40% respectivamente. Dos filmes veiculados em TV Aberta no período, constatou-se que 80 filmes eram brasileiros enquanto 1.832 filmes veiculados eram estrangeiros.

O mecanismo que isenta da Condecine, por exemplo, as programadoras de TV por assinatura que invistam 3% do valor da remessa referente à sua remuneração na co-produção de obras audiovisuais, teoricamente permite que na grade de programação destas empresas

seja incorporado o produto nacional, mas talvez não fosse necessário termos que lutar por espaço em uma programação veiculada em nosso próprio país.

Os valores recolhidos<sup>65</sup> através do art. 39<sup>66</sup> da MP n° 2228-1 estão disponibilizados no Portal da Agência Nacional do Cinema na parte concernente ao Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual – O.C.A. Podemos ter acesso aos dados especificados em Relatórios Financeiros registrados a partir do ano de 2007.

No período de 2004, a arrecadação da Condecine atingiu a cifra de 27 milhões de reais, com um aumento de 38% sobre o ano de 2003 (ANCINE, 2005). No exercício de 2004, as ações de fiscalização a cargo da Ancine mostraram certo grau de aperfeiçoamento, tendo sido realizadas notificações de infração – 65% delas para comprovação de pagamento da Condecine (ANCINE, 2005). Ainda em 2004, “do total de filmes exibidos em circuito

---

<sup>65</sup> Valores recolhidos são aqueles depositados em conta-corrente específica com base em percentual de imposto de renda a pagar sobre a remessa de lucro ou dividendos para o exterior, das distribuidoras (Art. 3° da Lei do Audiovisual) ou programadoras de TV por assinatura (Art. 39 da MP 2.228-1/01), ambas estrangeiras, com prazo máximo de aplicação de 180 ou 270 dias, respectivamente, em projetos audiovisuais previamente aprovados pela Ancine. Fonte de Dados: Sistema de Arrecadação – Ancine – Superintendência de Desenvolvimento Econômico (SDE).

<sup>66</sup> Art. 39 da MP 2.228-1/01: “Art. 39. São isentos da CONDECINE: I - a obra cinematográfica e videofonográfica destinada à exibição exclusiva em festivais e mostras, desde que previamente autorizada pela ANCINE; II - a obra cinematográfica e videofonográfica jornalística, bem assim os eventos esportivos; III - as chamadas dos programas e a publicidade de obras cinematográficas e videofonográficas veiculadas nos serviços de radiodifusão de sons e imagens, nos serviços de comunicação eletrônica de massa por assinatura e nos segmentos de mercado de salas de exibição e de vídeo doméstico em qualquer suporte; IV - as obras cinematográficas ou videofonográficas publicitárias veiculadas em Municípios que totalizem um número de habitantes a ser definido em regulamento; V - a exportação de obras cinematográficas e videofonográficas brasileiras e a programação brasileira transmitida para o exterior; VI - as obras audiovisuais brasileiras, produzidas pelas empresas de serviços de radiodifusão de sons e imagens e empresas de serviços de comunicação eletrônica de massa por assinatura, para exibição no seu próprio segmento de mercado ou quando transmitida por força de lei ou regulamento em outro segmento de mercado, observado o disposto no parágrafo único, exceto as obras audiovisuais publicitárias; VII - o pagamento, o crédito, o emprego, a remessa ou a entrega aos produtores, distribuidores ou intermediários no exterior, das importâncias relativas a rendimentos decorrentes da exploração de obras cinematográficas ou videofonográficas ou por sua aquisição ou importação a preço fixo, bem como qualquer montante referente a aquisição ou licenciamento de qualquer forma de direitos, referentes à programação, conforme definição constante do inciso XV do art. 1°; VIII - obras cinematográficas e videofonográficas publicitárias brasileiras de caráter beneficente, filantrópico e de propaganda política; IX - as obras cinematográficas e videofonográficas incluídas na programação internacional de que trata o inciso XIV do art. 1°, quanto à CONDECINE prevista no inciso I, alínea d do art. 33; X - a CONDECINE de que trata o parágrafo único do art. 32, referente à programação internacional, de que trata o inciso XIV do art. 1°, desde que a programadora beneficiária desta isenção opte por aplicar o valor correspondente a 3% (três por cento) do valor do pagamento, do crédito, do emprego, da remessa ou da entrega aos produtores, distribuidores ou intermediários no exterior, das importâncias relativas a rendimentos ou remuneração decorrentes da exploração de obras cinematográficas ou videofonográficas ou por sua aquisição ou importação a preço fixo, bem como qualquer montante referente a aquisição ou licenciamento de qualquer forma de direitos, em projetos de produção de obras cinematográficas e videofonográficas brasileiras de longa, média e curta metragens de produção independente, de co-produção de obras cinematográficas e videofonográficas brasileiras de produção independente, de telefilmes, minisséries, documentais, ficcionais, animações e de programas de televisão de caráter educativo e cultural, brasileiros de produção independente, aprovados pela ANCINE; XI - a Anatel, as Forças Armadas, a Polícia Federal, as Polícias Militares, a Polícia Rodoviária Federal, as Polícias Cíveis e os Corpos de Bombeiros Militares.

comercial, 349 filmes estavam devidamente registrados e com a Condecine paga, 55 filmes estavam cadastrados, mas sem o pagamento da Condecine e 123 filmes não estavam registrados” (ANCINE, 2005, p. 33).

No exercício de 2005, a Superintendência de Registro, Controle e Fiscalização – SRCP – emitiu 2.741 notificações às empresas, no período que vai de janeiro a dezembro, com os seguintes objetivos: regularização da situação de empresas que encontravam-se sem o registro obrigatório na ANCINE; o registro de obras publicitárias e não publicitárias e a comprovação do encaminhamento do relatório pelas empresas exibidoras. Nos termos do Relatório de Gestão 2005 (ANCINE, 2006, p. 22),

a efetividade da fiscalização deve ser ampliada em 2006, graças ao Convênio assinado entre a ANCINE e a Agência Nacional de Telecomunicações – ANATEL, permitindo acesso à Rede Nacional de Radiovideometria – RNR<sup>67</sup>. Implementado nos últimos dias de 2005, o serviço permitirá à Superintendência de Registro, Controle e Fiscalização, uma atuação mais direta na fiscalização do registro das obras veiculadas em emissoras de TV aberta em todo país, com reflexos no controle de recolhimento da CONDECINE.

Em 2005, a Condecine-título superou a marca de R\$ 35 milhões, representando um crescimento de 34% em relação ao exercício anterior, confirmando uma trajetória de aumento dos valores arrecadados.

Com a utilização da Rede Nacional de Radiovideometria (RNR) da ANATEL em 2006, a Ancine conquistou um significativo avanço na verificação do registro de títulos veiculados e devido recolhimento da Condecine. Ao longo do ano foram efetuadas 5.371 (cinco mil setecentos e trinta e uma) capturas. Desse total, “3.525 (três mil quinhentos e vinte cinco) tiveram parecer final até o mês de agosto” (ANCINE, 2007, p. 22). Dessas que tiveram parecer concluído, “somente 596 (quinhentas e noventa e seis) resultaram em Notificações<sup>68</sup>, pois as demais comprovaram sua regularidade” (ANCINE, 2007, p. 22).

Em 2006, a arrecadação da Condecine-título apresentou um decréscimo em relação ao ano anterior: em 2005 superou a marca de 35 milhões enquanto que em 2006, atingiu pouco mais de 33 milhões (ANCINE, 2007).

---

<sup>67</sup> O acesso à Rede Nacional de Radiovideometria é feito da seguinte forma: os servidores da ANCINE, lotados no escritório no Rio de Janeiro, acessam o Centro Nacional da RNR da ANATEL, em Brasília, por meio de quatro terminais multimídia. Com isso, é possível detectar a exibição de obras sem registro transmitidas por emissoras de tevês abertas e por assinatura em todo o País e, portanto, sem o respectivo recolhimento da CONDECINE. O não pagamento caracteriza-se como evasão fiscal, cujo combate é atribuição da ANCINE. A expectativa é que a agência consiga reduzir em até 80% a evasão dos recursos relativos à contribuição.

<sup>68</sup> Após a captura (gravação de áudio e vídeo) das veiculações feitas pelas emissoras das diversas capitais, é feita a verificação do registro de cada uma das obras. A constatação da falta de registro leva à Notificação (ANCINE, 2007).

No exercício de 2007, tem destaque a Instrução Normativa n° 60, de 17 de abril, que regulamenta o art. 37 da MP n° 2.228-1, de 06/09/2001, e dispõe sobre o procedimento administrativo para cobrança da Condecine em atraso pela Ancine, aplicação de sanções, apreciação de impugnações e recursos:

De início, a prioridade dos trabalhos foi analisar 1.479 casos do ano de 2002 que estavam ameaçados de decadência, o que significaria que a ANCINE perderia o direito de cobrar o crédito tributário referente àquele exercício. Um conjunto de processos de trabalho foi implantado e resultou não só na expedição das Notificações Fiscais de Lançamento - NFL de todo o ano de 2002 em menos de 30 dias, como também foram expedidas as NFL's relativas ao ano de 2003 [...] (ANCINE, 2008, p. 41).

A Condecine-remessa, administrada pela Receita Federal do Brasil – RFB, teve um auspicioso crescimento em 2007, ainda assim, a Condecine-título, administrada pela Ancine, continuou sendo “o item responsável pela parcela mais significativa da arrecadação da Condecine, no valor de R\$ 38.207.504,69. As duas modalidades de Condecine representam R\$ 39.402.299,68” (ANCINE, 2008, p. 49-50). Em 2008, houve um aumento de 14% na arrecadação da Condecine-título, o equivalente a mais de 43 milhões.

Em 2009, um dos destaques do ano

foi a regularização tributária de obras cinematográficas e videofonográficas não-publicitárias com registro concedido pela Secretaria do Audiovisual – SAV/MinC ou órgãos anteriores cuja validade estivesse expirada. O Edital de Convocação foi publicado em agosto de 2008 e, em resposta, apresentaram-se à ANCINE seis empresas, responsáveis por um total de 415 obras, o que gerou, no primeiro semestre de 2009, a arrecadação do valor de aproximadamente R\$ 1.650.000, relativo à CONDECINE devida pela comercialização das referidas obras desde 06 de setembro de 2006. Houve ainda, durante o exercício de 2009, a realização de encontro de contas aprovado pela Diretoria Colegiada da Agência, motivado pela necessidade de corrigir erros na arrecadação tributária gerados por inconsistências na classificação de obras seriadas. Este esforço resultou na regularização de 104 obras audiovisuais não-publicitárias, gerando crédito para a ANCINE, relativo à Condecine, no valor de R\$ 957.028, cujo recolhimento ocorreu em janeiro de 2009. (ANCINE, 2010, p. 29).

A mudança na forma de recolhimento da Condecine-título, ocorrida em 2010<sup>69</sup>, por meio das Guias de Recolhimento da União (GRU), em substituição aos Documentos de Arrecadação da Receita Federal (DARF) merece atenção especial:

A troca do documento por meio do qual se faz o recolhimento do tributo tornou o pagamento mais simples, do ponto de vista do contribuinte, que passou a receber um documento já preenchido ao qual não é necessária a adição de nenhuma informação. Para a ANCINE, a mudança do documento de arrecadação, pela introdução do

<sup>69</sup> A nova contribuição, regulamentada pela Instrução Normativa 96 da Ancine, deverá ser recolhida anualmente, até o dia 31 de março, para os serviços licenciados até o dia 31 de dezembro do ano anterior.

código de barras, trouxe sensíveis melhoras no controle do recolhimento do tributo, trazendo agilidade e confiabilidade aos processos administrativos. (ANCINE, 2011, p. 35-36).

Realmente a medida parece constituir uma facilidade, pois através do acesso ao Portal virtual da Ancine, o indivíduo deve se direcionar ao SACS – Sistema de Arrecadação de Condecine de Serviços de Telecomunicações, onde informará o FISTEL<sup>70</sup> da licença que possui, sendo emitida uma única GRU para todos os serviços/estações de cada contribuinte.

### 3.3.2 Cota de Tela

A cota de tela consiste em um mecanismo utilizado já há bastante tempo por nosso país, cujo intuito primordial é proteger e, conseqüentemente, propulsar, a produção audiovisual nacional. Essa obrigatoriedade de exibição, “já apontada no passado como reserva de mercado, uma expressão imprecisa já que na reserva a totalidade do mercado para a exibição do filme nacional, como ocorreu, por exemplo, com a informática no início de sua introdução” (SIMIS, 2009, p. 137), visa incrementar a participação do cinema brasileiro nas salas de cinema.

Partindo do pressuposto de que o problema central do campo exibidor do cinema brasileiro

evidencia uma fenomenologia decorrente de um mercado que se desenha a partir das tensões entre fatores tecnológicos e político institucionais, entre os quais figuram as mudanças do aparato técnico da exibição, a pouca regulação e a ocupação do circuito nacional pela produção hegemônica distribuída pelos grandes conglomerados de mídia norte-americanos. O cenário estabelecido a partir da retomada da produção nacional de filmes de longa-metragem, na década de 1990, é caracterizado pela dificuldade recorrente de exibição do filme brasileiro no circuito de salas, ainda o segmento mais nobre do mercado exibidor. (BARONE, 2008, p. 6).

Se voltarmos no tempo, no ano de 1932, poderemos notar o germe da obrigatoriedade de exibição de filmes brasileiros no Decreto nº 21.240, editado no governo de Getúlio Vargas. Esse decreto estabelecia, em seu art. 12, “a obrigatoriedade de exibição para os filmes educativos, um para cada programa exibido nas salas de cinema, afora ter estabelecido uma taxa alfandegária que facilitava a importação do filme virgem” (SIMIS, 2009, p. 138). Houve

---

<sup>70</sup> A princípio, o FISTEL – Fundo de Fiscalização das Telecomunicações (Lei 5.070/66) é destinado a cobrir as despesas do governo com a fiscalização de serviços. Tem como principais fontes de receita as taxas de Fiscalização de Instalação (TFI) e de Funcionamento (TFF). O Fistel também recebe 50% das receitas de outorga de concessões, permissões e autorizações e de multas previstas na LGT, o que faz com que a arrecadação varie bastante a cada ano. É fonte dos recursos da Anatel.

um crescimento na produção de películas nacionais, chegando a ser possível afirmar que a obrigatoriedade tenha sido “em grande medida responsável pela salvação da produção cinematográfica nacional” (SIMIS, 2009, p. 139) no período de 1935-1939. Nos moldes das dificuldades que enfrentamos hoje, a cota de tela não foi suficiente para alavancar a indústria cinematográfica nacional devido a fatores como a campanha veiculada pela imprensa contra a obrigatoriedade da exibição e o não cumprimento do Decreto por diversas salas então existentes (SIMIS, 2009).

Nos anos subsequentes muitas medidas foram tomadas com o intuito de regulamentar as cotas e efetivar o seu funcionamento. Mas, a partir do governo Collor, nota-se uma queda na obrigatoriedade que vai de 140 dias/ano para 42 dias/ ano em 1992, e para 28 dias/ ano em 1994 (SIMIS, 2009). Nesse período,

com o desaparecimento de diversos mecanismos e instituições na área cultural e cinematográfica, a obrigatoriedade recuou para um número de dias muito inferior e mesmo assim, por meio de recursos impetrados, inúmeras salas deixaram de cumprir a obrigatoriedade de exibição. Posteriormente, ela sobe um pouco: 49 dias em 1997. Em 2000 há uma alteração na legislação em decorrência das profundas transformações do setor exibidor, isto é, os complexos exibidores formados por salas, espaços ou locais de exibição comercial germinados ou não, existentes sob o mesmo teto e pertencentes à mesma empresa: entre 1997 e 2003, foram abertas 546 salas Multiplex no Brasil. (SIMIS, 2009, p. 144).

Com a Medida Provisória n° 2.228-1, de 2001, foi regulamentada a obrigatoriedade da exibição no seguinte dispositivo:

Art. 55. Por um prazo de vinte anos, contados a partir de 5 de setembro de 2001, as empresas proprietárias, locatárias ou arrendatárias de salas, espaços ou locais de exibição pública comercial exibirão obras cinematográficas brasileiras de longa metragem, por um número de dias fixado, anualmente, por decreto, ouvidas as entidades representativas dos produtores, distribuidores e exibidores.

§ 1º A exibição de obras cinematográficas brasileiras far-se-á proporcionalmente, no semestre, podendo o exibidor antecipar a programação do semestre seguinte.

§ 2º A ANCINE aferirá, semestralmente, o cumprimento do disposto neste artigo.

§ 3º As obras cinematográficas e os telefilmes que forem exibidos em meios eletrônicos antes da exibição comercial em salas não serão computados para fins do cumprimento do disposto no caput.

Em 2002, muitas reuniões foram realizadas com a participação de produtores, distribuidores e exibidores, buscando gerar subsídios para a fixação de número de dias para a exibição de obras audiovisuais cinematográficas brasileiras no ano de 2003. De acordo com o Decreto n° 4.556, de 30 de dezembro de 2002, nos complexos de uma sala, deveriam ser exibidos durante trinta e cinco dias, dois títulos nacionais distintos. Já nos complexos de duas salas, durante setenta dias deveriam ser exibidos no mínimo três títulos nacionais diferentes.

No quadro abaixo estão especificadas a quantidade de títulos nacionais e a duração da exibição proporcionalmente ao número de salas dos complexos cinematográficos:

Quadro 06: EXIBIÇÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS CINEMATOGRAFICAS BRASILEIRAS NO ANO DE 2003

Total de Salas no Mesmo Complexo	Total de Dias de Obrigatoriedade	Exibição Diferenciada Mínima
1 sala	35 dias	2 títulos
2 salas	70 dias	3 títulos
3 salas	105 dias	3 títulos
4 salas	154 dias	4 títulos
5 salas	210 dias	4 títulos
6 salas	217 dias	5 títulos
7 salas	224 dias	6 títulos
8 salas	238 dias	6 títulos
9 salas	252 dias	6 títulos
10 salas	266 dias	7 títulos
11 salas	280 dias	7 títulos
Mais de 11 salas	280 dias + 7 dias por sala	7 títulos

**Fonte:** Decreto n. 4.556, publicado no Diário Oficial da União em 31 dezembro de 2002. Disponível em: <<http://www.jusbrasil.com.br/legislacao/98910/decreto-4556-02>>. Acesso em: 29 nov. 2011.

Ainda nos termos do Decreto, as salas deveriam apresentar semestralmente à Ancine, nos termos do §2º do art. 55 da Medida Provisória nº 2.228-1, de 2001, as informações relativas ao cumprimento no disposto na tabela, sob pena de se sujeitarem e uma multa estabelecida no art. 59 da Medida supracitada, correspondente ao valor de cinco por cento da renda média diária de bilheteria, apurada no semestre anterior à infração, multiplicada pelo número de dias em que a obrigação não foi cumprida.

O Relatório de Gestão da Ancine referente ao ano de 2004 trouxe a informação de que através da publicação da Instrução Normativa/ANCINE nº 27, em 28 de junho de 2004 e,

posteriormente, da Instrução Normativa/ANCINE n° 35, publicada em 8 de dezembro de 2004, foram estabelecidos critérios para a entrega de relatórios referentes à obrigatoriedade de exibição de filmes brasileiros. Os relatórios deveriam ser apresentados semestralmente, na forma do art. 8° da Instrução n° 27, pela empresa responsável, ficando reservado à Ancine o prazo de 180 (cento e oitenta) dias corridos, contados do encerramento do semestre base em aferição, para emitir laudos sobre o cumprimento ou não pela sala de exibição ou complexo da obrigatoriedade exigida.

Com isso, cresceu o número de empresas que enviaram relatório dos dados da Cota de Tela, tendo sido apurada a exibição de filmes brasileiros em um total de 1.897 salas no 1° semestre de 2004, quase a totalidade das salas existentes no país. A partir das informações recebidas, constatou-se que 238 complexos de cinema cumpriram a obrigatoriedade mínima de exibição de filmes brasileiros<sup>71</sup>, em conformidade com os mandamentos ínsitos na Instrução Normativa/ANCINE n° 35, de 08/12/04. Nesse momento, acreditava-se que com a melhoria da capacidade operacional da Agência, o controle poderia ser ampliado ainda mais com o decorrer dos anos.

Caso não fosse desempenhada a meta firmada, e ocorresse a não exibição do número mínimo de títulos (art. 10 da Instrução n° 27) ou a retirada de exibição de uma obra cinematográfica brasileira de longa-metragem (descumprindo o disposto no art. 7° da Instrução n° 27), a sala, espaço, local de exibição ou complexo pertencente à mesma empresa exibidora, seria notificada e sujeita à autuação, cuja sanção, em ambos os casos, seria o cerceamento do acesso a eventuais recursos públicos de fomento aos quais pudesse fazer jus. Ou seja, a sanção por essas infrações não tem caráter pecuniário, mas implica no impedimento da empresa autuada de usufruir dos benefícios correspondentes a ações de fomento, pelo prazo dos 6 (seis) meses subsequentes à data da apenação. Em 2004, 60,2% das salas cumpriram a obrigação, enquanto 11,1% não cumpriram e 28,7% não informaram.

O Relatório de Gestão – exercício 2005 – trouxe a concretização do procedimento proposto pelas Instruções referidas acima, alertando que o controle do cumprimento da

---

<sup>71</sup> O art. 2° da Instrução Normativa n° 27 estabelece o número mínimo de dias de exibição obrigatória de obras cinematográficas de longa-metragem: Art. 2° O número mínimo de dias de exibição obrigatória de obras cinematográficas brasileiras de longa metragem a serem exibidos em 2004 equivale em cada sala, espaço, local de exibição ou complexo pertencente à mesma empresa exibidora, ao total obtido pela multiplicação da cota fixa de 63 (sessenta e três) dias anuais pelo número de salas, espaços ou locais de exibição pública comercial, geminados ou não, existentes segundo seu registro na ANCINE. § 1° - A exibição do total de dias fixado no caput deverá ocorrer proporcionalmente no semestre, sendo o eventual superávit do primeiro semestre automaticamente creditado e computado para o segundo. § 2° - Constatado eventual déficit no número total de dias a ser exibido no semestre, a empresa responsável estará sujeita às sanções previstas na legislação, ainda que venha a obter posteriores e eventuais superávits no semestre seguinte, não sendo estes computáveis para cumprimento de obrigatoriedade anterior e já vencida.



obrigatoriedade de exibição de filmes nacionais pelas empresas exibidoras foi realizado mediante levantamentos semestrais (relatórios) que consistiam em duas etapas: 1ª) recebimento e transcrição dos relatórios das empresas; 2ª) análise e conferência dos relatórios.

Em 2005, a Cota de Tela foi regulamentada pelo Decreto n° 5.328, de 30 de dezembro de 2004 e normatizada pela Instrução Normativa/ANCINE n° 38, de 24 de junho de 2005, posteriormente alterada pela Instrução Normativa/ANCINE n° 39, de 19 de julho de 2005, e pela Instrução Normativa/ANCINE n° 45, de 11 de novembro de 2005, devendo ser cumprida conforme o quadro abaixo:

Quadro 07: EXIBIÇÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS CINEMATOGRAFICAS  
BRASILEIRAS NO ANO DE 2005

Número de Salas no Mesmo Complexo	Número de Dias de Obrigatoriedade	Exibição Diferenciada Mínima de Títulos
1 sala	35	2
2 salas	84	2
3 salas	147	3
4 salas	224	4
5 salas	280	5
6 salas	378	6
7 salas	441	7
8 salas	448	8
9 salas	448	9
10 salas	455	10
11 salas	462	11
Mais de 11 salas	462 + 7 dias por sala adicional	11

**Fonte:** Decreto n. 5.328, publicado no Diário Oficial da União em 31 dezembro de 2004. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2004-2006/2004/decreto/D5328.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/decreto/D5328.htm)>. Acesso em: 29 nov. 2011.

Os resultados concernentes ao exercício de 2005 podem ser encontrados no Relatório de Gestão 2006, sendo que, do total, as salas cujos complexos cumpriram a cota representam o percentual de 70,3%. De 396 (trezentos e noventa e seis) complexos que não enviaram relatório, a Ancine conseguiu notificar apenas 222 (duzentos e vinte e dois), que possuíam

situação cadastral regular na Agência. Os demais 174 (cento e setenta e quatro) complexos não foram notificados. Em 2006,

as cotas representaram cerca de 14% do mercado para filmes nacionais. A partir de então, os filmes brasileiros passaram a ter menos espaço nos cinemas menores e ganharam nos complexos com mais salas. Assim, em 2007, por exemplo, cinemas de apenas uma sala, que em 2006 eram obrigados a exibir pelo menos 35 dias de filme nacional por ano, em 2007 foram obrigados a passar filmes brasileiros por só 28 dias. Os de duas salas, por exemplo, antes obrigados a projetar produções nacionais por 84 dias (somadas ambas as salas, o que correspondia a 42 dias em cada), agora passaram a exibi-las por 70 dias ao todo (35 em cada). A redução valeu também para os cinemas com três (de 147, para 126) e quatro salas (de 224, para 196). Nos cinemas entre cinco e oito salas, as cotas permaneceram as mesmas (280, 378, 441 e 448, no total, em cada caso). (SIMIS, 2009, p. 144).

Conforme o Decreto n° 7.061, de 30 de dezembro de 2009, que prevê a obrigatoriedade de exibição para as empresas proprietárias, locatárias ou arrendatárias de salas ou complexos de exibição pública comercial no ano de 2010, a cota de tela para os complexos com uma, duas, três e quatro salas tiveram suas cotas de exibição diminuídas. Se em 2005 deveriam ser exibidos por 35 dias filmes brasileiros nos cinemas com uma sala, em 2010 deveriam ser exibidos filmes brasileiros por apenas 28 dias. Nos complexos de duas salas, em 2005 a cota era de 84 dias, em 2010 caiu para 70 dias. Nos complexos de três salas, a cota era de 147 dias em 2005, caindo para 126 dias em 2010. Por fim, nos complexos de quatro salas, a cota caiu de 224 dias em 2005, para 196 em 2010. Enquanto os grandes exibidores estrangeiros se apropriam cada vez mais do mercado de exibição no Brasil<sup>72</sup>, as cotas de tela vêm diminuindo. Essa contradição prejudica a exibição de filmes brasileiros dentro de nosso próprio território, mesmo porque, manter a cota de tela em complexos com mais de cinco salas e diminuir nos complexos menores, aumenta ainda mais a concorrência de nossos filmes com os filmes estrangeiros – ou seja, basicamente com os filmes norte-americanos.

Em junho de 2011, a Ancine divulgou um relatório preliminar sobre o desempenho do cumprimento da Cota de Tela no ano-base de 2010, atestando que dos 535 complexos de exibição aferidos, 316 complexos (o equivalente a 59%) cumpriram a obrigação do número mínimo de dias de exibição de filmes brasileiros, estipulado no Decreto n° 7.061, de 30 de

<sup>72</sup> “No Brasil, o multiplex surgiu em 1997, a partir da entrada no mercado nacional de grandes exibidores estrangeiros, como o Cinemark e o UCI. (...) No Brasil, desde 1991, cerca de 430 salas de cinema de rua já encerraram suas atividades” (SAAB; RIBEIRO, 2000, p. 181). Segundo dados da Abraplex (Associação Brasileira das Empresas Exibidoras Cinematográficas Operadoras de Multiplex) a bilheteria dos multiplex responde por 75% da receita do setor (LAGE, 2007). Com os multiplex em shopping centers, o preço dos ingressos aumenta, o que causa uma concentração no mercado – “com grande oferta para as classes médias e alta e uma exclusão da população de baixa renda” (BARRETO apud LAGE, 2007).

dezembro de 2009, enquanto 219 (41%) não conseguiram atingir a cota estabelecida. Entretanto, não há informações disponíveis no referido relatório preliminar sobre o motivo de tais complexos não terem conseguido atingir a cota estabelecida e auferida.

O maior número de complexos aferidos se concentra na região Sudeste, sendo que Minas Gerais apresenta-se com o maior percentual de descumprimento da região (52%), contrapondo-se ao Estado de São Paulo que demonstrou o menor percentual de descumprimento (36%). Importante salientar que o único estado onde não foram encontrados complexos de exibição comercial para que se pudesse efetuar o estudo, foi o Amapá.<sup>73</sup>

O fato é que a Cota de Tela garante espaço de exibição para produções nacionais mas não garante o mais importante: a formação do público, pois o espaço é muito pequeno para atender a tudo o que é produzido. Apesar de contribuir para a distribuição de filmes nacionais dentro do Brasil – o que é muito importante já que possuímos um histórico de domínio da produção norte-americana –, os esforços provenientes da Cota são nulos para a grande maioria dos filmes produzidos, que ficam destinados apenas aos festivais de cinema e mostras.

Como alternativas para a distribuição de nossas obras produzidas, o que culminaria por contribuir para a formação de um público para o cinema brasileiro, poderíamos pensar nos cinemas alternativos como o Grupo Estação, o Espaço Itaú e o Cine Clube Caium (situado na cidade de Ribeirão Preto). No caso do Grupo Estação temos, por exemplo, o Odeon Petrobrás, sede oficial do Festival do Rio e que possui programas culturais como a Maratona, a Sessão Cineclube, o Cachaça Cinema Clube e Miscelânea Odeon. O Odeon Petrobrás não fica localizado em Shopping Center posto ser um dos últimos grandes cinemas construídos na Cinelândia, em 1932<sup>74</sup>. O Espaço Itaú de Cinema também apresenta iniciativas interessantes como a Sessão Popular (durante uma semana, em horário específico, é passado um filme com preços especiais – por exemplo, no Shopping Frei Caneca, em São Paulo, o valor do ingresso fica a R\$ 5,00<sup>75</sup> na Sessão Popular). Por fim, o Cine Clube Caium é uma entidade sem fins

<sup>73</sup> Sobretudo devido ao advento dos *multiplex*, o circuito de salas de exibição acaba ficando restrito às capitais e grandes cidades, principalmente em *shopping centers*. “Em decorrência de um mercado concentrado, um dos principais efeitos foi o aumento do custo do ingresso, o que afastou o público historicamente fiel ao cinema brasileiro das classes C e D, como lembra o cineasta Carlos Reichenbach, para quem o cinema no Brasil virou diversão das elites” (REICHENBACH apud BARONE, 2008, p. 7).

<sup>74</sup> Informações disponíveis em: <<http://www.grupoestacao.com.br/grupoestacao/salas/odeon.php>>. Acesso em: 15 fev. 2013.

<sup>75</sup> Valor obtido através do acesso ao site: <<http://www.itaucinemas.com.br/promocoes/sessao-popular>>, para sessões ocorridas de 14/06 a 20/06 do documentário brasileiro *Mundo invisível*, e de 21/06 a 27/06 de 2013 com a exibição da película brasileira dirigida por Lucia Murat, *A memória que me contam*.

lucrativos, que existe desde 1979, e conta com uma sala de 900 lugares e três sessões diárias apresentando filmes atuais. Uma das sessões é gratuita<sup>76</sup>.

### 3.4 Programa de Combate à Pirataria

Três ações concluídas pela Ancine no exercício de 2010 destinam-se a combater a falsificação de obras audiovisuais. São elas: a) a criação de portal na internet que permite o acompanhamento por parte da sociedade do cumprimento do Programa de Combate à Pirataria da Agência<sup>77</sup>; b) o lançamento de campanha educativa<sup>78</sup> de utilidade pública para a conscientização da sociedade sobre os malefícios da pirataria e a importância da valorização do produto original; e, c) a renovação do Acordo de Cooperação Técnica entre a ANCINE, o Ministério da Justiça (Conselho Nacional de Combate à Pirataria) e a Polícia Federal, com vistas a empreender ações destinadas ao enfrentamento da pirataria e à coibição dos delitos contra a propriedade intelectual (ANCINE, 2011).

Visando dar cumprimento ao disposto no art. 7º, inciso III da MP nº 2.228-179, a Ancine lançou o Programa de Combate à Pirataria, cujos principais eixos de ação consistem na Articulação, Educação e Proteção à Indústria do Audiovisual.

*A priori*, a Agência pretende realizar o mapeamento dos órgãos públicos e privados que cuidam da matéria no Brasil, solicitando a inclusão oficial da Ancine no painel de colaboradores efetivos do Conselho Nacional de Combate à Pirataria. Uma das medidas a médio prazo que se propõe e que parece respeitável é a criação, no portal da Ancine, de um canal para recebimento e encaminhamento de denúncias, bem como a disponibilização de links de acesso às entidades de combate à pirataria.

No que diz respeito ao eixo Educação, o *folder* explicativo editado pela Ancine traz ideias como a promoção de um seminário que discuta o papel dos meios de comunicação no combate à pirataria do audiovisual, a elaboração de cartilhas que demonstrem os malefícios da pirataria para os diversos níveis escolares, entre outras.

Para a Proteção à Indústria Audiovisual, a Ancine prevê ainda a assinatura de Termo de Cooperação entre o Ministério da Justiça e Ministério da Cultura, figurando

<sup>76</sup> Informações disponíveis em: <<http://www.guiadasemana.com.br/ribeirao-preto/cinema/salas-de-cinema/cine-clube-cauim>>. Acesso em: 15 fev. 2013.

<sup>77</sup> O portal traz notícias gerais sobre pirataria, parceiros, legislação, destaques, informes e as ações desenvolvidas. Há também espaço para que o internauta tire dúvidas, dê sua opinião e ofereça denúncias.

<sup>78</sup> A campanha, composta por quatro filmes foi exibida nos cinemas e será inserida nos DVDs a serem distribuídos pelos filiados à UBV – União Brasileira de Vídeo.

<sup>79</sup> Art. 7º A ANCINE terá as seguintes competências: III - promover o combate à pirataria de obras audiovisuais.

respectivamente como intervenientes o Conselho Nacional de Combate à Pirataria – CNCP –, a Polícia Federal e a Agência Nacional do Cinema, bem como o estabelecimento de uma rede de contatos com as delegacias estaduais<sup>80</sup> e com o Ministério Público.

Em agosto de 2010 teve início o 1º Seminário de Capacitação para o Combate à Pirataria, visando instruir trezentos agentes policiais do Distrito Federal que trabalham com a apreensão de mercadorias pirateadas.

### ***3.4.1 Violações à propriedade imaterial: o posicionamento jurisprudencial brasileiro***

Em parceria com o Ministério da Justiça, a Ancine lançou na Cinemateca Brasileira, em São Paulo, quatro filmes educativos<sup>81</sup> com o intuito de promover ações e atividades voltadas ao combate à pirataria e aos delitos contra a propriedade intelectual. De acordo com o diretor-presidente da Ancine, Manoel Rangel, em artigo publicado pela Assessoria de Comunicação da Ancine<sup>82</sup> quando do lançamento da Campanha Nacional de Combate à Pirataria de Audiovisuais, a pirataria esvaziaria a capacidade de sustentabilidade de nossas obras, sendo que o combate ao comércio ilegal consistiria em um desafio abrangente, tendo em vista que a ação repressiva por si só não seria capaz de zerar a atividade. Ainda segundo Rangel, seria preciso criar um caminho de comunicação permanente com a sociedade para convencer o consumidor a não comprar produtos falsificados.

No entanto, no início de 2012, a decisão de um magistrado parece tomar direcionamento contrário ao proposto pela Campanha veiculada pela Ancine. O juiz de Direito Roberto Coutinho Borbada, da 2ª Vara Criminal de Alvorada/RS, julgou improcedente uma denúncia do Ministério Público contra homem flagrado vendendo DVDs piratas. O *parquet* havia opinado pela procedência da denúncia, com a devida condenação do acusado,

---

<sup>80</sup> No Rio de Janeiro temos a DRCPIM – Delegacia de Repressão aos Crimes contra a Propriedade Imaterial; em São Paulo, a DIG-1ª DEL DIG Delegacia de Propriedade Imaterial; na Bahia, o GEPPi – Grupo Especializado de Proteção à Propriedade Intelectual; em Pernambuco, a Delegacia Policial de Prevenção e Repressão aos Crimes contra a Propriedade Imaterial; em Minas Gerais, a Delegacia Especializada de Falsificações e Defraudações; e no Rio Grande do Sul, a DECON/RS – Delegacia de Defesa do Consumidor. Além das delegacias estaduais, temos em Brasília, no Distrito Federal, o DEPATE – Departamento de Atividades Especiais.

<sup>81</sup> Os vídeos podem ser facilmente acessados através do portal YouTube, a partir dos seguintes links: <<http://www.youtube.com/watch?v=oraklHpDG44>>; <<http://www.youtube.com/watch?v=Di4hgIyfEKQ>>; <<http://www.youtube.com/watch?v=7rmEFbolves&feature=related>>; e <<http://www.youtube.com/watch?v=IHJuCCvpzUI>>. Nesses filmes, artistas com grande apelo público, discursam sobre a importância da participação da sociedade para a garantia dos direitos autorais. Acesso em: 03 mar. 2012.

<sup>82</sup> Ancine. Assessoria de Comunicação. **Ancine e MJ lançam campanha de combate à pirataria**. 2010. Disponível em: <<http://www.ancine.gov.br/sala-imprensa/noticias/ancine-e-mj-lan-am-campanha-de-combate-pirataria>>. Acesso em: 06 mar. 2012.

posto estarem comprovadas a materialidade delitiva e a autoria. A defesa do acusado, por sua vez, pediu a improcedência da denúncia e a consecutória absolvição do réu, tendo sido atendida pela sentença prolatada pelo juiz.

Quando analisamos a íntegra da decisão do processo 003/2.10.0009449-0, nos deparamos com as seguintes assertivas, que serão transcritas da forma como foram proferidas:

É fato notório que CDs e DVDs “piratas” são vendidos, e revendidos, às escâncaras, nas grandes, médias e pequenas cidades, deste Estado do Rio de Janeiro, e em quase todo o Brasil. Basta que qualquer um de nós, saindo deste Tribunal, dê uma volta pelas artérias próximas, que poderá escolher e comprar um dos mesmos, por dez reais cada DVD, ou por cinco reais, cada CD. E a razão disso repousa em que tais objetos de imagem e som, ou apenas de som, são muito onerosos para a grande maioria da população. Isto, sem falar-se em que diversas pessoas, de camada social média, média para alta, e alta, através do uso da Internet, obtêm cópias também “piratas” de CDs e DVDs.

O julgador não pode restringir-se ao puro positivismo, máxime em matéria criminal. Deve ser atento à sofrida realidade social do país, que persiste apesar de mitigada nos últimos tempos. Pessoas como o réu, e recorrido, tendo que sobreviver com apoucados dinheiros, optam por dedicar-se a atividades nem sempre lícitas. Mas neste caso, não se duvida que vender, como ambulante, CDs e DVDs, por preços módicos, é muito menos lesivo à sociedade do que vender entorpecentes, ou investir com violência ou grave ameaça contra o patrimônio alheio.

Embora o ato praticado pelo réu seja típico em sentido próprio, tal fator é contrariado pela larga aceitação, de tal conduta, pela sociedade, na grande maioria. O que retira, da pretensão punitiva, a justa causa.

Para o julgador, deve ser aplicado ao caso em questão o Princípio da Adequação Social, segundo o qual uma conduta socialmente aceita ou adequada não deve ser considerada como ou equiparada a uma conduta criminosa. Ora, se os rádios dos carros de alto luxo, com músicas “baixadas” de sites da internet, a utilização de *iPods*, *iPhones* e outros aparelhos não sofrem nenhum tipo de coerção estatal, por que a reprimenda criminal deveria recair apenas às classes baixas, economicamente desassistidas que, citando o próprio Exmo. Sr. Dr. Juiz, “(...) não obtiveram colocação no mercado de trabalho formal e buscaram sustento no comércio informal”?

Nos autos do mesmo processo, encontramos ainda, jurisprudências que respaldam o entendimento adotado, jurisprudências essas provenientes do Colendo Tribunal de Justiça de Minas Gerais:

"APELAÇÃO CRIMINAL - VIOLAÇÃO DE DIREITO AUTORIAL - ADEQUAÇÃO SOCIAL - CASO CONCRETO - ABSOLVIÇÃO - MEDIDA QUE SE IMPÕE. I - O Direito penal moderno não atua sobre todas as condutas moralmente reprováveis, mas seleciona aquelas que efetivamente ameaçam a convivência harmônica da sociedade para puni-las com

a sanção mais grave do ordenamento jurídico que é - por enquanto - a sanção penal. II - O princípio da adequação social assevera que as condutas proibidas sob a ameaça de uma sanção penal não podem abraçar aquelas socialmente aceitas e consideradas adequadas pela sociedade." (Apelação Criminal 1.0325.08.009107-8/001, Relator para o acórdão: Des. Alexandre Victor de Carvalho, j.: 10/11/09).

"VIOLAÇÃO DE DIREITO AUTORAL - VENDA DE CD E DVD PIRATAS - ABSOLVIÇÃO - ERRO DE TIPO - SENTENÇA MANTIDA. - Mantém-se a decisão do MM. Juiz que absolveu a ré que foi flagrada vendendo em seu estabelecimento comercial diversos CDs e DVDs reproduzidos com violação de direito autoral, cuja conduta, apesar de formalmente típica, não é antijurídica, numa ideia material da tipicidade penal." (Apelação Criminal 1.0685.07.003798-9/001, Rel. Des. Fernando Starling, j.: 05/05/09).

Mas e quanto ao direito de propriedade? Os autores teriam ou não teriam direito exclusivo sobre suas obras?

A respeito do direito de propriedade, é preciso verificar o art. 5º – mais especificamente os incisos deste art. que tratam da temática – que integra nossa CF/88, estabelecendo direitos e garantias fundamentais:

Art. 5º [...] XXII - é garantido o direito de propriedade; XXIII - a propriedade atenderá a sua função social; XXVII - aos autores pertence o direito exclusivo de utilização, publicação ou reprodução de suas obras, transmissível aos herdeiros pelo tempo que a lei fixar; XXVIII - são assegurados, nos termos da lei: a) a proteção às participações individuais em obras coletivas e à reprodução da imagem e voz humanas, inclusive nas atividades desportivas; b) o direito de fiscalização do aproveitamento econômico das obras que criarem ou de que participarem aos criadores, aos intérpretes e às respectivas representações sindicais e associativas; [...]

Assim, nossa Magna Carta expressamente prevê o direito de propriedade, bem como o direito exclusivo dos autores de utilizar, publicar ou reproduzir suas obras. Além do disposto na CF, nosso Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/90) estabelece a proteção contra produtos ilícitos, bem como a responsabilidade do fornecedor, em seus artigos 12 ao 25. Podemos extrair da leitura dos dispositivos que a aquisição de uma mercadoria falsificada geraria uma lesão ao consumidor, que estaria pagando por um produto sem garantia e sem qualidade.

Mas e se o consumidor comprar a mercadoria falsificada consciente disso, optando por adquirir um DVD pirata que pode danificar seu aparelho de DVD por considerar exorbitante o valor cobrado pelo DVD original ou mesmo pelo ingresso de cinema? Dessa forma não haveria infração aos supramencionados dispositivos do Código de Defesa do Consumidor, certo?

Nosso Código Penal, por sua vez, traz em seu art. 184 o crime de violação de direito autoral:

Art. 184. Violar direitos de autor e os que lhe são conexos:

Pena - detenção, de 3 (três) meses a 1 (um) ano, ou multa.

§ 1º Se a violação consistir em reprodução total ou parcial, com intuito de lucro direto ou indireto, por qualquer meio ou processo, de obra intelectual, interpretação, execução ou fonograma, sem autorização expressa do autor, do artista intérprete ou executante, do produtor, conforme o caso, ou de quem os represente:

Pena - reclusão, de 2 (dois) a 4 (quatro) anos, e multa.

§ 2º Na mesma pena do § 1º incorre quem, com o intuito de lucro direto ou indireto, distribui, vende, expõe à venda, aluga, introduz no País, adquire, oculta, tem em depósito, original ou cópia de obra intelectual ou fonograma reproduzido com violação do direito de autor, do direito de artista intérprete ou executante ou do direito do produtor de fonograma, ou, ainda, aluga original ou cópia de obra intelectual ou fonograma, sem a expressa autorização dos titulares dos direitos ou de quem os represente.

No que diz respeito a essa tutela prevista no art. 184, Bitencourt (2006, p. 422-423) atesta:

O bem jurídico protegido é o direito autoral que, na verdade, constitui um complexo de direitos - morais ou patrimoniais - nascidos com a criação da obra. Em outros termos, o objeto jurídico da proteção penal é a propriedade intelectual. Os direitos autorais abrangem os direitos de autor e os direitos que lhe são conexos. Direitos conexos aos do autor são os relativos à interpretação e à execução da obra por seu criador, considerando-se como tais a gravação, reprodução, transmissão, retransmissão, representação ou qualquer outra modalidade de comunicação ao público. O direito de arena também constitui um direito conexo ao do autor. A locução "violar direitos do autor" adquiriu abrangência ampliada para significar violação de todo e qualquer direito autoral, inclusive aqueles denominados conexos. Os direitos de autor nascem com a criação e utilização econômica de obra (intelectual, artística, estética, científica literária, escultural ou cultural) e decorrem do próprio ato de criação; podem ser morais e patrimoniais.

A título elucidativo, nos termos do art. 46 da Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998, não constituem ofensa aos direitos autorais, por exemplo, a representação teatral e a execução musical, quando realizadas no recesso familiar ou, para fins exclusivamente didáticos, nos estabelecimentos de ensino, não havendo em qualquer caso intuito de lucro.

Para Gomes (2010) uma conduta será considerada, a princípio, criminosa, se houver a presença cumulativa dos elementos que compõem as características do crime enquanto fato típico (tipicidade) e antijurídico (ilicitude):

Sob o aspecto científico o crime é definido como sendo o fato típico (tipicidade) e antijurídico (ilicitude). Portanto, para que determinado fato seja considerado crime, nele devem estar presentes todos os elementos que compõem as características acima. O fato típico é o comportamento humano descrito em lei como crime ou contravenção e é composto por conduta (dolo ou culpa), resultado (exceto em algumas hipóteses, como nos crimes de mera conduta e formais), nexos causal (análise da imputação objetiva e teoria da *conditio sine qua non*) e finalmente



tipicidade. Já a antijuridicidade ou ilicitude é conceituada, em linhas gerais, como sendo a contrariedade entre a conduta e a norma penal. No entanto, esse conceito (formal) tem cedido espaço para a conceituação material da ilicitude, que entende ser a ilicitude, como elemento fundamento do crime, a lesão ou perigo de lesão ao bem jurídico protegido pela norma penal violada. Portanto, para que determinada conduta seja considerada em princípio criminosa, é necessária a presença cumulativa dos elementos acima (guardada as particularidades de alguns tipos), sem a qual não haverá crime. (GOMES, 2010, p. 1)

No caso do delito previsto no art. 184 do Código Penal, encontram-se, segundo Gomes (2010), os elementos supramencionados. Portanto,

para que seja imputada a prática do crime ao agente, é necessário que haja um tipo legal que descreva de forma genérica a conduta proibida (na hipótese o artigo 184, parágrafo 2º do CP); que haja tipicidade, ou seja, adequação entre o tipo legal e a conduta praticada pelo agente; que a conduta tenha sido praticada dolosamente (já que para o crime de violação de direito autoral não há previsão de crime culposos) e que tenha violado o bem jurídico protegido pela norma. O nexo causal e o resultado não são essenciais no crime de violação de direito autoral, já que o crime é formal.

Mas, e quanto ao Princípio da Intervenção Mínima do Estado? Segundo esse Princípio o Estado deve selecionar as condutas a serem reprimidas pelo Direito Penal, de modo que apenas aquelas efetivamente causadoras de lesões importantes a bens jurídicos relevantes sejam por ele tuteladas, sendo desnecessária a manutenção da penalização de condutas que desafiam o Direito meramente em sua aceção formal, por se enquadrarem em um texto, mas que não despertem efetivo perigo à harmonia e à paz social. Gomes e Molina (2009, p. 235) trazem a tona que:

A tipicidade material tem por fundamento dois juízos valorativos: a) juízo de valoração (desaprovação) da conduta e b) juízo de valoração (desaprovação) do resultado. Quando a conduta é socialmente aceita [...] fica afastada a desaprovação da conduta (porque se trata de conduta que cria que cria risco tolerado, aceito).

Para os mesmos autores, “em casos concretos, em que a conduta do autor aparece claramente como algo comum, normal, conforme determinado lugar e período histórico-cultural, ou ao menos tolerada, acaba a ‘necessidade’ de pena” (GOMES; MOLINA, 2009, p. 235). Em contrapartida, o Supremo Tribunal Federal se manifestou da seguinte forma, em recente julgamento, sobre a questão:

"PENAL E PROCESSUAL PENAL. HABEAS CORPUS. CRIME DE VIOLAÇÃO DE DIREITO AUTORAL. VENDA DE CD'S piratas. ALEGAÇÃO DE ATIPICIDADE DA CONDUCTA POR FORÇA DO PRINCÍPIO DA ADEQUAÇÃO SOCIAL. IMPROCEDÊNCIA. NORMA INCRIMINADORA EM PLENA VIGÊNCIA. ORDEM DENEGADA. I - A conduta do paciente amolda-se perfeitamente ao tipo penal previsto no art. 184, § 2º, do Código Penal. II - Não ilide a incidência da norma incriminadora a

circunstância de que a sociedade alegadamente aceita e até estimula a prática do delito ao adquirir os produtos objeto originados de contrafação. III - Não se pode considerar socialmente tolerável uma conduta que causa enormes prejuízos ao Fisco pela burla do pagamento de impostos, à indústria fonográfica nacional e aos comerciantes regularmente estabelecidos. IV - Ordem denegada" (HC 98898 / SP - SÃO PAULO; Rel. Min. Ricardo Lewandowski; julgamento: 20/04/2010; publicação: DJe-091 DIVULG 20-05-2010 PUBLIC 21-05-2010).

O STF afirma que o fato da sociedade aceitar e até mesmo estimular a prática do teoricamente delito não afasta a incidência da norma penal incriminadora, contrariando a decisão do processo 003/2.10.0009449-0, apresentada anteriormente. Outras decisões, provenientes do Tribunal de Justiça de Minas Gerais, também demonstram um posicionamento de combate ao delito:

"PENAL - PROCESSUAL PENAL - APELAÇÃO CRIMINAL - VIOLAÇÃO DE DIREITO AUTURAL - ART. 184, § 2º DO CP - OBRA INTELECTUAL FALSIFICADA - ATIPICIDADE PENAL DO FATO - TESE DEFENSIVA REJEITADA - CONDENAÇÃO MANTIDA - APELO DESPROVIDO. Tipifica o crime de violação de direito autoral a venda ou exposição à venda de obra intelectual falsificada - art. 184, § 2º, do Código Penal, exigindo o delito o dolo genérico, sendo irrelevante, à sua caracterização, que a falsificação induza terceiro a erro". (Apelação criminal nº. 1.0223.06.195428-3/001, Rel. Des. Eli Lucas de Mendonça, 4ª Câmara Criminal do TJMG, DJ 09/10/2008).

"VIOLAÇÃO DE DIREITO AUTURAL - CD E DVD PIRATA - ABSOLVIÇÃO SUMÁRIA - APLICAÇÃO DOS PRINCÍPIOS DA ADEQUAÇÃO SOCIAL E DA INTERVENÇÃO MÍNIMA - NÃO CABIMENTO - RECURSO DO MINISTÉRIO PÚBLICO PROVIDO.- A exposição à venda e o comércio de cd's e dvd's 'piratas' constitui conduta típica, não cabendo aplicar os princípios da adequação social e da intervenção mínima para o fim de se tê-la como atípica. "(APELAÇÃO CRIMINAL Nº 1.0056.08.172625-1/001 - COMARCA DE BARBACENA -RELATOR: EXMO. SR. DES. JOSÉ ANTONINO BAÍA BORGES - Belo Horizonte, 26 de agosto de 2010) .

"PENAL - VIOLAÇÃO DE DIREITO AUTURAL - TESES ABSOLUTÓRIAS - INCONSTITUCIONALIDADE DO DELITO - ATIPICIDADE DA CONDUTA POR FALSIFICAÇÃO GROSSEIRA - PRINCÍPIO DA ADEQUAÇÃO SOCIAL - ERRO DE PROIBIÇÃO - DESACOLHIMENTO - RECURSO NÃO PROVIDO - VOTO VENCIDO. - A venda de DVDs falsificados fere bens jurídicos tutelados nos termos do art. 5º, XXVII, da CF/88, desautorizando a declaração de inconstitucionalidade do crime de violação de direito autoral, ou de atipicidade do mesmo à luz do princípio da adequação social. - A qualidade da reprodução de obra intelectual não autorizada não afasta a tipicidade concernente à violação de direito autoral. - O crime de violação de direito autoral, hoje já bastante divulgado mediante a expressão pirataria, é de conhecimento público e notório, não havendo espaço para a pretendida absolvição sob o manto do desconhecimento da proibição legal.V.V. Segundo preconizado pelo princípio da adequação social, as condutas proibidas sob a ameaça de uma sanção penal não podem abranger aquelas socialmente aceitas e consideradas adequadas pela sociedade (Des. Herbert Carneiro)." (APELAÇÃO CRIMINAL Nº 1.0024.07.523666-1/001 - COMARCA DE BELO HORIZONTE - RELATOR: EXMO. SR. DES. JÚLIO CEZAR GUTTIERREZ - Belo Horizonte, 03 de fevereiro de 2010) .

Como demonstrado acima, a questão não é pacífica, mas todos os questionamentos aludidos são, definitivamente, passíveis de apreciação. Afinal, não deixa de ser verídico o fato de pertencermos a uma sociedade que acolhe a ilicitude de certas atitudes como algo corriqueiro. Também não deixa de ser legítimo constatar que a estrutura corrompida de um país que ainda luta para constituir-se em nação justa e igualitária, relegue grande parte de sua população ao mercado informal. O questionamento que muitos fazem é que se começarmos a justificar as atitudes tomadas aqui, alegando serem essas decorrências diretas das mazelas as quais estamos submetidos, então não seria exagero dizer que poderiam ser abonados outros tipos de crimes, dispensando-se punições e desaprovações para fraudes e delitos que, em determinadas situações, pareçam normais ou aceitáveis. Então, para que existir uma legislação? Se classes médias e altas estão agindo incorretamente sem serem punidas, então não se deve punir a classe menos favorecida ou todas as atitudes em desconformidade com a lei seriam dignas de repressão? Enquanto não validarmos o posicionamento de todas as classes, afinal o que se deve regular é a sociedade e não classes em separado, o inescusável se tornará digno de perdão, e a prejudicada seria a continuidade da produção cultural, que receberia menores lucros com sua comercialização.

Tanto a defesa quanto a negação da possibilidade de venda de DVDs falsificados encontram posicionamentos legais de extrema relevância. Nossa lei prevê como infração a venda de produtos “piratas”. Entretanto, nossa Constituição Federal também prevê, em seu art. 215, o pleno exercício dos direitos culturais e acesso às fontes de cultura nacional, bem como o apoio e incentivo às manifestações culturais. É possível dizermos que todas as pessoas no Brasil têm o direito de acesso à cultura garantido? Quando essa resposta puder ser dada de forma positiva, afirmando que sim, todos têm condições de adquirir os livros, DVDs, CDs, ingressos de cinema de *multiplex*, de forma a não comprometer seus gastos básicos de sobrevivência, então talvez o dito delito de violação ao direito autoral possa ser considerado apto a motivar condenações que serão, só então, razoáveis e proporcionais.

## 4 INSERÇÃO DO CINEMA BRASILEIRO NO CONTEXTO INTERNACIONAL

### 4.1 Ancine e o Art. 2º, inc. IX da Resolução da Diretoria Colegiada nº 22

Com uma economia crescente e um papel geopolítico importante, o Brasil parece ser observado por todo o mundo. Na tentativa de aproveitar essa atração que o país tem despertado, uma das preocupações da Ancine é, justamente, difundir nosso cinema no mercado externo através da manutenção de parcerias que já existiam e da firmação de novos acordos.

Logo no segundo artigo da Resolução sobre o Regimento Interno da Agência Nacional do Cinema, temos o claro objetivo de estimulação das obras cinematográficas e videofonográficas de produção nacional no mercado externo:

Art. 2º A ANCINE terá por objetivos: [...] IX. garantir a participação das obras cinematográficas e videofonográficas de produção nacional em todos os segmentos do mercado interno e estimulá-la no mercado externo [...]

Antes de qualquer coisa compete averiguarmos a manifestação estrangeira no cinema brasileiro, a qual já podia ser observada com a chegada da máquina denominada “*Omniographo*”, nos idos de 1896. Essa manifestação não se deu apenas no aspecto importador, como também na produção e exibição locais, conforme demonstra Gomes (1980, p. 28-29):

O quadro técnico, artístico e comercial do nascente cinema era constituído de estrangeiros, notadamente italianos cujo fluxo imigratório foi considerável no final do século XIX e nos primórdios do XX. No terreno mais propriamente artístico, os encenadores e intérpretes provinham de elencos dramáticos em *tournée* sul-americana ou de grupos aqui radicados onde predominava o elemento estrangeiro.

Hoje nos encontramos em posição de inserir nossas películas em terras estrangeiras, já que este é um dos propósitos contido na Resolução supramencionada da Ancine. Mas essa inserção carece de muitos cuidados, afinal, não podemos esquecer que a inexistência de uma indústria cinematográfica autossustentável no Brasil muito se deve à limitadora ingerência externa desde os primórdios de nossa história fílmica, fato comprovado pela seguinte constatação de Bernardet (2009, p. 21):

Não é possível entender qualquer coisa que seja no cinema brasileiro, se não se tiver sempre em mente a presença maciça e agressiva, no mercado interno, do filme estrangeiro, importado quer por empresas brasileiras, quer por subsidiárias de produtores europeus e norte-americanos. Essa presença não só limitou as possibilidades de afirmação de uma cinematografia nacional como condicionou em grande parte suas formas de afirmação.

Apesar do Informe de Acompanhamento do Mercado – Filmes e Bilheteria, lançado pela Ancine em 2012, mas referente aos resultados de 2011, ter demonstrado um crescimento elogiável na bilheteria dos filmes brasileiros – a qual arrecadou mais de R\$ 162 milhões de renda bruta –, a renda bruta de bilheteria dos filmes estrangeiros foi de R\$ 1,27 bilhão, tendo dobrado de valor em cinco anos. Em outras palavras, a presença estrangeira ainda é dominante no nosso mercado interno, sendo que as cinco maiores bilheterias de 2011 correspondem a filmes provenientes dos Estados Unidos da América (*A saga crepúsculo: amanhecer – parte 1*, *Rio*, *Harry Potter e as relíquias da morte*, *Os Smurfs* e *Piratas do Caribe: navegando em águas misteriosas*).

Após anos de relevante empenho dos profissionais ligados ao setor cinematográfico no Brasil, podemos perceber que a qualidade do cinema feito aqui é reconhecida em grande parte do mundo, fato que pode ser comprovado pelas premiações obtidas nos principais festivais internacionais, como é o caso de *O pagador de promessas*, de Anselmo Duarte, premiado em Cannes, 1962; e como aconteceu também em Veneza, 1981, com *Eles não usam black tie*, de Leon Hirszman e em Berlim, 1998, com *Central do Brasil*, de Walter Salles.

Em julho de 2012 a Ancine publicou a Instrução Normativa nº 106, reconhecendo o regime de coprodução internacional de obras não publicitárias, concentrando as informações acerca das normas e procedimentos específicos para apresentação e análise de projetos em regime de coprodução internacional. Apesar de não haver uma obrigatoriedade de que todos os projetos a serem realizados em coprodução internacional sejam apresentados à Ancine, ou seja, não haver uma penalidade pré-estabelecida para o produtor que proceder sem a submissão de seu projeto, sem o reconhecimento prévio da Agência os produtores brasileiros do filme não poderão ter acesso aos mecanismos de incentivo existentes no país, sendo que o projeto concluído que não for apresentado à Ancine nem mesmo depois de terminado, será considerado filme estrangeiro no país.

As películas reconhecidas pela Agência como obra brasileira realizada em regime de coprodução internacional são tratadas como filmes nacionais nos países dos coprodutores, tendo direito às vantagens concedidas aos filmes nacionais, tais como benefícios fiscais para

produção e comercialização, participação em editais bilaterais e fundos multilaterais, além de fazerem parte da cota de tela dos respectivos países.

Em 2006, uma iniciativa criada pelo presidente do SIAESP – Sindicato da Indústria Audiovisual do Estado de São Paulo – André Strum –, e que hoje recebe o apoio do Departamento Cultural do Ministério das Relações Exteriores e da Ancine – Agência Nacional do Cinema, denominada Cinema do Brasil, fornece apoio logístico e estratégico para que empresas associadas possam realizar coproduções e abrir mercados para a distribuição da sua produção, valorizando assim a imagem da indústria cinematográfica nacional no exterior. O Prêmio de Apoio à Distribuição, idealizado pelo Cinema do Brasil em 2009, viabiliza a distribuição de filmes brasileiros produzidos pelas empresas associadas através da concessão de até USD 25 mil para que sejam cobertas despesas de comercialização (cópias e promoção).<sup>83</sup>

Interessante pensarmos a respeito de quão influenciável será nossa produção perante as demandas do mercado internacional. Em outras palavras, a partir de agora, com a instituição da Agência Nacional do Cinema, que filmes serão vendidos para o exterior, ou melhor, quais os filmes que terão maiores possibilidades de serem comercializados? O mercado internacional será capaz de definir o cinema brasileiro?

Infelizmente também no cinema o que prevalece, nesses tempos de globalização em massa dos estilos de vida, é o predomínio, durante certo período, de determinadas óticas, visões de mundo e temas, havendo pouca variação em torno disso, já que as variações costumam ser rejeitadas nos editais de governo, nas seleções dos festivais, nas distribuidoras comerciais e nas salas de cinema – e, portanto, caso consigam ser filmadas, raramente são vistas. (SANTA ROSA, 2009, p. 3).

Por exemplo, no Irã, onde existem poucas salas de exibição (nos últimos anos, nenhuma sala de exibição foi construída e não há nenhum multiplex), são produzidos

uma média de 70 filmes por ano, sendo que a maior parte deles (80%) é de “filmes populares” e 20% são “filmes de arte” (filmes de autor sempre representam uma minoria na produção nacional). Os 10% da produção iraniana que viaja pelo mundo, especialmente em festivais e cinemas comerciais no Ocidente, são usualmente filmes de arte. [...] Nos EUA, filmes iranianos são frequentemente vistos em salas comerciais de cinema. (MELEIRO, 2006, p. 55-56).

É bem verdade que o cinema iraniano pós-revolucionário possui uma particularidade pouco encontrada em países do Ocidente: “em geral, os filmes de arte são altamente populares e sucessos de bilheteria” (MELEIRO, 2006, p. 56), mas o acesso do público aos filmes

<sup>83</sup> O Prêmio de Apoio à Distribuição é viabilizado por meio de uma parceria com a Apex-Brasil. Maiores informações disponíveis em: <<http://www.cinemadobrasil.org.br/>>. Acesso em: 15 abr. 2013.

populares é limitado pela falta de distribuição no mercado internacional, sendo que a visibilidade do cinema iraniano fica condicionada, pois, a volição do mercado externo.

A inserção do cinema brasileiro no mercado externo, além de trazer uma maior visibilidade de nossa própria cultura, propicia maior comércio para nossas produções. Nossa diplomacia deve se atentar para o imperativo de redução da hegemonia cultural de qualquer manifestação estrangeira frente à produção cultural brasileira sem esquecer-se de expandir nosso cinema em outros mercados. Em virtude disso, primeiramente será realizada uma análise do cinema latino-americano para observarmos o processo de evolução do cinema nessa região, e percebermos que as semelhanças entre o desenvolvimento dos cinemas latinos podem ser atrativos importantes para unir as cinematografias dos países em parcerias de produção/distribuição de filmes. Serão efetuados, ainda, concisos exames sobre o Programa Ibermedia – que tem o Brasil como integrante –, sobre os acordos de coprodução internacionais vigentes após a criação da Ancine e sobre a contribuição do Ministério das Relações Exteriores para inserção de nosso cinema no mercado internacional.

Se a indústria norte-americana está hoje consolidada, tendo alta rentabilidade em diversas partes do globo, isso se deve, em grande parte, a atenção que sempre deu a comercialização de suas películas, conquistando mercado para seus filmes. Portanto, é conveniente conquistarmos uma maior penetração de produtos culturais brasileiros no exterior.

## 4.2 Cinema latino-americano

Dos vinte e um países que compõe a América Latina, apenas três possuem o que podemos chamar de uma possível indústria de cinema que funciona – embora, ainda assim, existem opiniões controversas quanto a esta existência. Argentina, Brasil e México, são os três maiores produtores cinematográficos e, com todas as suas respectivas tradições, não chegaram, juntos ou individualmente, a constituir uma indústria capaz de se manter estável por períodos prolongados. Bundt (2007, p. 1) atesta que:

a dependência da intervenção e estímulo estatal sempre foi uma realidade; mais, uma necessidade. A concorrência do produto estadunidense nos campos da distribuição e exibição minou desde muito cedo as possibilidades do audiovisual nacional estabelecer-se e desenvolver-se, pois se transformou no grande *donos* dos mercados. Além disso, o campo da produção sempre enfrentou os altos e baixos das economias locais, que acabavam interferindo nas políticas públicas. Nos últimos dez anos, observa-se um esforço de reformulação no estabelecimento dessas políticas de incentivos culturais. As mudanças ocorridas na economia mundial definiram novos rumos para o continente latino, alterando o papel do Estado, que passou a revisar sua

atuação na promoção e divulgação das indústrias culturais de seus países. O filme passa a ser visto como um produto inserido num mercado, e todos os estágios da atividade passam a ter sua devida importância na busca da recuperação dos investimentos feitos pelo poder público.

O cinema latino-americano sofreu com o problema do isolamento econômico entre os diferentes países, o que impediu a criação de um mercado latino de cinema. Desse modo, a maior parte de sua produção depende da capacidade econômica de cada país e do tamanho de seus mercados internos.

Durante a década de 60, o cinema produzido na América Latina se enquadrava no conceito de Terceiro Mundo, fato que implicava em características engajadas nas questões político-sociais de cada país, além do posicionamento contra o imperialismo norte-americano e a favor de uma unidade latino-americana.

Su cine sería lúcido, crítico, realista, popular, antiimperialista y revolucionario, y rompería las actitudes neocolonialistas de las compañías norteamericanas. No se promulgaría ninguna fórmula estética: la flexibilidad sería necesaria para adaptarse a las diferentes situaciones sociales... Este cine también tuvo aspiraciones panamericanas y se declaró abiertamente partidario de las luchas del tercer mundo. (KING, 1994, p. 102-103).

Silva afirma que nesse período, fatores políticos favoráveis ao desenvolvimento do cinema na América Latina, como os governos desenvolvimentistas de Castro, em Cuba, Juscelino Kubitschek, no Brasil, Frondizi, na Argentina, e Frei, no Chile, aliaram-se a um crescimento econômico e à possibilidade de uma revolução socialista em Cuba, o que fortaleceu nos cineastas latino-americanos a ideia da busca de formas diferentes de fazer cinema (SILVA, 2005).

Na década de 1970, entretanto, a maioria dos países latino-americanos sofreu com a instauração de ditaduras sangrentas que paralisaram a produção cinematográfica e obrigaram centenas de artistas a serem exilados. O caso mais extremo foi o do Chile, que durante a ditadura de Pinochet (1973-1989), quase não teve produções relevantes.

Com a implementação do modelo econômico neoliberal na maior parte do continente, a produção cinematográfica desmoronou nas principais indústrias latino-americanas entre o final dos anos 1980 e meados dos 90:

As medidas restritivas aplicadas no México, no Brasil e, em menor medida, na Argentina, reduziram a produção conjunta desses três países de aproximadamente 200 títulos em 1985 (México e Brasil produziam entre 80 e 90 longametragens por ano), a menos de 50 em 1995. As políticas econômico-culturais de Carlos de Salinas de Gortari, no México, e de Fernando Collor de Mello, no Brasil, contribuíram diretamente para esse desastre. (GETINO, 2007, p. 28).



Não podemos afirmar, hoje, a existência de uma indústria cinematográfica latino-americana, mas temos percebido, nos últimos anos, um esforço de cooperação entre os países. E é justamente nesse esforço que devemos depositar esperanças. Assinado em Caracas, em 11 de novembro de 1989, o Acordo para a Criação do Mercado Comum Cinematográfico Latino-Americano, foi promulgado pelo Brasil em 1998, através do Decreto nº 2768. O Artigo I do referido Acordo traz a seguinte disposição:

O Mercado Comum Cinematográfico Latino-Americano terá por objetivo criar para as obras cinematográficas certificadas como nacionais pelos Estados signatários do presente Acordo um sistema multilateral de participação nos espaços nacionais de exibição de obras cinematográficas, com a finalidade de ampliar as possibilidades de mercado e de preservar os laços de unidade cultural entre os povos ibero-americanos e do Caribe.

Para tanto, cada Estado integrante deve adotar em seu ordenamento jurídico interno, disposições que assegurem o cumprimento do estabelecido no Acordo. Outro dispositivo importante consiste no Artigo VIII, que atesta:

As obras cinematográficas participantes do Mercado Comum Cinematográfico Latino-Americano serão consideradas como obra cinematográfica nacional em cada Estado Membro para fins de sua distribuição e exibição por qualquer meio e, em consequência, usufruirão dos benefícios e direitos conferidos a obras cinematográficas nacionais pela legislação de cada Estado Membro no que diz respeito a espaços para exibição, quotas de exibição, quotas de distribuição e demais prerrogativas, excetuados os incentivos financeiros governamentais.

No próprio Brasil, já se torna uma opção sadia na cena cinematográfica, a admissão de parcerias internacionais:

os acordos multilaterais de integração, favorecidos pelo idioma, cultura, religião e história comuns da região, começam a fazer possível o sonho de uma indústria cinematográfica menos dependente do Estado. De fato, embora pareça difícil, há modelos em vigor no mundo que mostram a possibilidade de uma cinematografia que funcione independente do governo. Os Estados Unidos não possuem um órgão regulador e nem políticas públicas de apoio à cadeia produtiva. (MELO, 2008, p. 908).

Em 2004, foi criada a *Reunión Especializada de Autoridades Cinematográficas y Audiovisuales de Mercosur y Estados Asociados* (Recam), que incorporou a Venezuela em 2005. A RECAM trabalha sobre uma base de integração regional dos organismos e autoridades audiovisuais do Mercosul e estados associados, tendo como principais objetivos: adotar medidas concretas para a integração e complementação das indústrias cinematográficas e audiovisuais da região; reduzir as assimetrias que afetam o setor, impulsionando programas

específicos a favor dos países de menor desenvolvimento; harmonizar políticas públicas e os aspectos legislativos do setor; impulsionar a livre circulação regional de bens e serviços cinematográficos e audiovisuais e, garantir o direito do espectador a uma pluralidade de opções que incluam, especialmente, expressões culturais e audiovisuais do Mercosul.

Começou a funcionar, após a criação da Recam e vinculado a esta, o *Observatorio Mercosur Audiovisual* (OMA), que tem como objetivo manter dados econômicos, sociais e culturais sobre o setor do cinema. No final de 2006, foi realizada a II Reunião Técnica do OMA, a qual elevou à Recam, recomendações como as que se seguem: a) elaboração de informação básica da evolução do cinema de cada país para sua remissão periódica à coordenação regional do OMA; b) produção e difusão em cada país de boletins eletrônicos periódicos (mensais, se possível), com informação local que seja útil para os agentes do setor, incorporando na mesma a correspondente aos cinemas do Mercosul; entre outras.

Sofrendo com a imprevisibilidade do retorno e dos altos custos demandados em sua produção, a indústria do cinema na América Latina tem como notável empecilho o financiamento. Ora, essa dificuldade de garantia de público e de retorno financeiro:

torna o setor cinematográfico mais sensível que outras áreas industriais para obtenção de financiamentos e é justamente esta vulnerabilidade que justifica a permanência de políticas públicas diferenciadas, de leis de incentivo que fomentem o seu desenvolvimento. A falta de incentivo desestimula a produção da indústria cinematográfica, que precisa de políticas específicas para criar uma saída estratégica para sua consolidação, o que permite fazer os cineastas sonharem com uma possível autonomia do setor em relação ao Estado. (MELO, 2008, p. 906).

Informações da Revista Latinoamericana de Comunicação – Chasqui<sup>84</sup> – atestam que, somado a problemas como falta de iniciativa dos governos para influenciar as políticas de Estado, ativando a promoção da produção nacional, e a hegemonia das produções norte-americanas em salas de cinema e mídia televisiva, está a preferência do próprio público dos países latino-americanos que, acostumado a privilegiar o cinema de massa hollywoodiano, não dá tanta importância ao cinema nacional. Ainda nos termos da revista, “*según datos actualizados, la cuota de filmes estadounidenses llega a un 90 por ciento del total de cintas que se proyectan en la mayoría de las salas de América Latina*”. Cabe frisar que no caso da Argentina, com uma estrutura de financiamento, fomento e apoio a suas produções (74 filmes em 2004), pôde-se manter uma cota média de 15% do seu cinema nacional.

---

<sup>84</sup> CHASQUI, Revista Latinoamericana de Comunicación. **Cine latinoamericano en el mercado español**. 2006. Disponível em: <<http://chasqui.comunica.org/content/view/457/1/>>. Acesso em: 21 mar. 2011.

Só para ilustrar, para termos uma ideia das condições históricas de nossa indústria do cinema, em comparação com os demais países latino-americanos detentores do que se pode denominar de indústria, temos os subsequentes dados:

Em 70 anos de produção – de 1930 a 2000 – o filme nacional correspondeu a 25% da produção da América Latina, enquanto o México respondeu por 45% do total de 12.500 filmes produzidos no período. Entre 2001 e 2005, o Brasil produziu 42 filmes, perdendo para o México (53) e ficando à frente da Argentina (41).” (MELO, 2008, p. 906).

Enfim, neste começo do século XXI, o que se observa é uma continuidade das tendências seguidas pelo cinema latino-americano da década de 90. O resgate das raízes e a preferência pelo periférico, pelo marginal, aliados ao desejo de projeção nacional e internacional são caracteres nítidos nos filmes produzidos atualmente, detentores da maior parte dos investimentos.

#### **4.2.1 A Argentina e o INCAA**

Apresentando um sistema legislativo muito semelhante ao Brasil no que concerne ao cinema, tendo como base a Lei nº 24377/94, a Argentina tem crescido muito no setor audiovisual. Desde a virada do século XX, o país detém uma das mais longas tradições cinematográficas na América Latina, vivendo sua “era de ouro” nos idos dos anos 60.

Em geral, podemos dizer que a política argentina é protecionista no que concerne ao cinema, prevendo em leis os seguintes temas: cotas, classificação das salas de cinema e aspectos de exibição e distribuição. A lei argentina, inclusive, prevê punições diversas para o caso de descumprimento de suas disposições (ALMEIDA JR., 2001). De acordo com Gentino (2005):

a política de proteção ao cinema argentino iniciou por volta dos anos 1940, com a obrigatoriedade da exibição de películas nacionais nas salas do país, e teve um de seus ápices em 1957, com a criação do Instituto Nacional de Cinematografia.

No fim da transição para a Democracia, em 1990, similar ao que aconteceu no Governo Collor de Melo, as subvenções a todo tipo de atividade cultural foram paralisadas, mas um decreto de exceção deixou de fora o Instituto Nacional de Cinematografia – INC.

Em 1993, pressionados pela articulação de entidades de classe do meio cinematográfico e também pela disposição do presidente Carlos Menen, aprovou-se a Lei

24.337, quando se vivencia o renascimento da cinematografia argentina por intermédio da criação do *Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales*.

Além da alta burocratização no processo de candidatura e recepção de recursos, os argentinos compartilham conosco outro óbice: a distribuição das películas. A indústria continua limitada por um pequeno mercado doméstico: consoante dados da consultoria Ultracine, dos 38 milhões de ingressos vendidos em 2010 na Argentina, apenas 9% foram para produções locais (ROGERS-LÓPEZ, 2011).

Para amenizar os efeitos dessas imperfeições, os *hermanos* contam com a operação de dezenas de teatros espalhados pelo país, promovidos pelo *Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales* – ou INCAA<sup>85</sup> – que proporcionam um canal para a exibição de produções independentes. Ademais, uma nova lei de mídia aprovada pelo Congresso em 2009, denominada IncaaTV, exibirá filmes argentinos e de outros países latino-americanos 24 horas por dia na TV pública, o que pretende facilitar, e muito, o acesso do grande público.

Em 2011, a Argentina divulgou a notícia de que passará a cobrar uma tarifa dos filmes estrangeiros que vierem a ser exibidos nas telas do país, sendo que a presidente do INCAA assinou uma resolução na qual foram estabelecidas as taxas que as produtoras deverão pagar em função do número de salas onde os filmes estrangeiros serão exibidos e a sua localização. Na capital, os filmes estrangeiros deverão pagar desde o equivalente a 300 ingressos de cinema pelo total de telas nas quais serão exibidos, quando as cópias não forem mais que 40, e até o valor de 12 mil ingressos quando forem distribuídas mais de 161 cópias do filme. No resto do país, as taxas são reduzidas pela metade, sendo que as entradas para o cinema nas grandes cadeias comerciais de salas de exibição na Argentina variam entre US\$ 3,8 e US\$ 9.<sup>86</sup>

O Relatório de Gestão 2003 da Ancine trouxe a informação de que Brasil e Argentina assinaram o Protocolo Brasil Argentina para o Fomento à Distribuição de Filmes de Longa-Metragem. Esse Protocolo é muito importante, pois consolida uma parceria para a distribuição de películas entre os países. Na Argentina, foram apoiados os seguintes filmes brasileiros, totalizando investimentos no valor de 560.000 pesos: *Deus é Brasileiro* (Cacá Diegues), *Amarelo Manga* (Cláudio Assis), *Separações* (Domingos de Oliveira), *Dois Perdidos Numa Noite Suja* (José Joffily), *Madame Satã* (Karin Anouiz), *Cristina Quer Casar* (Luiz Villaça), *O Caminho das Nuvens* (Vicente Amorim) e *Casamento de Louise* (Betse de Paula).

<sup>85</sup> Esses teatros constituem Espaços INCAA, convênio com repasse de recursos que o instituto mantém com salas do circuito comercial, para que elas projetem produções argentinas, bem como latino-americanas, incluindo a exibição de curta-metragens.

<sup>86</sup> ARGENTINA cobrará tarifa para filmes estrangeiros exibidos em cinemas do país. 2011. Disponível em: <<http://operamundi.uol.com.br/conteudo/noticias/14805/argentina+coabrara+tarifa+para+filmes+estrangeiros+exibidos+em+cinemas+do+pais.shtml>>. Acesso em: 13 mai. 2013.

### 4.3 Cinema Ibero-americano e Ibermedia

A Conferência das Autoridades Audiovisuais e Cinematográficas Ibero-Americanas – CAACI – é um organismo multilateral desenvolvido sob o Convênio de Integração Cinematográfica Ibero-Americana que entrou em vigor em maio de 1991, após ter sido assinado no Foro de Integração Cinematográfica celebrado em Caracas no ano de 1989. No Brasil, o Convênio foi promulgado através do Decreto nº 2.777, de 10 de setembro de 1998.

O objetivo central da CAACI é a promoção do desenvolvimento do setor audiovisual na região, alavancando o intercâmbio cinematográfico por meio do fortalecimento da identidade cultural ibero-americana.

De acordo com informações disponibilizadas em seu site oficial<sup>87</sup>, a Conferência reúne-se de forma ordinária uma vez por ano. Poderá-se reunir de forma extraordinária quando da solicitação de mais da metade de seus membros ou do Secretário Executivo, em conformidade com o seu Regimento Interno.

As funções primordiais da CAACI são: a) formular a política geral de execução do Convênio de Integração Cinematográfica Ibero-Americana; b) avaliar os resultados de sua aplicação; c) aprovar a adesão de novos membros; d) estudar e propor aos Estados Membros modificações ao Convênio; e) aprovar Resoluções que permitam cumprir o que for estipulado no Convênio; f) fornecer instruções e regras de ação à Secretaria Executiva da Cinematografia Ibero-americana (SECI); g) designar o Secretário Executivo da Cinematografia Ibero-americana; h) aprovar o orçamento anual apresentado pela Secretaria Executiva da Cinematografia Ibero-americana (SECI); i) estabelecer os mecanismos de financiamento do orçamento anual aprovado; j) conhecer e resolver todos os demais assuntos de interesse comum.

Dentre as principais conquistas da CAACI podemos citar a assinatura do Acordo Ibero-americano de Coprodução – instrumento jurídico que permite a coprodução financeira, técnica e artística entre os países associados –; o Acordo para a Criação do Mercado Comum do Cinema Ibero-americano – que permite que qualquer filme de um país associado seja considerado uma produção nacional por outro igualmente associado à CAACI –; e a criação e

---

<sup>87</sup> Site Oficial da CAACI – *Conferencia de Autoridades Audiovisuales y Cinematográficas de Iberoamérica*: <<http://www.caaci.int/caaci.html>>. Acesso em: 20 set. 2011.

gerenciamento do Programa Ibermedia – fundo de ajuda econômica às produções dos países associados.<sup>88</sup>

#### **4.3.1 Programa Ibermedia**

O Fundo Ibero-Americano de ajuda Ibermedia foi criado no mês de novembro de 1997, fundamentando-se nas decisões adotadas pela Cimeira Ibero-americana de Chefes de Estado e de Governo celebrada em Margarita, Venezuela, relativas à execução de um programa de estímulo à coprodução de filmes para cinema e televisão.

O Programa visa promover o desenvolvimento de projetos de produção dirigidos ao mercado – sobretudo aqueles dirigidos ao mercado ibero-americano –, mediante o fornecimento de aporte de assistência técnica e financeira aos produtores independentes ibero-americanos, e investir na formação contínua para os profissionais da gestão empresarial audiovisual.

No que concerne à distribuição e exibição das películas, o Ibermedia tem por fim reforçar e estimular a distribuição e a exibição dos produtos audiovisuais nos países ibero-americanos, além de fomentar a sua integração em redes supranacionais de empresas de distribuição ibero-americanas e incrementar a promoção através do favorecimento da criação de conteúdos para vendas e mercados internacionais.

Atualmente, o Fundo Ibermedia compõe-se de 18 países membros e observadores da CAACI, que financiam o Programa através de cotas anuais. São eles: Argentina, Bolívia, Brasil, Colômbia, Costa Rica, Cuba, Chile, Equador, Espanha, Guatemala, México, Panamá, Peru, Portugal, Porto Rico, República Dominicana, Uruguai e Venezuela.

---

<sup>88</sup> MinC – Ministério da Cultura. 18ª Reunião da CAACI. 08 jul/2009. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/site/2009/07/08/18%c2%aa-reuniao-da-conferencia-de-autoridades-audiovisuais-e-cinematograficas-iberoamericanas/>>. Acesso em: 20 set. 2011.



Figura 01 – Países Membros do Programa Ibermedia  
 Fonte: Programa Ibermedia. [2011]

Os candidatos e beneficiários do Programa são empresas de produção independente e de âmbito privado. Em 2007, o edital que comunicou a abertura de inscrições de projetos para Apoio Financeiro do Programa Ibermedia, ofereceu subsídios para as seguintes modalidades: formação profissional (dirigido à profissionais da indústria audiovisual ibero-americana); coprodução de obras audiovisuais ibero-americanas; desenvolvimento de projetos para cinema e televisão; e, distribuição e promoção de obras audiovisuais ibero-americanas.

A importância concedida não pode exceder em nenhum caso 50 % do orçamento da atividade acadêmica que se pretende. O candidato deverá arcar com a parte de financiamento que o IBERMEDIA não cobre. Interessante frisar que a ajuda e seu reembolso devem ser efetuados em dólares norte-americanos ou o equivalente em euros, sendo que para determinar a equivalência do custo total da produção, da contribuição de cada uma das partes na coprodução e do total da ajuda solicitada, somente pode ser aplicada a taxa de câmbio da divisa estrangeira em dólares americanos e ou em euros; a través do cálculo da média do mês no qual se apresentou o requerimento.

#### 4.4 Acordos Internacionais de Coprodução

Antes de qualquer incursão acerca da temática da inserção do filme brasileiro no mercado mundial, cumpre salientar que uma película de coprodução concede direito a todas as vantagens que são acordadas aos filmes nacionais por cada uma das partes contratantes do acordo estabelecido com os países envolvidos.

Dentre as espécies de mecanismos existentes, que regem as relações internacionais entre duas ou mais produtoras de nacionalidade distintas e que são direta ou indiretamente ligados a Ancine, temos os acordos internacionais de coprodução (entre os quais podemos citar o Acordo Ibero-americano de Coprodução Cinematográfica). Esses acordos são assinados entre os representantes de organismos do Audiovisual dos respectivos países, e têm como intuito criar fundos de cooperação entre dois ou mais países signatários.

Os Acordos firmados – embora nem todos já estejam regulamentados no ordenamento jurídico interno do Brasil – até o momento são: Acordo de Coprodução Brasil-Argentina (Decreto n. 3.054, de 07 de maio de 1999); Acordo de Coprodução Cinematográfica Brasil-Alemanha (Decreto Presidencial n. 6.375, de 19 de fevereiro de 2008), celebrado em Berlim no ano de 2005; Acordo de Coprodução Brasil-Canadá (Decreto n. 2.976, de 01 de março de 1999); Ajuste Complementar no Âmbito da Cooperação e da Coprodução Cinematográfica Brasil-Chile (firmado em 25 de março de 1996); Acordo de Coprodução Brasil-Espanha (firmado em 02 de dezembro de 1963); Acordo de Coprodução Brasil-França (assinado em 18 de maio de 2010); Acordo de Coprodução Brasil-Índia (assinado em 04 de junho de 2007); Acordo de Coprodução Brasil-Itália (Decreto n. 74.291, de 16 de julho de 1974); Acordo de Coprodução Brasil-Portugal (Decreto n. 91.332, de 14 de junho de 1985), feito em Lisboa no dia 3 de fevereiro de 1981; e Acordo de Coprodução Brasil-Venezuela (Decreto n. 99.264, de 25 de maio de 1990), celebrado em Brasília no dia 17 de maio de 1988.

#### ***4.4.1 Acordo de Coprodução Brasil-Argentina***

Promulgado em 07 de maio de 1999, o Decreto n° 3.054 propõe uma melhoria na produção conjunta de obras que venham a ser realizadas pelos dois países. O art. 2° do Decreto informa que os filmes realizados em coprodução entre Brasil e Argentina, serão considerados como filmes nacionais pelas autoridades competentes dos Estados Contratantes, gozando das vantagens previstas para os filmes nacionais pelas disposições legais vigentes ou pelas que poderão ser estabelecidas entre cada Estado coprodutor.

Apesar do Decreto em questão ter sido efetuado em 1998, só em setembro de 2011 foi efetivado, tornando-se público o resultado do primeiro concurso para a distribuição dos fundos do Acordo de Coprodução estabelecido entre Brasil e Argentina, através de seus institutos de cinema – a Ancine e o Incaa. Dos 14 (catorze) projetos de coprodução inscritos por produtoras de ambos os países, foram escolhidos quatro longas: *Al Oeste del Fin del*



*Mundo*, de Bufo Films (Argentina) e Accode Filmes (Brasil); *Hermanos*, de Carrousel Films (Argentina) e Cinematográfica Pampeana Ltda. (Brasil); *La Suerte en tus Manos*, de BD Cine S.R.L. (Argentina) e Gullane Entretenimento S.A. (Brasil); *Habi la Extranjera*, de Lita Stantic Producciones (Argentina) e Videofilmes Produções Artísticas Ltda. (Brasil). O prêmio equivale a US\$ 200 mil por projeto.

#### **4.5 A atuação do Ministério das Relações Exteriores na inserção internacional do audiovisual**

O Itamaraty possui um histórico de atenções destinadas à divulgação da cultura brasileira no exterior, basta lembrarmos dos prêmios alcançados nos festivais de Cannes, Berlim e Veneza pelo Cinema Novo, movimento artístico em que o Itamaraty teve participação decisiva na promoção do jovem cinema.

De acordo com informações publicadas pelo Ministério das Relações Exteriores e disponibilizadas em seu site oficial<sup>89</sup>, o Departamento Cultural do Itamaraty é um instrumento da diplomacia brasileira para conquistar uma maior aproximação do Brasil com outras nações. Além da DAV – Divisão de Promoção do Audiovisual, o Departamento conta com outras quatro divisões: Divisão de Promoção da Língua Portuguesa (DPLP), Divisão de Operações de Difusão Cultural (DODC), Divisão de Acordos e Assuntos Multilaterais (DAMC) e Divisão de Temas Educacionais (DCE).

No que concerne ao cinema, o Departamento Cultural do Itamaraty é o responsável pela tentativa de sua inserção no exterior desde meados da década de 50. Com o passar do tempo, devido a forte relevância que adquiriu a temática da diplomacia cultural no país, foi criada a DAV, em 2006, encarregada das estratégias de divulgação das películas nacionais no concorrido cenário fílmico internacional. A DAV acompanha as conferências multilaterais que tratam de cinema, como por exemplo, as tratativas ocorridas no âmbito da RECAM (Reunião Especializada de Autoridades Cinematográficas e Audiovisuais do Mercosul).

O Governo de Luiz Inácio Lula da Silva merece reconhecimento com os avanços perpetrados no setor externo. Empenhado em tornar o Brasil um nome de peso no cenário internacional, sua política externa trabalhava, prioritariamente, “com base na observância e na promoção dos processos de integração econômica e política dos quais o Brasil faz parte, como

---

<sup>89</sup> Disponível em: <<http://www.dc.itamaraty.gov.br/>>. Acesso em: 12 mai. 2013.

é o caso do Mercosul<sup>90</sup>” (FARANI, 2009, p. 17), e com uma atitude pró-ativa face ao cenário de crescente multipolaridade do mundo. Graças a essa política externa, o Brasil ampliou seus interlocutores políticos e seus parceiros econômicos e comerciais (FARANI, 2009).

Dessa forma, foi possível testemunhar o aprofundamento de nossas relações com os países em desenvolvimento, o que, nas palavras do próprio Ministro Celso Amorim, “traduziu-se na extraordinária expansão do nosso comércio exterior com aqueles países, que hoje compram cerca de 55% das exportações brasileiras, a maior parte produtos manufaturados” (AMORIM, 2007, p. A14)<sup>91</sup>. “A América Latina e o Caribe, ainda segundo Amorim, absorvem 26% do total das exportações brasileiras. Sozinha, a América do Sul já é para nós um mercado maior que os EUA” (FARANI, 2009, p. 18).

Sustentando esse processo de abertura, a diplomacia cultural torna-se extremamente necessária:

Ela representa o elemento não só capaz de pavimentar os caminhos do diálogo político, mas, sobretudo, de facilitar o melhor entendimento e conhecimento entre parceiros. A política cultural tem o poder de aproximar nações, contribuindo para reduzir tensões e, sem dúvida, revitalizar relações diplomáticas entre os países.” (FARANI, 2009, p. 18).

O Ministério das Relações Exteriores implantou DAV com o objetivo de promover, acompanhar e coordenar as iniciativas brasileiras no campo do audiovisual no exterior, sendo a Divisão responsável, inclusive, por apoiar a participação brasileira em festivais internacionais de cinema:

Em pouco tempo de existência, a DAV logo passou a ter um papel extremamente relevante, encarregando-se de dar continuidade e de assumir a organização de mostras de cinema brasileiro no exterior, de forma a atender à crescente demanda internacional. Além disso, a DAV vem seguindo com atenção várias ações de Estado no exterior, que visam à promoção do cinema e do audiovisual, dentre eles a iniciativa da Apex, Cinema do Brasil, que se ocupa de divulgar e promover a venda de filmes brasileiros nos principais festivais internacionais do mundo. (FARANI, 2009, p. 19).

A DAV foi criada pelo então ministro Celso Amorim, que nos idos de 1970 foi presidente da Embrafilme. Atuando em diálogo com a Agência Nacional de Cinema, a Secretaria do Audiovisual e o programa Cinema do Brasil, o órgão apóia viagens de cineastas

---

<sup>90</sup> Em 2004, durante a IV Reunião Especializada de Autoridades Cinematográficas e Audiovisuais do Mercosul (Recam) foi discutida a criação de uma cota para que filmes produzidos no Mercado Comum do Sul tivessem exibição garantida nos países que integram o bloco. (CORDEIRO, 2004, online) Hoje, a Argentina é o país que mais próximo se mantém desse ideal para com o Brasil através do Protocolo de Intenção para um Acordo de Fomento à Distribuição e Exibição de Filmes de Longa-Metragem, firmado entre o INCAA e a Ancine, em 12 de março de 2003.

<sup>91</sup> AMORIM, C. Balanço de cinco anos de política externa. **Folha de S. Paulo**. São Paulo, 30 dez. 2007. Mundo, p. A14.

brasileiros para festivais internacionais, investe em mostras de obras nacionais no exterior – como, por exemplo, as mostras realizadas na Coreia do Sul (em setembro de 2006) e na China (em junho de 2007) –, acompanha e subsidia a negociação de acordos internacionais de coprodução, dentre outras competências.

Conforme informações disponibilizadas no portal oficial do Ministério das Relações Exteriores, o diretor-presidente da Ancine, Manoel Rangel, diz que a criação da Divisão Audiovisual do Itamaraty une a ideia de levar obras brasileiras para o mundo com o desenvolvimento econômico da cena audiovisual. Em outras palavras, a DAV se torna uma forte difusora da cultura brasileira no mundo através de películas nacionais ao mesmo tempo em que atrai mercado para esse cinema.

A mais recente parceria entre a Ancine e o Ministério das Relações Exteriores, lançada no início de 2013, consiste na formulação do projeto intitulado “Encontros com o Cinema Brasileiro”. Curadores estrangeiros serão trazidos ao Brasil para assistir filmes nacionais recém-finalizados ou em fase de finalização, o que trará visibilidade para nossas produções perante aos profissionais mais qualificados dos festivais internacionais.

#### ***4.5.1 Semanas de Cinema Brasileiro no Exterior***

De acordo com Farani, as “semanas” de cinema brasileiro, que causaram uma repercussão tão satisfatória a ponto do número de solicitações por mostras similares aumentar, possuíram uma estrutura constituída “basicamente na exibição de um conjunto de seis a sete filmes recentes, todos com legendas na língua do país onde se realizava a mostra, acompanhado da presença de dois ou três diretores ou atores” (FARANI, 2009, p. 20). Os diretores ou atores apresentaram seus respectivos filmes ao público nas salas de exibição, cumprindo o papel de promotores do cinema brasileiro:

As respectivas Embaixadas do Brasil nas cidades em que foram realizadas as mostras desempenharam o papel de promotoras do evento, oferecendo recepção em suas instalações ou no hall das salas de cinema, para produtores, distribuidores, diretores e atores de cinemas locais, além de promotores culturais e autoridades, tanto do setor audiovisual quanto do governo. Além de organizar as mostras, em conjunto com as Embaixadas, o Departamento Cultural arcou com todos os gastos envolvidos, como passagens e hospedagens para os convidados, legendagem dos filmes, transporte dos filmes, divulgação do evento, aluguel das películas, aluguel das salas de cinema, dentre outros. Cada Semana de Cinema Brasileiro no exterior custou, em média, 25 mil dólares, um valor relativamente baixo, tendo em vista o efeito que um evento como este produz sobre a sociedade e o meio cultural local. (FARANI, 2009, p. 20).

As “semanas” promoveram o nome do Brasil e da cultura brasileira no país hospedeiro, e dentro de nosso próprio país:

A Semana de Cinema em Pequim, por exemplo, organizada em junho de 2007, resultou em uma extensa matéria no jornal O Globo, que ocupou toda a primeira página do suplemento cultural, no qual se elogiava a iniciativa do Itamaraty em promover nosso cinema e nossa cultura em um país tão importante e em tão rápido processo de crescimento econômico. (FARANI, 2009, p. 21).

Farani alerta ainda, que em pouco tempo de existência, a DAV passou a ter um papel extremamente relevante, encarregando-se de dar continuidade e de assumir a organização de mostras de cinema brasileiro no exterior, de forma a atender à crescente demanda internacional, e o Itamaraty considera estender o programa das Semanas de Cinema, institucionalizado pelo Departamento Cultural, não só na América Latina como “a todos aqueles países que têm um natural interesse pela cultura brasileira” (FARANI, 2009, p. 21) – tais como Estados Unidos, Canadá, Itália, França, Espanha, Portugal, Alemanha, Grã-Bretanha e Japão.

#### **4.5.2 Festivais internacionais e o MRE**

Dentre as inúmeras iniciativas do MRE, uma das formas mais proeminentes de apoio ao cinema no exterior consiste no incentivo à participação de nossas películas em festivais internacionais de cinema, veículos de suma deferência na promoção de filmes:

[...] há três tipos de festivais internacionais: os de grande<sup>92</sup> e os de médio porte e os festivais de cinema brasileiro propriamente dito. São seis os festivais de grande porte no mundo. Seguindo a ordem no calendário anual, são eles: Sundance (janeiro); Berlim (fevereiro); Cannes (maio); Veneza (setembro); Toronto (setembro) e, mais recentemente, Roma (outubro). (FARANI, 2009, p. 23).

Atento para a inserção do filme nacional no circuito internacional, o Itamaraty “pode e deve iniciar um trabalho de aproximação política, via nossas Embaixadas nas respectivas capitais, junto às direções destes grandes eventos, com vistas a abrir portas para o cinema brasileiro” (FARANI, 2009, p. 24). Um exemplo do que se deve realizar consiste na iniciativa

---

<sup>92</sup> “[...] grandes festivais contam com verba que, em geral, gira em torno de US\$ 10 milhões ou mais, destinada à organização como um todo. [...] Por sua importância e pela repercussão internacional que oferecem aos filmes participantes, esses festivais recebem milhares de inscrições de filmes inéditos, que buscam ali a oportunidade de conquistar o mercado internacional. Tais eventos contam, em geral, com grande apoio financeiro dos governos, que vêm neles importantes acontecimentos culturais que promovem mundialmente a cidade e o país onde são realizados, além de serem fontes de prestígio” (FARANI, 2009, p. 24).

do Embaixador do Brasil em Roma, Adhemar Bahadian, que procurou a direção do Festival Internacional de Cinema de Roma na tentativa de “incluir uma mostra de cinema brasileiro no evento” (FARANI, 2009, p. 24). Ainda,

convém ressaltar a importância de se atrelar a organização de eventos cinematográficos a visitas do Presidente da República a outras nações. Exemplo importante de ação como esta ocorreu no ano de 2007, em Burkina Faso. Por solicitação do Ministro das Relações Exteriores, Embaixador Celso Amorim, o Departamento Cultural organizou uma semana de cinema brasileiro em Ouagadougou, a qual foi aberta pelo Presidente Luiz Inácio Lula da Silva, acompanhado de ator brasileiro Milton Gonçalves e do diretor Aníbal Massaini, do filme *Pelé eterno*. A retrospectiva brasileira foi montada com vistas a privilegiar produções com temáticas afro-brasileiras e com atores negros. Seu objetivo foi o de mostrar a familiaridade que existe entre o povo brasileiro e os povos africanos. A mostra foi um sucesso junto ao público local, com quase quatro mil espectadores em seis dias. (FARANI, 2009, p. 26).

Iniciativas como a Semana de Cinema Brasileiro em Ouagadougou podem ser repetidas, segundo Farani (2009), em visitas oficiais do Presidente da República, bem como em encontros multilaterais, como o do Mercosul, do Ibas, do ASA (Grupo América do Sul-África) e do Aspa (América do Sul-Países Árabes).

#### ***4.5.3 Prêmio Itamaraty para o cinema brasileiro***

Fruto da parceria existente entre o Ministério das Relações Exteriores e a cinematografia nacional, o Prêmio Itamaraty para o Cinema Brasileiro foi institucionalizado no âmbito do IX Festival Internacional de Cinema de Brasília (IX FICBrasília), no ano de 2006. Oferecendo prêmios para filmes nacionais de curta e longa-metragem<sup>93</sup> inéditos, o Prêmio tem periodicidade anual e objetiva incentivar a produção cinematográfica brasileira, cuja divulgação no exterior tem sido uma das prioridades do Departamento Cultural do Ministério, por intermédio da Divisão de Promoção do Audiovisual.

Em 2006, em seu primeiro ano, o Prêmio Itamaraty recebeu 102 inscrições de filmes de curta-metragem e 30 inscrições de longa-metragens. Em 2007, 132 filmes de curta-metragem se inscreveram e 34 de longa-metragem, em um total de 166 inscrições. O número de inscrições de longa-metragem demonstra que quase todas as produções nacionais do gênero, que atendiam as condições do edital, efetivamente se inscreveram, atestando, assim, o grande sucesso do lançamento do Prêmio Itamaraty. (FARANI apud MELEIRO, 2009, p. 26).

---

<sup>93</sup> Entendendo-se por filmes de curta-metragem aqueles de até trinta minutos de duração, e filmes de longa-metragem aqueles com duração superior a sessenta e um minutos.

Em depoimento concedido a Farani, o então Chefe do Departamento Cultural, Embaixador Paulo César Meira de Vasconcellos, afirmou que:

A ideia do Prêmio Itamaraty foi a de resgatar a participação do Itamaraty em importantes eventos na área cultural, de maneira que o nome, que a marca “Itamaraty”, estivesse presente em prêmios nas principais modalidades artísticas. A primeira iniciativa nossa então foi na área do cinema, criando este Prêmio Itamaraty para o Cinema Brasileiro. Depois foi seguido pelo Prêmio Itamaraty para a Literatura Brasileira, e no momento estamos trabalhando no Prêmio Itamaraty para as Artes Plásticas, mas o do cinema foi muito bem sucedido, inclusive os outros decorreram muito do sucesso deste. (FARANI apud MELEIRO, 2009, p. 27).

Indicando o prestígio atribuído pelo Ministério das Relações Exteriores ao Prêmio, o então Ministro de Estado, Embaixador Celso Amorim, encarregou-se de entregar o prêmio, em 2006, ao filme vencedor, *O céu de Suely*, de Karim Ainouz, que, depois do Festival Internacional de Cinema de Brasília, fez uma longa carreira internacional, quando venceu vários festivais importantes.

Em 2007, saiu vencedor o filme *A Via Láctea*, de Lina Chamie, longa-metragem que teve sua estréia mundial no Festival de Cannes e tem como protagonistas, Marco Ricca e Alice Braga. O II Prêmio, além de premiar a película de Lina Chamie, homenageou Joaquim Pedro de Andrade, realizador de clássicos do cinema novo e tropicalista como *Macunaíma*, *Guerra conjugal* e *O padre e a moça*. Este último é baseado livremente no poema “O Padre, a Moça” de Carlos Drummond de Andrade. O cineasta tornou-se um de nossos maiores nomes devido à sua visão crítica e irônica das particularidades da sociedade brasileira.

Em 2008, o III Prêmio Itamaraty para Cinema Brasileiro teve como vencedores *Juventude*, de Domingos de Oliveira para a categoria longas, e *O despejo ou... Memórias de um Gabiru*, de Sérgio Glens, na competição nacional de curtas.

Na IV edição da premiação, realizada em 2009, aconteceram algumas modificações. Sendo realizada na Mostra de São Paulo – as edições anteriores haviam sido no Festival de Brasília, o valor do prêmio aumentou e foi criada a categoria de “Melhor Filme de Longa-metragem de Documentário”. Assim, os valores brutos dos prêmios ficaram assim definidos: a) melhor curta-metragem R\$ 15.000,00 (quinze mil reais); b) melhor longa-metragem de documentário R\$ 30.000,00 (trinta mil reais); e melhor longa-metragem de ficção R\$ 45.000,00 (quarenta e cinco mil reais). Cabe ressaltar que as despesas correm à conta do Programa de Trabalho 07.392.0682.6641.0001 Fomento a Eventos de Divulgação do Brasil no Exterior, e elemento de despesa 33.90.31, do Departamento Cultural do Ministério das

Relações Exteriores<sup>94</sup>. A IV edição premiou como melhor curta-metragem, *Insona*, de Marília Scharlach e Marina Magalhães. Na categoria melhor documentário longa-metragem, venceu *Dzi croquettes*, de Tatiana Issa e Raphael Alvarez, e como melhor longa de ficção, venceu *Antes que o mundo acabe*, de Ana Luiza Azevedo. O homenageado da vez foi o roteirista, produtor de cinema, ator e diretor brasileiro, Paulo César Saraceni. Entre as inúmeras obras de Saraceni, podemos destacar *Capitu*, *A casa assassinada* e *Anchieta, José do Brasil*.

Na edição de 2010, o V Prêmio Itamaraty teve como vencedora na categoria de longa-metragem documentário, a película *Lixo extraordinário*, dirigida por Lucy Walker, e co-dirigida por João Jardim e Karen Harley. Filmado ao longo de dois anos, o polêmico filme mostra a vida e o valor de catadores de lixo – ou melhor, catadores de materiais recicláveis – do maior aterro sanitário da América Latina, localizado no Jardim Gramacho, Rio de Janeiro. Na categoria longa de ficção, *Rosa morena*, de Carlos Oliveira, alcançou a vitória. O melhor curta-metragem foi *Pimenta*, de Eduardo Mattos. O homenageado pelo Prêmio foi Carlos Reichenbach, cujo conjunto da obra contém, entre outros filmes, *Anjos do arrabalde*, *Alma corsária*, *Dois córregos* e *Bens confiscados*.

O cinema nacional necessita ser levado em conta de forma indissociável de suas dimensões política e econômica. Internacionalizar a cinematografia contribuirá para uma inserção efetiva de nossa cultura na sociedade globalizada em que vivemos e para a conquista de admiradores no mundo e dentro do próprio Brasil.

---

<sup>94</sup> Informações obtidas a partir da leitura dos editais disponibilizados pelo Ministério das Relações Exteriores para abertura das inscrições no Concurso Itamaraty.

## 5 A INGERÊNCIA DA ECONOMIA DA CULTURA NA CINEMATOGRAFIA BRASILEIRA

*A ciência econômica, como dizia Keynes, não é um conjunto de normas preestabelecidas e tampouco um somatório de verdades absolutas. É um método e não uma doutrina, um instrumento do espírito, uma técnica de pensamento que ajuda aquele que a domina a tirar conclusões com base em pressupostos assumidos. Corretas ou não, tais conclusões dependem absolutamente de suas implicações práticas e do contexto em que estão inseridas. (VALIATI, 2010, p. 19).*

### 5.1 O Ministério da Cultura e a secretaria de economia criativa

*“[...] a hegemonia do consumo sobre a produção coloca as indústrias criativas entre as mais instigantes para o avanço teórico da ciência econômica.” (José Carlos Durand).<sup>95</sup>*

A gênese do conceito economia criativa, apesar de ser um termo ainda em construção, remete ao ano de 2001, quando foi utilizado pela primeira vez na obra de John Howkins intitulada *The creative economy: how people make money from ideas*. A expressão comporta subjetividade, sendo que uma de suas principais características consiste na “transversalidade, ou seja, vincula cultura, comércio, tecnologia, turismo e vários outros setores da economia” (SANTOS-DUISENBERG, 2009, p. 42). Segundo Santos-Duisenberg (2009), a economia criativa é, ainda, onipresente, já que se insere em diversos momentos do nosso dia-a-dia por meio dos inúmeros produtos e serviços criativos que inevitavelmente consumimos, como por exemplo, ir ao cinema.

A maioria dos países em desenvolvimento tem seu potencial criativo subutilizado. São vários os obstáculos que os impedem de ampliar suas economias criativas, e resultam da combinação de deficiências tanto em nível de políticas internas, como em razão dos desequilíbrios sistêmicos globais resultantes da estrutura distorcida dos mercados, dominados por grandes grupos multinacionais. Esse é o caso do setor audiovisual em geral, e da indústria cinematográfica, em particular (SANTOS-DUISENBERG, 2009).

Foi lançado, em setembro de 2011, o Plano da Secretaria da Economia Criativa para o período de 2011-2014. A Ministra Ana de Hollanda, retomando pensamentos do economista Celso Furtado sobre cultura, desenvolvimento e criatividade, disse em um discurso propagado em janeiro de 2011, que a criação estará no centro das atenções do Ministério da Cultura em sua gestão. Buscando estimular e fomentar os talentos criativos brasileiros, alguns desafios

---

<sup>95</sup> Notas na contracapa da versão traduzida por Geraldo Gerson de Souza da obra “Economia da Cultura”, de Françoise Benhamou, 2007.



que serão levados em consideração pelo Minc consistem nas seguintes questões: Como a economia criativa poderá contribuir para a inclusão produtiva dos 40% de jovens brasileiros que hoje se encontram entre os 16.3 milhões de brasileiros abaixo da linha da pobreza? Como ampliar e qualificar o consumo cultural no país, levando-se em conta a emergência de 39.5 milhões de brasileiros e brasileiras à classe média (BRASIL, 2011, p. 14)?

De acordo com o Relatório das Nações Unidas sobre Economia Criativa 2010, lançado em novembro de 2011 no Rio de Janeiro, a crise financeira internacional de 2008 não abalou o crescimento do setor, que permanece como um dos mais dinâmicos do comércio mundial. Segundo o estudo da ONU, o ritmo de crescimento foi mantido alcançando a cifra de US\$ 592 bilhões, equivalentes a mais de R\$ 1 trilhão.<sup>96</sup>

Logo, para agir de maneira a se inserir nesse novo contexto cultural de proporções globais, o Brasil precisa estabelecer pesquisas referentes aos impactos dos setores criativos na economia. Em adicional, precisa propor medidas que articulem e estimulem os empreendimentos culturais, garantindo formação especializada para os agentes envolvidos na produção, além de condições para que se atenda a demanda cada vez mais iminente por circulação e distribuição dos bens e serviços criativos.

Em 2012 foi criada pelo Decreto 7.743, de 1º de junho de 2012, a Secretaria da Economia Criativa, segundo a qual, o Brasil possui cinco setores criativos, estando entre eles, o setor do audiovisual, livro e literatura (cinema e vídeo, e publicações)<sup>97</sup>.

## 5.2 Ancine e a economia do cinema

A indústria cinematográfica mundial movimenta aproximadamente “80 bilhões de dólares anualmente, dos quais cerca de 55 bilhões representam a produção e venda de DVDs” (SANTOS-DUISENBERG, 2009, p. 51). O Brasil representa uma parcela bastante tímida nesse cenário, sendo que

no mercado interno os filmes brasileiros ocupam apenas 10% das projeções anuais dos cinemas no país. De qualquer forma, a produção cinematográfica aumentou consideravelmente nos últimos cinco anos, passando de 30 filmes em 2003 para 82 em 2008, segundo a Ancine. Incentivos governamentais da ordem de US\$ 90

<sup>96</sup> Rádio ONU, Felipe Siston, 09 nov. 2011. Disponível em: <<http://www.unmultimedia.org/radio/portuguese/2011/11/economia-criativa-um-dos-setores-mais-dinamicos-do-comercio-mundial/>>. Acesso em: 21 nov. 2011.

<sup>97</sup> Informações disponíveis em: <<http://www.brasil.gov.br/sobre/cultura/Regulamentacao-e-incentivo/economia-da-cultura/print>>. Acesso em: 25 fev. 2013.

milhões por ano muito contribuíram para esta evolução. (SANTOS-DUISERNBERG, 2009, p. 52).

Além de uma produção crescente, o público de cinema também aumentou, sendo que em 2002, um público de 90,8 milhões de espectadores demandaram ingressos nas 1.635 salas de projeção distribuídas pelo país, já no ano de 2011, o público espectador passou a ser de 143,8 milhões de pessoas entre as 2.352 salas de projeção em funcionamento (SOUZA; PIRES, 2012). O mercado de cinema cresce no Brasil, com predominância do “circuito de salas comerciais, cujos filmes *blockbusters* americanos representam a quase totalidade da programação das sessões” (SOUZA; PIRES, 2012, p. 7). “O grande público nas condições capitalistas de produção (e distribuição), busca, sobretudo, não deleite estético, nem consciência crítica, mas, (...) divertimento efêmero” (NÓVOA, 2006, p. 83).

Conforme balanço divulgado pela Ancine no início de 2013, o mercado de cinema no Brasil atingiu um recorde histórico de R\$ 1,6 bilhão, sendo que 15,5 milhões de espectadores foram aos cinemas em 2012 para assistir películas brasileiras.<sup>98</sup>

Do início dos anos 2000 em diante, continuaram a existir filmes autorais e filmes de mercado, apesar dessa última categoria ser praticamente dominada por filmes norte-americanos. Entretanto, alguns filmes de autor da década de 2000, que representam temáticas como as que podem ser nomeadas de “estética da periferia” ou ainda, a história das vítimas da ditadura militar, enfim, mesmo os filmes de autor apresentam sinais de que não sejam tão autorais assim, posto ser um desejo de muitos realizadores, ter seu filme exibido em muitas salas de cinema, sem ter sua carreira finalizada em festivais.

Pode-se dizer que as produções nacionais hoje estão mais voltadas para o mercado – ou pelo menos a maior parte da produção que consegue chegar às salas de exibição –, obtendo conquistas nessa seara: *Se eu fosse você 2* (Daniel Filho, 2009) se tornou campeão de bilheteria com mais de 5.5 milhões de espectadores; *Tropa de elite 2: o inimigo agora é outro* (José Padilha, 2010) foi visto por 1.3 milhão de pessoas nos três primeiros dias de exibição gerando R\$ 14 milhões de bilheteria<sup>99</sup>; e *Bruna Surfistinha* (Marcus Baldini, 2011), de acordo com o site Filme B, teve 400.412 ingressos vendidos e arrecadou R\$ 4.2 milhões apenas em seu fim de semana de estreia. Os números são animadores para propulsionar uma real indústria de cinema no país, afinal, para Santos-Duisenberg (2009, p. 55), “dentre os quase

<sup>98</sup> Em: <<http://www.ancine.gov.br/sala-imprensa/noticias/ancine-divulga-balan-o-do-mercado-de-cinema-em-2012>>. Acesso em: 12 mai. 2013.

<sup>99</sup> BUTCHER, P. *Tropa 2* cria novo patamar para filmes nacionais. **Boletim Filme B**, edição 673, ano 13, semana 41, out./2010. Disponível em: <[http://www.filmeb.com.br/portal/boletim/html/boletimfilmeb.php?get\\_edicao=673](http://www.filmeb.com.br/portal/boletim/html/boletimfilmeb.php?get_edicao=673)>. Acesso em: 22 nov. 2011.

140 países em desenvolvimento, apenas 4 possuem uma grande indústria cinematográfica (mais de 100 filmes por ano) e alguns nunca produziram um único filme”.

Partindo do pressuposto de que a economia da cultura consiste na utilização da ciência econômica para compreender quais os parâmetros que definem o bem-estar cultural da sociedade e o que devemos fazer para alcançá-lo, no âmbito de nossa organização produtiva<sup>100</sup>, o investimento em cinema se faz necessário em nosso país.

A Agência Nacional do Cinema, responsável por manter uma postura interada no que diz respeito às demandas de uma indústria que precisa inserir-se no mercado interno e externo, possui mecanismos para incentivar e fomentar as produções nacionais. Um exemplo desses mecanismos consiste no Programa de Incentivo à Qualidade do Cinema Brasileiro, que desde 2006, concede apoio financeiro às empresas produtoras em razão da premiação ou indicação de longas-metragens brasileiros, de produção independente, em festivais nacionais e internacionais. Para concorrer à premiação, os produtores devem ter recebido prêmios concedidos por júri oficial nas categorias de melhor filme e melhor direção, ou participarem com obras cinematográficas na principal mostra competitiva dos festivais. Em 2011, as empresas produtoras classificadas, e seus respectivos projetos, foram: 1ª) Bananeira Filmes Ltda. (RJ) com *A festa da menina morta* (Matheus Nachtergaele, 2008); 2ª) Zazen Produções Audiovisuais Ltda. (RJ) com *Garapa* (José Padilha, 2009); 3ª) Plateau Marketing e Produções Culturais Ltda. (SP) com *Filmefobia* (Kiko Goifman, 2008); 4ª) África Filmes Ltda. (SP) com *É proibido fumar* (Anna Muylaert, 2009); 5ª) República Pureza Filmes Ltda. (RJ) com *A erva do rato* (Julio Bressane, 2009); 6ª) Pontos de Fuga Produções Artísticas Ltda. (RJ) com *Simonal – Ninguém sabe o duro que dei* (Cláudio Manoel, Micael Langer e Calvito Leal, 2009); 7ª) PlaniFilmes Ltda. (SP) com *Hotel Atlantico* (Suzana Amaral, 2009).<sup>101</sup> O Programa preza pela diversidade, e a concessão de R\$ 100.000,00 para cada produtora brasileira estimula, inegavelmente, a produção.

A Ancine também possui o Prêmio Adicional de Renda – PAR<sup>102</sup>, um mecanismo que se baseia no desempenho de mercado de empresas nacionais produtoras, distribuidoras e exibidoras de longas-metragens. Os recursos do Prêmio são utilizados no fomento das atividades cinematográficas brasileiras, o que culmina por alimentar a cadeia produtiva. Em 2011, o valor total foi de R\$ 6.500.000,00 (seis milhões e quinhentos mil reais) distribuídos

<sup>100</sup> Informações disponíveis em: <<http://www.culturaemercado.com.br/entrevistas/economia-da-cultura-por-leandro-valiati/>>. Acesso em: 15 fev. 2013.

<sup>101</sup> Dados disponíveis em: <[http://www.ancine.gov.br/sites/default/files/paq/ATA\\_PAQ\\_2011\\_PREMIACAO.pdf](http://www.ancine.gov.br/sites/default/files/paq/ATA_PAQ_2011_PREMIACAO.pdf)>. Acesso em: 12 mai. 2013.

<sup>102</sup> Normatizado através da edição da Instrução Normativa n. 44, de 11 de novembro de 2005.

igualmente entre as categorias da premiação – quais sejam, empresa produtora, distribuidora e exibidora. As empresas produtoras em 2011, e suas respectivas obras, foram: 1ª) Zanen Produções Audiovisuais Ltda. (RJ) com *Tropa de elite 2*; 2ª) Cinética Filmes e Produções Ltda. (RJ) com *Nosso lar*; 3ª) Lereby Produções Ltda. (RJ) com *Chico Xavier*; 4ª) Idéias Ideais Design & Produções Ltda. (RJ) com *Muita calma nessa hora*; 5ª) Conspiração Filmes S/A (RJ) com *Xuxa em O Mistério de Feiurinha*; 6ª) Filmes do Equador Ltda. (RJ) com *Lula, o filho do Brasil*; 7ª) Natasha Enterprises Ltda. (RJ) com *O bem amado*; 8ª) Total Entertainment Ltda. (RJ) com *High school musical – o desafio*; 9ª) Gullane Entretenimento S/A (SP) com *As melhores coisas do mundo*; 10ª) Videofilmes Produções Artísticas Ltda. (RJ) com *Quincas Berro D'Água*; 11ª) Luz Mágica Produções Audiovisuais Ltda. (RJ) com *Cinco vezes favela 2, agora por nós mesmos*; 12ª) Destiny International Comunicações Ltda. (SP) com *400 contra 1 – uma história do crime organizado*; 13ª) BSB Cinema Produções Ltda. (DF) com *Federal*; 14ª) Videofilmes Produções Artísticas Ltda. (RJ) com *Uma noite em 67*; 15ª) Conspiração Filmes S/A (RJ) com *Eu e meu guarda-chuva*; 16ª) O2 Cinema Ltda. (SP) com *José e Pilar*; 17ª) África Filmes Ltda. (SP) com *É proibido fumar*; 18ª) E.H. Filmes Ltda. (RJ) com *Como esquecer*.<sup>103</sup>

Podemos perceber certa prioridade outorgada pela Ancine a destinar recursos ao PAR, que visa premiar as películas que atingem grandes bilheterias, e conseqüentemente, propulsionar o mercado cinematográfico.<sup>104</sup> Em outras palavras, o montante maior destinado ao PAR confirma o que foi expresso no começo desse texto, sendo que os filmes de mercado acabam sendo mais incentivados no país. No primeiro edital lançado em 2006 para o PAQ, foi destinado um valor de R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais) para o Programa, já no edital lançado no ano de 2013, o valor destinado ao Programa corresponde a quantia de R\$ 700.000,00 (setecentos mil reais), o que nos leva a observar a queda no montante destinado à Premiação. Já no primeiro edital do PAR, lançado em 2005, o valor do prêmio foi de R\$4.162.000,00 (quatro milhões cento e sessenta e dois mil reais), sendo que no ano de 2013, o edital prevê o valor de R\$ 8.000.000,00 (oito milhões de reais) ao Prêmio. Apesar do PAR premiar empresas produtoras, distribuidoras e exibidoras, enquanto o PAQ premia apenas as

<sup>103</sup> Dados disponíveis em: <[http://www.ancine.gov.br/sites/default/files/par/NOVA\\_ATA\\_PREMIACAO\\_PAR2011\\_30-11-2011.pdf](http://www.ancine.gov.br/sites/default/files/par/NOVA_ATA_PREMIACAO_PAR2011_30-11-2011.pdf)>. Acesso em: 12 mai. 2013.

<sup>104</sup> De acordo com Boletim de Desempenho publicado pelo OCAL – *Observatorio Del Cine y El Audiovisual Latinoamericano*, no ano de 2011 a produção cinematográfica nacional alcançou a marca de 100 longas-metragens estreados comercialmente que levaram mais de 18 milhões de espectadores às salas de exibição (um *market share* de 13%). Apesar da quantidade de espectadores ter declinado em relação ao ano de 2010 – quando o país vivenciou o fenômeno *Tropa de Elite 2* – o desempenho não deixa de ser razoável, sobretudo pelo fato de um maior número de filmes nacionais ter atingido a marca de um milhão de ingressos vendidos (em 2011, foram sete filmes enquanto que em 2010 foram cinco).

empresas produtoras, destinar uma quantia maior ao PAQ seria uma forma de incentivar os filmes artísticos, que não caem nas graças do grande público e que já possuem uma dificuldade maior para sua produção.<sup>105</sup>

Observa-se, ainda, uma concentração das empresas beneficiadas, cuja maior parte provém do Rio de Janeiro e, em menor número, de São Paulo. As vencedoras no quesito distribuição também apresentam uma intensa concentração na região Sudeste. Já no quesito exibição, desponta no primeiro lugar a Cinema e Arte Produções Ltda. (complexo Saladearte – Cine XIV) da Bahia, mas a região Sudeste continua dominante: dos 47 complexos de uma sala, 33 são de São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais.<sup>106</sup>

As empresas produtoras, distribuidoras e exibidoras que podem se candidatar ao PAR são aquelas expressas no art. 1º, §1º da MP nº 2.228-1/2001, ou seja, aquela constituída sob as leis brasileiras, com sede e administração no país, cuja maioria do capital seja de titularidade direta ou indireta de brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, os quais devem exercer de fato e de direito o poder decisório da empresa. Devem, ainda, ser registradas na Ancine. As empresas distribuidoras possuem uma peculiaridade: precisam estar em dia com a obrigação de envio de suas informações ao SADIS – Sistema de Acompanhamento da Distribuição em Salas.

A Ancine possui o Programa de Apoio à Participação de Filmes Brasileiros em Festivais Internacionais, bem como o *Ibermedia*, um fundo ibero-americano de apoio, criado em 1997, que estimula a promoção e distribuição de filmes ibero-americanos.

### **5.2.1 Fundo Setorial do Audiovisual**

O Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) consiste em um fundo destinado ao desenvolvimento articulado de toda a cadeia produtiva da atividade audiovisual no Brasil. Criado mediante a edição da Lei nº 11.437, de 28 de dezembro de 2006, foi regulamentado através do Decreto nº 6.299, de 12 de dezembro de 2007.

Tendo sido efetivamente lançado em 2008, o FSA tem o objetivo de se tornar um dos principais instrumentos de fomento à indústria audiovisual no Brasil, tendo como linhas de ação a produção, distribuição e comercialização de obras para cinema e televisão. Dos R\$

---

<sup>105</sup> As informações referentes aos valores supramencionados foram retiradas do site oficial da Ancine, na sessão referente ao fomento. Dados disponíveis em: <<http://www.ancine.gov.br/fomento/paq>> e <<http://www.ancine.gov.br/fomento/par>>.

<sup>106</sup> Informações obtidas no site oficial da Agência Nacional do Cinema.

189,8 milhões já investidos, foram contemplados filmes como *De pernas pro ar* (Roberto Santucci, 2010), *Cilada.com* (José Alvarenga Jr., 2011), *5 vezes favela* (Wagner Novais, Rodrigo Felha, Cacau Amaral, Luciano Vidigal, Cadu Barcellos, Luciana Bezerra, Manaíra Carneiro, 2010), *Desenrola* (Rosane Svartman, 2010), *Chico Xavier* (Daniel Filho, 2010) e *O palhaço* (Selton Mello, 2011).<sup>107</sup>

O FSA possui um Comitê Gestor<sup>108</sup> composto por dois representantes do Ministério da Cultura, um da Ancine, um dos agentes financeiros credenciados e por dois membros da indústria audiovisual, competindo ao Ministro da Cultura designá-los. A Secretaria Executiva do Fundo é exercida pela Ancine, a qual fica encarregada de oferecer o apoio técnico, administrativo e operacional às suas atividades.

Os recursos que constituem o FSA são provenientes das mais diversas fontes, como por exemplo, da própria atividade econômica, de contribuições recolhidas pelos agentes do mercado e da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional (CONDECINE)<sup>109</sup>.

A Ancine contratou o BNDES – Banco Nacional do Desenvolvimento para atuar como agente financeiro central do FSA. O contrato foi assinado em dezembro de 2011, entrando em vigor a partir de janeiro de 2012 e prevendo um repasse ao BNDES de R\$ 2 bilhões até 2015. Competirá ao BNDES a contratação, coordenação e acompanhamento dos serviços financeiros de outras instituições públicas para a operação dos editais e linhas de ação do Fundo, definidos pelo seu Comitê Gestor.

Uma importante ressalva que devemos fazer ao FSA jaz na necessidade de seus recursos não ficarem centrados apenas em uma espécie de película – películas de apelo comercial – já que é composto não apenas por investimentos provenientes da própria atividade econômica como também da Condecine.

---

<sup>107</sup> BNDES é novo agente financeiro central do Fundo Setorial do Audiovisual. 2012. Disponível em: <<http://www.ancine.gov.br/sala-imprensa/noticias/bndes-novo-agente-financeiro-central-do-fundo-setorial-do-audiovisual>>. Acesso em: 12 mai. 2013.

<sup>108</sup> Em 2011, os membros titulares do Comitê são: Ana de Hollanda (Ministra de Estado da Cultura), Ana Paula Santana (Secretária do Audiovisual do Ministério da Cultura), Manoel Rangel (Diretor-Presidente da Agência Nacional do Cinema), Luiz Antônio Coelho Lopes (representante das instituições financeiras credenciadas), Paulo Mendonça (representante da indústria cinematográfica e audiovisual), e André Strum (representante da indústria cinematográfica e audiovisual).

<sup>109</sup> A Condecine foi recentemente alterada através da Medida Provisória 545/2011, que visa, entre outras disposições, proteger a produção brasileira de obras audiovisuais publicitárias. De acordo com essa MP, reduziu-se para 10% a Condecine incidente sobre a veiculação de comerciais audiovisuais realizados por micro ou pequenas empresas produtoras. A mudança visa facilitar e fomentar a produção de obras audiovisuais publicitárias de baixo custo de produção – até R\$ 10 mil.

### 5.2.2 *Funcines*

A mesma Medida Provisória criadora da Ancine (MP nº 2.228-1, de setembro de 2001) previu a constituição dos Fundos de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional – Funcines. Nos termos do art. 43 da MP supracitada, 80% do patrimônio dos Funcines deverão ser aplicados em projetos previamente aprovados pela Ancine: de obras cinematográficas brasileiras de produção independente; de construção, reforma e recuperação de salas de exibição; na aquisição de ações de empresas nacionais de capital aberto, constituídas para a produção, comercialização, distribuição ou exibição de obras cinematográficas de produção independente; e de obras cinematográficas ou videofonográficas seriadas e telefilmes brasileiros de produção independente.

Os Funcines serão constituídos e administrados por instituições financeiras, mediante autorização da Comissão de Valores Mobiliários (CVM), órgão também competente para disciplinar e fiscalizar essa atividade. As quotas, representativas do patrimônio dos Funcines, serão lançadas no mercado de capitais e os adquirentes, até 2010, poderão abater do imposto de renda devido parcela dos valores assim aplicados e se beneficiar dos rendimentos da eventual valorização das quotas. (COSTA, 2003).

Os Funcines<sup>110</sup> fornecem aos seus investidores a possibilidade de dedução fiscal correspondente a 100% do valor investido até o limite de 3% do imposto de renda a pagar, se pessoa jurídica, ou 6%, se pessoa física. Além disso, os cotistas poderão recuperar o valor investido, ao final do prazo de duração dos Fundos, com possibilidade de rentabilidade sobre este valor, e se beneficiar de ações de marketing usadas na divulgação dos projetos investidos.

Cumpramos destacar os Funcine Rio 1, Funcine Anima SP, Funcine Lacan Downtown Filmes, BRB Brasília Funcine, Rio Bravo Cinema I Funcine e Fator Funcine.

De acordo com informações disponibilizadas no Site Oficial da Lacan Investimentos<sup>111</sup>, o Funcine Rio 1 tem como objetivo proporcionar a melhor valorização possível das cotas por ele emitidas mediante a implementação da seguinte Política de Investimento: fundo dedicado à produção, comercialização e distribuição de obras audiovisuais brasileiras; construção, reforma e recuperação de salas de exibição localizadas no Rio de Janeiro; aquisição de ações de empresas brasileiras no Rio de Janeiro constituídas para exibição; aquisição de ações de empresas brasileiras inovadoras para distribuição e

---

<sup>110</sup> Para avaliar o quão vantajoso seria aplicar em um Funcine – Fundo de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional, recomenda-se o acesso ao site da Receita Federal, o qual simulará o valor ideal a ser investido: <<http://www.receita.fazenda.gov.br/Aplicacoes/ATRJO/Simulador/simulador.asp?tipoSimulador=A>>. Acesso em: 14 abr. 2012.

<sup>111</sup> Consultar: <<http://www.grupolacan.com.br/Funcines.html>>. Acesso em: 14 abr. 2012.

comercialização de obras audiovisuais brasileiras e prestação de serviços de infraestrutura com sede e administração no Estado do Rio de Janeiro. O aporte mínimo é de R\$ 10.000,00, a taxa de administração é 2,5% a.a. e a duração é de seis anos, prorrogáveis por mais dois.

O Fundo Anima SP é dedicado a investimentos em projetos audiovisuais de animação de curta, média e longa metragem, assim como para séries de animação, com temática infanto-juvenil, selecionados pela Fundação Padre Anchieta – TV Cultura. As obras deverão ter duração de 1, 5, 7, 12, 22 e 45 minutos e deverão atender as faixas etárias de 0 a 6 anos e de 7 a 12 anos. O aporte mínimo é de R\$ 5.000,00, a taxa de administração é de 2% a.a. e a duração também é de seis anos prorrogáveis por mais dois.<sup>112</sup>

O Fundo Lacan Downtown Filmes dedica-se a filmes de grande qualidade artística e potencial comercial, distribuídos pela Downtown Filmes, tendo investido em projetos como *Divã* (José Alvarenga Jr., 2009), *Tempos de paz* (Daniel Filho, 2009), *Salve geral* (Sérgio Rezende, 2009) e *Corações sujos* (Vicente Amorim, 2010). Seu aporte mínimo é de R\$ 50.000,00, as taxas de administração equivalem a 2% a.a. e a duração é de seis anos (até dezembro de 2013) prorrogáveis por mais dois.

O BRB Brasília Funcine foi lançado com o intuito de atender pequenos investidores, tendo como aplicação mínima o valor de R\$ 100, o que permite a todas as pessoas que declaram o Imposto de Renda, usufruir desse benefício fiscal. Esse Fundo prevê no art. 16, §1º, inc. I de seu regimento, o mínimo de 90% (noventa por cento) dos recursos aplicados aos Projetos Aprovados pela Ancine destinados a: a) produção de obras audiovisuais brasileiras independentes realizadas por empresas produtoras brasileiras; b) construção, implantação, reforma, recuperação e atualização tecnológica das salas de exibição de propriedade de empresas exibidoras brasileiras; c) aquisição de ações de empresas brasileiras visando a ampliação da produção, comercialização, distribuição e exibição de obras audiovisuais brasileiras de produção independente, bem como para prestação de serviços de infraestrutura cinematográficas e audiovisuais; d) comercialização e distribuição de obras audiovisuais cinematográficas brasileiras de produção independente realizados por empresas brasileiras; e e) infraestrutura realizada por empresas brasileiras. Já no máximo 10% (dez por cento) dos recursos aplicados poderão ser destinados para Títulos Públicos Federais.

O Rio Bravo Cinema I FUNCINE, detentor de um patrimônio de cerca de R\$ 18 milhões, é o primeiro fundo gerido pela Rio Bravo com foco de investimento em empresas da indústria cinematográfica nacional e na produção, distribuição e exibição de obras

---

<sup>112</sup> FUNDAÇÃO Padre Anchieta lança fundo de estímulo a animações. 2008. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u478275.shtml>>. Acesso em: 12 mai. 2013.



cinematográficas brasileiras. O fundo tem como investidores, além da Rio Bravo, o BNDES e a Fibria Celulose.

Por fim, o Fator Funcine consiste em um fundo de investimento voltado para indústria cinematográfica, oferecido pelo Banco Fator sob a forma de condomínio fechado de cotistas, pessoas físicas ou jurídicas que, dentre outros requisitos, suportem prazo de maturação de investimentos de longo prazo; busquem rentabilidade diferenciada através da alocação de recursos em oportunidades no promissor mercado cinematográfico brasileiro; e sejam considerados investidores qualificados, nos termos do art.109 da Instrução CVM nº409, de 18 de agosto de 2004.

### ***5.2.3 Apoio à Participação em Festivais Internacionais***

Integrando a política da Ancine voltada para a promoção do cinema brasileiro em festivais no exterior, foi criado o Programa de Apoio à Participação de Filmes Brasileiros em Festivais Internacionais, para contemplar os filmes oficialmente convidados a participar dos eventos indicados na lista, aprovados pela Diretoria Colegiada da Ancine<sup>113</sup>. A Portaria nº 376, de 23 de dezembro de 2011, instituiu o Programa em 2012, destinando um montante de R\$ 1.700.000,00 (um milhão e setecentos mil reais).

O Anexo I da referida Portaria traz uma lista dos festivais contemplados pelo Programa, sendo que o apoio a ser oferecido a cada filme se diferencia em função da categoria em que se encontra a mostra para a qual o filme for convidado. O Apoio “A”<sup>114</sup> consiste na concessão de cópia legendada, envio de cópia e apoio financeiro a um total de 44 (quarenta e quatro) festivais. O Apoio “B” consiste no envio de cópia e apoio financeiro a 05 (cinco) festivais). O Apoio “C”, na concessão de cópia legendada e envio de cópia a 17 (dezessete) festivais. E, por fim, o Apoio “D” consiste apenas no envio de cópia a 12 (doze) festivais. Por exemplo, o *Sundance Film Festival* (Park City, EUA) se encaixa na categoria de Apoio “A”, já o Festival de Cinema Luso Brasileiro de Santa Maria da Feira (Portugal) leva o Apoio “B”.

Os apoios concedidos pela Ancine contemplam o máximo de 5 (cinco) filmes por festival. Será dado apoio completo (confecção da cópia, envio desta e apoio financeiro para a promoção do filme) para dois filmes, além dos cinco já previstos no Programa, caso

---

<sup>113</sup> Anexo I da Portaria nº 376, de 23 de dezembro de 2011 – Relação dos Festivais Internacionais por Categoria.

<sup>114</sup> A concessão de apoio financeiro, no caso da categoria Apoio “A”, destina-se à efetiva participação do representante do filme no festival internacional para o qual o mesmo foi selecionado, e seu montante só será liberado após a assinatura do Termo de Concessão de Apoio Financeiro por Adesão e da Declaração. Disponível em: <<http://www.ancine.gov.br/fomento/apoio-participacao-festivais-internacionais>>. Acesso em: 21 mar. 2012.

selecionados para o Festival de Cannes, para o Festival de Berlim ou de Veneza, nas mostras indicadas. A Portaria entrou em vigor a partir de 23 de dezembro de 2011.

#### **5.2.4 PRODECINE, PRODAV e PRÓ-INFRA**

Na Lei n. 11.437, de 28 de dezembro de 2006, foram estabelecidos como mecanismos de fomento de atividades audiovisuais, o Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Brasileiro – PRODECINE (destinado ao fomento de projetos de produção independente, distribuição, comercialização e exibição por empresas brasileiras), o Programa de Apoio ao Desenvolvimento Audiovisual Brasileiro – PRODAV (destinado ao fomento de projetos de produção, programação, distribuição, comercialização e exibição de obras audiovisuais brasileiras de produção independente), e o Programa de Apoio ao Desenvolvimento da Infraestrutura do Cinema e Audiovisual – PRÓ-INFRA (destinado ao fomento de projetos de infraestrutura técnica para a atividade cinematográfica e audiovisual e de desenvolvimento, ampliação e modernização dos serviços e bens de capital de empresas brasileiras e profissionais autônomos que atendam às necessidades tecnológicas das produções audiovisuais brasileiras).

#### **5.2.5 Medidas provisórias 491/10 e 545/2011: cinema perto de você?**

Partindo do conhecimento de que mais da metade das salas de cinema do Brasil se encontram localizadas nas capitais, que Rio de Janeiro e São Paulo concentram quase metade dos cinemas, e que nas grandes cidades os cinemas concentram-se nos bairros com maior renda, o programa Cinema Perto de Você consiste em uma ação coordenada pelo Ministério da Cultura e pela Agência Nacional do Cinema com objetivos de ampliar, fortalecer e descentralizar o parque exibidor brasileiro, por meio do apoio a projetos de construção e ampliação de, no mínimo, três salas de cinema, localizadas nos municípios e zonas urbanas consideradas prioritárias pela Ancine.

Nos termos de SÁ-EARP (2009), em 2006 existiam pouco mais de 2 mil salas com 417 mil assentos, sendo que tais salas pertencem a cerca de 50 grupos empresariais. Os quatro maiores grupos, com pouco mais de um terço do número total de salas, são: Cinemark (com 358 salas, 17,1% do total); Grupo Severino Ribeiro (177 salas, 8,4% do total); UCI (121 salas, 5,8% do total); e, Arco-Íris (107 salas, 5,1% do total) (SÁ-EARP; SROULEVICH, 2009).

Pelos dados da distribuição do número de salas, o mercado parece bastante competitivo, visto que os maiores grupos detêm a propriedade de uma minoria dos pontos de exibição. (...) As grandes cadeias têm o diferencial competitivo da incorporação em sua estrutura de cinemas *multiplex* que garantem economias de escala e escopo aos exibidores, além de serem atrativos “combos” para os consumidores. (SÁ-EARP; SROULEVICH, 2009, p. 190).

De acordo com informações disponibilizadas no site oficial da Ancine, as principais metas do Programa (2010-2014) são: a) abertura de 600 novas salas de cinema<sup>115</sup>; b) nenhum município com mais de 100 mil habitantes sem sala; c) crescimento de 30% na venda de ingressos; d) média nacional de 60 mil hab./sala (queda de 30% do índice atual); e) digitalização da metade das salas de cinema do país.

Os itens passíveis de financiamento são aqueles necessários à execução dos projetos e planos de negócio, inclusive despesas com juros durante a carência e capital de giro, desde que associados ao projeto de investimento, enquanto que os itens não financiáveis são: a) aquisição de terrenos e outros bens imóveis; b) despesas relacionadas direta ou indiretamente com o pagamento de luvas para compra ou aluguel de ponto comercial; c) despesas relativas à aquisição de direitos reais sobre o imóvel sujeito à intervenção; d) despesas relacionadas a serviços ou obras de responsabilidade de centros comerciais; e) custeio e gastos com manutenção corrente; f) transferência de ativos, exceto em casos especiais de projetos de reativação de complexos; g) quaisquer despesas que impliquem remessa de divisas, incluindo taxa de franquia paga no exterior; h) itens isolados que não constituam um projeto de investimento; i) importação de equipamentos e máquinas já internados no país ou equipamentos móveis destinados ao transporte de qualquer natureza; j) despesas administrativas; k) despesas gerais da empresa proponente.

As operações de financiamento do Programa Cinema Perto de Você são realizadas, simultaneamente, com recursos do BNDES Procult e do Fundo Setorial do Audiovisual (FSA), que corresponde a uma parcela específica do Fundo Nacional de Cultura (FNC) voltada exclusivamente ao setor audiovisual.

Os recursos do FSA podem ser aplicados através de duas modalidades: FSA - Financiamento e FSA - Investimento Retornável. Portanto, o financiamento<sup>116</sup> no âmbito do

---

<sup>115</sup> Saliencia-se que o momento em que houve uma queda no público de cinema no Brasil, em meados dos anos 80, foi acompanhado pela redução das salas de cinema –, “de mais de 3.000 salas no final dos anos 70, caímos para pouco mais de 1.000 em 1977. A partir de então o número começou a aumentar, fruto de uma política de financiamento propiciada pelo BNDES” (SÁ-EARP; SROULEVICH, 2009, p. 189).

<sup>116</sup> Financiamento de longo prazo tradicional, com taxa de juros de 0% a.a., 1% a.a. ou 4% a.a., conforme a classificação de prioridade do projeto, e prazo total do financiamento (incluída a carência de até 10 anos, válido, excepcionalmente, também para o subcrédito referente ao BNDES Procult - Financiamento).

Cinema Perto de Você é constituído de três subcréditos: um subcrédito regido pelas condições do BNDES Procult - Financiamento; um subcrédito regido pelas condições da modalidade FSA - Financiamento, descritas abaixo; um subcrédito regido pelas condições da modalidade FSA - Investimento Retornável.

O valor mínimo do apoio financeiro é de R\$ 1 milhão, somados os recursos do FSA e os recursos do BNDES Procult – Financiamento. É interessante observar que a participação do Programa no investimento será de até 90% para exibidoras nacionais e de até 60% para empresas estrangeiras ou não exibidoras<sup>117</sup>, sendo que em ambos os casos, ao menos 20% dos itens financiáveis deverão ser cobertos pela associação do BNDES Procult com a modalidade FSA - Financiamento. A vigência do Programa é de 48 meses contados de sua data de lançamento, 23/06/2010, ou seja, até junho de 2012.<sup>118</sup>

Como enfrentamos uma escassez na quantidade de salas de exibição, essa medida parece ser muito apropriada, ainda mais por se destinar essencialmente a cidades que não contam com nenhum cinema. Mas, se a maior parte do público-alvo deste projeto é a população de baixa renda, não podemos deixar de questionar como essas pessoas conseguirão arcar com o preço dos ingressos – sobretudo se forem equivalentes aos preços cobrados atualmente pelas salas comerciais. Será então preciso subsidiar também o preço dos ingressos? Sem isso, o público não terá acesso às salas construídas, e os empresários ou investidores, sem retorno, não terão como manter as salas abertas e a tendência seria a de repetição do fenômeno que marcou a década de 70, com o fechamento de cinemas.

Recentemente, tivemos uma adaptação do Programa através da Medida Provisória 545/2011<sup>119</sup>, já que a Medida Provisória antecedente, MP 491/2010, perdeu validade pelo

<sup>117</sup> O proponente deverá comprovar aporte mínimo, em recursos próprios ou de terceiros, de 10% dos itens financiáveis. No caso de empresas de controle estrangeiro e empresas não exibidoras, o aporte mínimo em recursos próprios ou de terceiros será de 40%. Fonte: Site oficial do BNDES. Disponível em: <[http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes\\_pt/Areas\\_de\\_Atuario/Cultura/cinemapertodevoce/](http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Areas_de_Atuario/Cultura/cinemapertodevoce/)>. Acesso em: 20 nov. 2011.

<sup>118</sup> CINEMA perto de você. Disponível em: <[http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes\\_pt/Areas\\_de\\_Atuario/Cultura/Audiovisual/cinemapertodevoce/](http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Areas_de_Atuario/Cultura/Audiovisual/cinemapertodevoce/)>. Acesso em: 13 mai. 2013.

<sup>119</sup> Essa Medida instituiu o Regime Especial de Tributação para o Desenvolvimento da Atividade de Exibição Cinematográfica - RECINE. Este novo regime fiscal tem por objetivo fortalecer a sustentabilidade e a viabilidade econômica da atividade, especialmente dos projetos financiados com recursos da União. Contém ações dirigidas à redução de tributos em duas situações: (a) Desoneração dos investimentos: Será suspensa a exigibilidade de todos os tributos federais incidentes sobre a aquisição de máquinas, aparelhos, instrumentos, equipamentos e materiais de construção necessários à construção ou modernização de complexos cinematográficos. Os tributos desonerados são: PIS, COFINS, PIS-importação, COFINS-importação, IPI incidente na importação ou no comércio interno e Imposto de Importação (bens e materiais sem similar nacional). Essa medida facilitará, por exemplo, a digitalização do parque exibidor em operação, além de reduzir os custos dos investimentos em novas salas. Para fruírem esse benefício, empresas exibidoras, construtoras, incorporadoras, locadoras de equipamentos para salas de cinema deverão credenciar previamente seus projetos na ANCINE; (b) Desoneração da operação das salas: As empresas operadoras dos complexos implantados ou

decurso do prazo constitucional sem votação pelo Congresso Nacional. A nova Medida dá forma legal ao Programa coordenado pela ANCINE, estabelece os parâmetros para as linhas financeiras do FSA dirigidas à abertura de salas, cria o RECINE – Regime Especial de Tributação para Desenvolvimento da Atividade de Exibição Cinematográfica e estabelece as bases do Projeto Cinema da Cidade, destinado à implantação de salas municipais e estaduais. O Programa Cinema Perto de Você foi legalmente instituído pela Lei nº 12.599, de 23 de março de 2012.

#### *5.2.5.1 Recine*

O Regime Especial de Tributação para Desenvolvimento da Atividade de Exibição Cinematográfica – RECINE foi instituído pela Lei nº 12.599, de 23 de março de 2012, e regulamentado pelo Decreto 7.729/ 2012. Esse sistema tributário visa, entre outras ações, estimular a ampliação dos investimentos privados em salas de cinema, contribuir para a digitalização do parque exibidor e fortalecer a sustentabilidade econômica da atividade de exibição cinematográfica. No caso dessa última meta,

ainda que pese o advento das novas tecnologias e, portanto, de novas formas de recepção do produto audiovisual, a exibição tradicional permanece como sendo o desafio que o realizador brasileiro ainda não conseguiu superar. Este problema vem pautando as discussões político-cinematográficas desde a década de 1930, quando foi criada a primeira quota de tela para o filme brasileiro. (GATTI, 2005, p. 53-54).

Prevê-se uma redução de 30% dos custos para implantação de uma sala de cinema, fortalecendo a concretização do objetivo do Projeto Cinema Perto de Você quando da ampliação, diversificação e descentralização do mercado de salas de exibição no país.

De acordo com o art. 8º do Decreto 7.729, poderão ser beneficiárias do Recine as pessoas jurídicas que atendam, cumulativamente, os seguintes requisitos:

- I - sejam titulares de projeto de exibição cinematográfica previamente credenciado e aprovado pela Agência Nacional do Cinema - ANCINE;
- II - exerçam atividades relativas à implantação ou operação de complexos cinematográficos, ou à locação de equipamentos para salas de cinema;
- III - comprovem regularidade fiscal em relação aos impostos e contribuições administrados pela Secretaria da Receita Federal do Brasil do Ministério da Fazenda; e

---

ampliados no âmbito do Programa CINEMA PERTO DE VOCÊ poderão contar com alíquota zero da Contribuição para o PIS e da COFINS, aplicável sobre as receitas de bilheteria e de veiculação de publicidade. Esse benefício terá duração máxima de cinco anos.

IV - sejam habilitadas pela Secretaria da Receita Federal do Brasil do Ministério da Fazenda.

Com a suspensão da exigência de tributos incidentes sobre a venda no mercado interno e sobre a importação de máquinas, aparelhos, instrumentos e equipamentos, novos, para incorporação no ativo imobilizado e utilização em complexos de exibição, a Recine parece que finalmente colocará em andamento a perspectiva de possuímos um mercado exibidor mais amplo e acessível em mais regiões do Brasil

### **5.2.6 *Imagens da Bahia***

Em 2010, a Secretaria de Cultura do Estado da Bahia (SeculBA), por meio do Instituto de Radiodifusão Educativa da Bahia (IRDEB), firmou um convênio com a Agência Nacional do Cinema visando a execução de um mecanismo especial de fomento, o chamado Programa Imagens da Bahia. O ato ocorreu em Salvador, durante a abertura do Seminário Economia do Audiovisual - Cultura da Convergência, evento que teve o apoio do Instituto Iniciativa Cultural.

De acordo com previsões divulgadas pelo site da Secretaria de Cultura do Estado da Bahia, o programa assegurará a produção de 50 obras audiovisuais e a distribuição de três longas-metragens baianos, ainda inéditos no circuito comercial de exibição. Com custo total de R\$ 11 milhões, a iniciativa prevê, ainda, a geração de cerca de 3.800 postos de trabalho diretos e o envolvimento de 152 empresas, sendo 14 produtoras audiovisuais e 138 fornecedoras de serviços.<sup>120</sup> Podemos notar certa prioridade à produção em detrimento da distribuição, já que o programa pretende garantir a produção cinquenta obras e distribuir apenas três.

Uma das providências de maior destaque consiste no fato do programa estar diretamente ligado à TVE Bahia (TV Educativa da Bahia)<sup>121</sup>, o que garantirá a exibição de todos os conteúdos que forem produzidos e distribuídos. Utilizar os canais de televisão para exibição de longas brasileiros é uma alternativa significativa para suprir a carência que esse

---

<sup>120</sup> SECULTBA. Secretaria de cultura e Ancine firmam convênio para captação de R\$ 11 milhões para o audiovisual brasileiro. 2010. Disponível em: <<http://www.cultura.ba.gov.br/2010/11/25/secretaria-de-cultura-e-ancine-firmam-convenio-para-captacao-de-r-11-milhoes-para-o-audiovisual-baiano/>>. Acesso em: 25 ago. 2011.

<sup>121</sup> A TV Educativa da Bahia, ou TVE, canal 2 em Salvador, foi inaugurada no dia 9 de novembro de 1985. Desde 1990, tem convênio firmado para transmitir na Bahia a programação da TV Cultura, de São Paulo. Como emissora pública, tem a missão de difundir a cultura, educar, entreter e prestar serviços à comunidade. Sua expressiva programação regionalizada procura divulgar a história, as tradições, a arte e as belezas da Bahia e de sua gente. Informações disponíveis em: <<http://www.secult.220i.com.br/servicos/programacao-tve>>. Acesso em: 27 de jun. 2013.

elo cinematográfico enfrenta no Brasil. Outra proposta interessante jaz na oferta de oficinas de capacitação técnica para qualificação dos projetos em todas as ações do programa.

### 5.3 O mercado dos bens culturais e as estratégias para o consumo

Os bens culturais são bens permeados por uma complexidade dúbia: “têm um lado material, gerado dos impactos em termos de emprego e renda, e outra face imaterial, que geralmente é tratada como valor simbólico ou cultural” (VALIATI, 2010, p. 20). A produção dos bens culturais pode ser determinada a partir de perspectivas distintas: a do campo de produção erudita e a do campo da indústria cultural:

O campo de produção propriamente dito deriva sua estrutura específica da oposição [...] que se estabelece entre, de um lado, o campo de produção erudita enquanto sistema que produz bens culturais (e os instrumentos de apropriação destes bens) objetivamente destinados (a menos a curto prazo) a um público de produtores de bens culturais que também produzem para produtores de bens culturais e, de outro, o campo da indústria cultural especificamente organizado com vistas à produção de bens culturais destinados a não-produtores de bens culturais (“o grande público”) que podem ser recrutados tanto nas frações não-intelectuais das classes dominantes (“o público cultivado”) como nas demais classes sociais. (BOURDIEU, 2007a, p. 105).

O mercado das obras produzidas pelo campo de produção erudita acaba se tornando restrito devido, sobretudo, às características que essas obras possuem, quais sejam as qualidades “puras”, “abstratas” e “esotéricas”:

Obras “puras” porque exigem imperativamente do receptor um tipo de disposição adequado aos princípios de sua produção, a saber, uma disposição propriamente estética. Obras “abstratas”, pois exigem enfoques específicos, ao contrário da arte indiferenciada das sociedades primitivas, e mobilizam em um espetáculo total e diferentemente acessível todas as formas de expressão, desde a música e a dança, até o teatro e o canto. Por último, trata-se de obras “esotéricas” tanto pelas razões já aludidas como por sua estrutura complexa que exige sempre a referência tácita à história inteira das estruturas anteriores. Por este motivo, são acessíveis apenas aos detentores do manejo prático ou teórico de um código refinado e, conseqüentemente, dos códigos sucessivos e do código destes códigos. (BOURDIEU, 2007a, p. 116).

Por outro lado, as obras produzidas pelo campo de produção da indústria cultural, além de serem “mais ou menos independentes do nível de instrução dos receptores (uma vez que tal sistema tende a ajustar-se à demanda)” (BOURDIEU, 2007a, p. 117), não exigem de seus espectadores o conhecimento das regras técnicas ou mesmo de princípios estéticos que constituam partes integrantes dos pressupostos das obras para serem apreciadas.

É como se a economia dos bens simbólicos fosse dividida em duas lógicas: a da subordinação total e cínica à demanda e a independência absoluta com respeito ao mercado e às suas exigências:

Em um polo, a economia anti-“econômica” da arte pura que, baseada no reconhecimento indispensável dos valores de desinteresse e na denegação da “economia” (do “comercial”) e do lucro “econômico” (a curto prazo) [...] está orientada para a acumulação de capital simbólico, como capital “econômico” denegado, reconhecido, portanto legítimo, verdadeiro crédito, capaz de assegurar, sob certas condições e a longo prazo, lucros “econômicos”. (BOURDIEU, 1996, p. 163).

No outro polo, a lógica “econômica” das indústrias culturais, que fazem do comércio dos bens culturais um comércio como os outros: prioriza-se o sucesso imediato, os números vendidos, os lucros garantidos. Essa lógica pretende atender e atrair a demanda. Quanto mais um filme é feito para atender a uma demanda preexistente e em formas preestabelecidas, mais próximo do polo “comercial” ele se encontra.

Para agradar o consumidor, os filmes produzidos apostam em fórmulas com resultado garantido, como continuações (*Harry Potter*, *High School Musical*, *Crepúsculo*, e, no nosso caso, *Tropa de Elite*) ou refilmagens (*Footlose*, *Dirty Dancing*, entre outros). Películas que não inovam nem acrescentam qualidade à história cinematográfica, mas que são fontes confiáveis de retorno financeiro através do alto número de espectadores que já atraíram e podem voltar a atrair.

### **5.3.1 Concentração da indústria cinematográfica e os complexos hegemônicos**

Para compreendermos a concentração da indústria cinematográfica devemos, antes de tudo, recorrer brevemente à sua gênese, ou melhor, ao seu aporte no Brasil, país no qual a distribuição inicial de películas se deu através de representantes das *majors* – Universal (1915) e Fox (1916). Para Creton, “o mercado é produto da indústria, ele é um sistema formado com a função de canalizar a produção. Daí que no caso do cinema as *majors* buscaram desenvolver o mercado mundial de acordo com os seus interesses” (CRETON apud SÁ NETO, 2004, p. 171).

A distribuição e a exibição estruturaram-se de maneira sólida no Brasil na segunda metade da década de 1910, quando se observa clara separação entre uma e outra atividade, de forma a viabilizar prioritariamente a comercialização do produto norte-americano, este, aliás, aproveitou-se da situação gerada pela I Guerra Mundial



superando os concorrentes europeus em vários lugares, inclusive por aqui. (SÁ NETO, 2004, p. 171).

Essa situação se justifica, pois “tal como para o país, também para o cinema a industrialização foi a solução ideologicamente encontrada a partir da qual, uma vez tornada realidade, todos os problemas seriam resolvidos” (SÁ NETO, 2004, p. 171). A indústria que aqui se instalou foi incapaz de constituir um discurso e um caminho coerentes. Para ter-se uma ideia da discrepância entre a circulação do filme nacional e do estrangeiro no mundo hodierno, atente-se para os seguintes dados da Unctad - *United Nations Conference on Trade and Development*<sup>122</sup>: “os países industrializados têm quase 90% do mercado mundial de audiovisuais, ao passo que os países em desenvolvimento respondem por apenas 8% das exportações de produtos audiovisuais” (MELEIRO, 2009, p. 46). No caso do audiovisual, em específico, as economias desenvolvidas respondem por 89,2% das exportações, enquanto as em desenvolvimento respondem por apenas 8,2% e as economias em transição por 2,6%.

O domínio do produto importado continua sendo um grande óbice para uma estruturação da produção na busca de sua autossustentabilidade, sendo que “além da concorrência com a globalizada indústria de produção norte-americana, a produção nacional encontra barreiras quase intransponíveis na distribuição e exibição dos seus filmes” (RIBEIRO, 2007, p. 3).

Nos anos 70 começou a ocorrer uma diminuição considerável no número de salas de cinema, fato que se deve a diversos motivos, entre os quais se destacam o aumento do preço dos ingressos e a profusão em massa da televisão. Assim, “com o fechamento de cinemas de rua nas capitais e de estabelecimentos em outras cidades, o mercado ficou restrito, na sua maior parte, às grandes cidades e seus *shoppings centers*” (RIBEIRO, 2007, p. 3):

A partir de meados da década de 90, quando o Brasil tinha pouco mais de mil salas - na década de 70 superava as três mil salas -, o setor de exibição começou, lentamente, a dar sinais de recuperação com a entrada dos *multiplex* por operadoras estrangeiras. Esse fator aumentou a concorrência do setor, então praticamente estagnado, e forçou as empresas sobreviventes a buscarem a modernização das salas. Houve uma recuperação do mercado nacional balizado nos processos políticos, mas desta vez inserindo o filme como um produto audiovisual, dadas a necessidades do mercado e a possibilidade de recuperar seus custos ao longo da cadeia produtiva e de suas diferentes janelas de exibição. Em todo o mundo, de um modo geral, apenas 25% da receita total de um filme vem da sua renda nas salas de exibição. Os outros 75% vêm dos chamados *mercados ancilares* (que correspondem às inúmeras formas alternativas de difusão que hoje conhecemos), sobretudo das televisões aberta e a

---

<sup>122</sup> O principal objetivo da Conferência das Nações Unidas para o Comércio e Desenvolvimento é aumentar ao máximo as oportunidades de comércio, investimento e progresso dos países em desenvolvimento. Maiores informações disponíveis em: < <http://www.unctad.org/>>. Acesso em: 22 nov. 2011.

cabo, mas também do *homevideo*, do *laserdisc*, do DVD, da crescente utilização da Internet e do futuro digital. (RIBEIRO, 2007, p. 3).

Um critério desfavorável comumente citado quanto ao sistema *multiplex* jaz na incapacidade de formação do espectador fílmico, por exemplo, para o filme brasileiro, posto ser um modelo de sala que serve a grande indústria do cinema. O público acaba tornando-se insípido quanto à crítica, deixando-se envolver pela padronização das salas, as quais, seguindo fielmente os modelos norte-americanos, funcionam como um afrodisíaco para ocultar a baixa qualidade das tramas e conflitos exibidos.

Na contramão das apreciações desvantajosas, também devemos apresentar o que pode ser um aspecto positivo: o aumento das salas de cinema no país, independente de serem ou não construídas no modelo *multiplex*, representa uma melhora para o setor que carece de uma ampliação do mercado exibidor.

### **5.3.2 Bourdieu, crenças econômicas e os blockbusters brasileiros**

Uma das considerações de Bourdieu (2007) suscetíveis a uma apreciação pormenorizada por interessar ao presente trabalho consiste em sua ponderação acerca das crenças econômicas. Para ele, a conduta econômica supõe um conjunto de valores sociais que a orienta, sendo que as disposições do agente econômico moderno seriam social e historicamente construídas:

(...) elas são o ‘produto de toda uma história coletiva, que deve ser sempre reproduzida nas histórias individuais’. O universo econômico é, como qualquer outro campo, um ‘universo de crença’, ou seja, os agentes devem acreditar no jogo, eles devem ter a certeza de que vale a pena jogar e devem aprender a legitimar as regras do jogo. (BOURDIEU apud RAUD, 2007, p. 226).

O postulado sociológico básico de Bourdieu (apud RAUD, 2007, p. 216),

(...) é o de que os agentes sociais não agem sem razão, ou seja, eles têm motivos para agir como agem. Nesse sentido, são “razoáveis”, a não confundir com “racionais”, o que significaria que são motivados por razões conscientes e que escolhem com base num cálculo racional de custo e benefício.

Dessa forma, “o *habitus*, ou disposição incorporada, depende da posição do agente no espaço social e condiciona, de maneira inconsciente, sua visão de mundo e seu comportamento” (RAUD, 2007, p. 216). Seria, pois, a interiorização da estrutura, interiorização essa que perpassa a trajetória de vida específica de cada um. O *habitus* se

diferencia do conceito de hábito, posto que o primeiro orienta nosso comportamento mas não o determina: o *habitus* é mutável, embora exista uma espécie de fio condutor imutável que norteia a ação das pessoas (por exemplo: o fato de ser mulher, de exercer uma profissão, de pertencer a uma classe social, etc.). Já o hábito é algo naturalizado, fixo no tempo e no espaço. Então, a preferência pelos *blockbusters* integra o *habitus* ou o hábito dos espectadores?

As pessoas, de maneira geral, têm interesse por películas produzidas pela indústria cultural – já que essas películas são feitas justamente para atraí-las –, estreladas, por exemplo, por artistas famosos que tenham visto na televisão – o que remete ao *star system* proveniente do cinema hollywoodiano. As bilheterias seriam então garantidas por *blockbusters* e não pelo cinema de autor:

o grau de diferenciação dos produtos varia em função do segmento de mercado no qual é oferecido: esquematicamente podem-se distinguir segmentos com alto grau de inovação (a literatura geral considerada difícil, o filme de autor, etc.) e segmentos menos inovadores (o livro prático, o romance sentimental, o filme popular). A empresa faz uma composição dos lucros entre os produtos destinados aos mercados de massa e aqueles de escoamento lento, vendidos em mercados mais restritos e menos seguros. (BENHAMOU, 2007, p. 113).

No documentário *Muito além do cidadão Kane* (1993, Simon Hartog), Dias Gomes, autor de novelas, fornece uma entrevista dizendo: “Eu acho que o povo é que faz a televisão, é a cabeça do povo que faz a televisão. A televisão no Brasil é um reflexo do próprio povo, do que o povo pensa e quer, porque é uma televisão comercial, e sendo comercial ela precisa ter, em primeiro lugar, rede, ibope”. No universo cinematográfico as coisas não são muito diferentes.

No prefácio da 2ª edição da obra *Cinema, televisão e publicidade: cultura popular de massa no Brasil nos anos 1970-1980*, Ramos (2004) apresenta uma síntese acerca do que ocorre com a produção audiovisual a partir de 1995.

Primeiramente temos a retomada de uma ascensão da produção e do público de cinema, depois do vendaval que seguiu às medidas tomadas pelo governo Collor de Mello, além de um aprofundamento da modernização do setor. Outra mudança fundamental está relacionada com uma entrada maior do fortíssimo setor publicitário na produção de filmes. Enfim temos a penetração ascendente da televisão – leia-se TV Globo, a maior emissora aberta do país com sua forte teleficção – no ramo cinematográfico. Seja valendo-se da técnica digital que elevou o padrão televisivo, seja com sua entrada no setor de canais a cabo ou participando diretamente da produção de filmes. (RAMOS, 2004, p. 09).

Para Ramos (2004, p. 9), Renato Aragão e Xuxa continuaram “dando as cartas em termos de cativar o grande público e constituindo, com a TV Globo, ponta-de-lança do audiovisual brasileiro”.

Apesar de no caso do cinema não possuímos muitas inquirições – ou mesmo pesquisas científicas – acerca da recepção dos filmes<sup>123</sup>, como acontece com o Ibope na TV, o fato é que, no caso do cinema, “os agentes são econômicos, pois os filmes se produzem, em grande medida, para o mercado” (MELEIRO, 2009, p. 9). Isso não quer dizer, é claro, que os agentes deixem de ser sociais e culturais:

São sociais porque possuem perspectivas diferenciadas de acordo com a posição que ocupam na cadeia de valor. E são culturais porque a manutenção ou alteração das condições do mercado e das posições sociais apenas se concretizam a partir da esfera política, o que envolve concepções particulares sobre o lugar da cultura no Brasil e, inclusive, sobre o que venha a ser a cultura brasileira. (MELEIRO, 2009, p. 9).

Se o popular que é traduzido em películas de mercado é o que atrai a atenção do grande público justamente por ser feito para ele e com base nele, então o erudito não será ofertado de forma equânime pelo mercado por uma questão de lógica financeira. Não podemos esquecer que o cinema, em seus primórdios, nasce tendo como fito, a obtenção de lucro:

Surgido no fim do século XIX, quando o capitalismo entrava em um novo ciclo de desenvolvimento conhecido como Segunda Revolução Industrial, o cinema constitui-se como atividade capitalista, obedecendo e integrando as leis de mercado com o objetivo da obtenção de lucro. Embora mantendo uma estreita relação, intrínseca a sua natureza com a indústria, o cinema é também uma forma de expressão simbólica, que opera e constrói significados a partir de uma cultura comum, socialmente compartilhada. Essa dupla natureza social define-o como um produto cultural. (CARVALHO, 1999, p. 8).

Se isso tudo é mutável não se pode afirmar por parecer estar arraigado em muitos indivíduos o divertimento trivial. Assim como para Nietzsche, na obra *Crepúsculo dos deuses*, nosso país prescinde da percepção da necessidade vital da cultura entendida como algo além do lazer, da dispensabilidade e da banalidade. Uma elevação no nível educacional do país poderia modificar a demanda por películas de enredo trivial e repletas de clichês, apesar de ser extremamente mais complicado mudar as pessoas do que as programações semanais de um *multiplex*.

---

<sup>123</sup> Mascarello (2006, p. 129) afirma que “(...) se é verdade que o panorama mundial da investigação da recepção cinematográfica é modesto e marginal, o brasileiro, por seu turno, é virtualmente inexistente”.

Para finalizar, não podemos deixar de pensar em outra problemática: a que envolve a relação que o Estado mantém com a cultura. Desde os primórdios dessa relação no Brasil, podemos notar que o Estado tanto não se interessou pela formação de um mercado interno para a cultura aqui produzida, como se aliou aos interesses estrangeiros no processo de alienação (COELHO, 1993, p. 12). É interessante observar, por exemplo, que o próprio público brasileiro não se reconhece quando se vê nas telas do cinema:

Já naqueles mesmos anos 60 do cinema novo, o público brasileiro não aceitava as cores dos cenários usados nos filmes brasileiros, não aceitava as caras dos atores brasileiros e ria quando ouvia o português sendo falado nos filmes (exatamente o oposto do público americano, que só quer “ver” seus filmes em inglês). (COELHO, 1993, p. 11).

Ainda, em Bernardet (2007, p. 31) notamos esse apartamento vivenciado pelo brasileiro e seu próprio cinema:

O jovem italiano que realize um filme dirige-se a um público que já teve longo contato com o cinema italiano, que dentro dele tem as suas preferências, e que já se viu na tela. Esse cinema também é expressão do público. O jovem brasileiro, ao contrário, vai dirigir-se a um público que não conhece cinema brasileiro. Não o conhece porque quase não existia; e os poucos filmes que existiam raramente chegaram até ele. Para o público brasileiro, cinema é cinema estrangeiro. É natural que o público, estando constantemente em contato com filmes estrangeiros e nunca nacionais, tenha contraído certos hábitos. Durante longo tempo, para amplos setores do público brasileiro, cinema restringiu-se a cinema norte-americano, e este sempre cercado de grande publicidade; se eventualmente se exibisse um filme brasileiro (que não fosse chanchada), o público não encontrava aquilo que estava acostumado a ver nos westerns policiais ou comédias vindas dos EUA. O cinema, por definição, era importado.

Na França, por exemplo, podemos perceber um esforço para evitar o avanço do cinema norte-americano através da manutenção de um percentual elevado de filmes nacionais no território francês (AGUIAR, 2012). “Esse modelo de preponderância de filmes brasileiros no mercado brasileiro, ainda que interessante para o Brasil, não é buscado com afinco” (AGUIAR, p. 8).

No que concerne a grande publicidade que cercou o cinema norte-americano e seu domínio no Brasil, a visão de Bourdieu sobre os consumidores no mercado enquanto campo de lutas, serve como referencia para o entendimento desse domínio, já que “as relações de transação entre produtores e clientes e as relações de concorrência internas ao campo econômico (em particular a existência de empresas dominantes e dominadas) constituem o princípio da dinâmica desse campo)” (RAUD, 2007, p. 213). Bourdieu (2007) entende o

consumidor como mero elemento passivo, “na medida em que as empresas e o Estado desempenham um papel preponderante no processo de mudança” (RAUD, 2007, p. 213).

Segundo Raud (2007), Bourdieu empenha-se em mostrar como os consumidores são manipulados pelas empresas, em particular por meio da propaganda, o que possivelmente ajudaria a explicar a supremacia que a cinematografia hollywoodiana conquista no mercado brasileiro, a qual é efetuada de forma a nos deixar reféns da sedução exercida por sua técnica. O Estado nunca priorizou uma aproximação do brasileiro com sua própria identidade no cinema. Consequentemente, o público se considera mais próximo aos “enlatados” do que à nossa produção. Consumidores e nada mais.

É importante frisar que quando falamos em mercado para o cinema, não estamos nos referindo a um mercado norte-americano de cinema no Brasil. Estamos nos referindo à necessidade de manter um mercado viável para o nosso cinema dentro do nosso país. Algo historicamente limitado. A Índia, nossa parceira no BRICs<sup>124</sup>, “produz 800 filmes por ano e registra doze milhões de espectadores de cinema por dia – o que faz do cinema indiano um meio de cultura ambiental tanto quanto, entre nós, a televisão” (COELHO, 1993, p. 11), o que nos leva a concordar com Coelho quando alega que a omissão dos sucessivos governos na preparação e formação de um público para a cultura nacional é gritante. Apesar de o público conseguir se identificar com as novelas exibidas na TV, como o próprio Coelho alerta, isso não invalida o diagnóstico da incapacidade induzida de ver a si mesmo na tela grande, pois no caso da televisão, trata-se de outro processo cultural, com trações específicas e particulares.<sup>125</sup>

Em uma atitude rotineira e descompromissada como acessar a um e-mail, você se vê bombardeado por propagandas pop-ups de um enfurecido panda lutador de kung fu (essa propaganda traz a informação de que o filme estará disponível em versão 3D nos cinemas de todo o país). Esta película, longe de ser algo produzido nacionalmente, estará realmente nos cinemas de todo o nosso país, em sessões recorrentes que ocuparão um espaço importante para divulgação de nossas próprias películas. Apesar dos *blockbusters* brasileiros não serem exatamente a personificação de toda diversidade artística que possuímos em nosso imenso

<sup>124</sup> Agrupamento Brasil-Rússia-Índia-China-África do Sul.

<sup>125</sup> Basta voltarmos um pouco no tempo para percebermos o quanto a cinematografia difere do processo de inserção da televisão, quando a *Motion Pictures Association*, dos Estados Unidos da América, e sua atuação astuta, soube se instalar no Brasil “e garantir as boas graças de distribuidores, exibidores, altas personalidades, figuras da imprensa e da comunicação de massa. Foi essa mesma associação que esteve por trás de uma enxurrada de ações judiciais erguidas contra o extinto Conselho Nacional de Cinema do Brasil e a Embrafilme e suas políticas de amparo ao cinema nacional. Como se vê e como se sabe, livre-mercado é bom para os outros. Se é para termos um mercado regional integrado, o apoio governamental (quer dizer: público) sem receio e sem falsos pudores à produção cultural, primeiro nacional e depois regional, deve ser forte e sem ambiguidades” (COELHO, 1993, p. 13).

território, antes assistirmos à nova película do “Tio” Didi do que nos rendermos ao encanto bestial de certos êxitos de bilheteria do “Tio Sam”. Em entrevista concedida pelo próprio diretor-presidente da Ancine – Manoel Rangel – durante o 4º Encontro do Cinema Nacional realizado entre 7 e 9 de março de 2013 em Florianópolis (SC), ele rejeita uma disputa entre filmes brasileiros de mercado e de autor, dizendo que o real inimigo do cinema nacional é o *blockbuster* internacional.<sup>126</sup>

Embora seja notável que a competição com os filmes norte-americanos em nosso território seja de todo desleal, existe uma disputa por espaço entre nossos filmes de mercado e de autor, e não podemos deixar de considerar que exista uma discrepância na possibilidade que as duas modalidades de filmes possuem para chegar até às telas<sup>127</sup>.

### 5.3.3 *Identidade nacional no cinema: Brasil, mostra a tua cara!*

*Filmes, como qualquer outra produção simbólica, resistem a classificações. Dizem muitas coisas ao mesmo tempo e calam sobre outras tantas. Enfim, são máquinas de gerar significados que muitas vezes, felizmente, escapam à análise dos críticos e à dos próprios criadores. (ORICCHIO, 2003, p. 23).*

A identidade nacional está representada em todos os filmes brasileiros, ou existiria alguma distinção no que concerne aos filmes de mercado e aos filmes de autor? Para buscarmos a identidade nacional em nosso cinema atual, é preciso ultrapassar o período de início delimitado pela pesquisa – 2001 –, voltar aos idos dos anos 90 e tentar traçar um paralelo com o cinema dos anos 60.

Um momento notório para o cinema nacional foi o chamado Cinema Novo, quando “o cinema norte-americano – e estrangeiro em geral – era considerado o pior inimigo ao lado de seu promotor, o capital estrangeiro” (JORGE, 2002, p. 19). Glauber Rocha, um dos expoentes desse cinema, escreveu um manifesto intitulado *Uma Estética da Fome*, em 1965, que forneceu as bases desse cinema, o qual deveria se alicerçar numa estética da precariedade, na recusa de um cinema industrial enquanto “portador da mentira” (JORGE, 2002):

<sup>126</sup> Informações disponíveis em: <<http://visaoregional.com.br/2013/03/15/cinema-nacional-quer-diversidade-para-brigar-com-blockbusters/>>. Acesso em: 27 jun. 2013.

<sup>127</sup> Podemos citar, como exemplo, uma comparação entre a comédia *De pernas pro ar 2* e o drama *O som ao redor*. O primeiro, orçado em R\$ 6 milhões, estreou em 718 salas; o segundo custou três vezes menos e ficou reservado a 13 salas no primeiro fim de semana. Informações disponíveis em: <<http://ultimosegundo.ig.com.br/cultura/cinema/2013-03-15/cinema-nacional-quer-diversidade-para-brigar-com-blockbusters.html>>. Acesso em: 27 jun. 2013.

Eis - fundamentalmente - a situação das Artes no Brasil diante do mundo: até hoje, somente mentiras elaboradas da verdade (os exotismos formais que vulgarizaram os problemas sociais) conseguiram se comunicar em termos quantitativos, provocando uma série de equívocos que não terminam nos limites da arte mas contaminam sobretudo o terreno geral político. Para o observador europeu os processos de criação artística do mundo subdesenvolvido só interessam na medida que satisfazem sua nostalgia do primitivismo; e este primitivismo se apresenta híbrido, disfarçado sob as tardias heranças do mundo civilizado, heranças mal compreendidas, porque impostas pelos condicionamentos colonialistas. A América Latina, inegavelmente, permanece colônia, e o que diferencia o colonialismo de ontem do atual é apenas a forma aprimorada do colonizador: e, além dos colonizadores de fato, as formas sutis daqueles que também sobre nós armam futuros botes.<sup>128</sup>

Mas o cinema realizado por Glauber Rocha apresenta qualidades que incorporam aprendizados provenientes da cinematografia estrangeira e os adicionam ao contexto brasileiro:

[...] Aqui o que vemos é muito mais um processo ativo de absorção de influências estrangeiras e sua rearticulação com elementos de cultura popular brasileira e mesmo da cultura erudita brasileira, da música e da literatura. Ou seja, o que vemos não é um fechamento às influências, mas uma busca de sua rearticulação dentro do contexto brasileiro, sem perda de concretude. Exemplo chave nesse sentido é *Deus e o diabo na terra do sol*: num mesmo filme, encontramos, em diálogo ativo, elementos da alta cultura cinematográfica, de Eisenstein a Godard, de neo-realismo a Visconti; elementos do cinema americano, especialmente de John Ford; o cordel; Villa-Lobos (cf. ALVARENGA, 2004). (ALVARENGA, 2006, p. 6).

Nos termos de Jorge (2002, p. 21), “havia em alguns escritos cinemanovistas a percepção de uma tensão envolvendo a luta por uma revolução cinematográfica e o desejo de estabelecimento de uma indústria”. A solução seria o estabelecimento de um cinema industrial que tivesse características de cinema “independente” (JORGE, 2002):

O desenvolvimento do país era um passo para a libertação nacional em relação ao capital estrangeiro. Uma industrialização do cinema brasileiro baseada em capital nacional, e de preferência estatal – já que o Estado no pré-64 estava permeado de contradições vistas pela esquerda como passos importantes para uma consolidação democrática e popular da nação brasileira – significava a possibilidade de independência deste cinema e, desta forma, o sistema industrial cinematográfico brasileiro não necessariamente reproduziria as mentiras da indústria cinematográfica norte-americana, principal inimigo. (JORGE, 2002, p. 23).

Nos termos de Jorge (2002, p. 23), “estendendo-se na defesa de uma industrialização ‘nacionalista’ do cinema brasileiro, a partir do que pregava o ideal desenvolvimentista,

---

<sup>128</sup> ROCHA, G. **Uma estética da fome**. Tese apresentada durante as discussões em torno do Cinema Novo, por ocasião da retrospectiva realizada na Resenha do Cinema Latino-Americano em Gênova, janeiro de 1965, sob o patrocínio da Columnum. O tema proposto pelo Secretário Aldo Viganò foi Cinema Novo e Cinema Mundial. Disponível em: <<http://cineclubedecompostela.blogaliza.org/files/2006/11/esteticaafome.pdf>>. Acesso em: 30 jun. 2013.



podemos chegar na compreensão do público e do mercado brasileiro como metas a serem alcançadas (...). De acordo com Bernardet e Galvão (apud JORGE, 2002, p. 23-24):

É Nelson Pereira dos Santos (...), na sua comunicação ao I Congresso Paulista do Cinema Brasileiro que vai estabelecer relações de necessidade entre o caráter popular que deve ter o cinema, o sucesso comercial e a consequente conquista de mercado. Em “O Problema do Conteúdo no Cinema Brasileiro” ele diz que o público, quando vai ao cinema, vai em busca de assuntos: o “conteúdo” é fator preponderante para a aceitação do filme pelo público. As bilheterias dizem que o público brasileiro em primeiro lugar aprecia as histórias dos filmes brasileiros, pois ele fica na expectativa de ver na tela sua vida, seus costumes. Como o povo brasileiro é muito patriótico, ele quer ver conteúdo de características nacionais. O povo brasileiro tem ânsia de ver na tela assuntos ligados à nossa terra. Resulta dessa colocação que, se a produção cinematográfica seguir essa orientação nacionalista, ela simultaneamente satisfará os desejos do público e conquistará a totalidade do mercado (Bernardet e Galvão, 1983: 74/75).

Temas caros ao Cinema Novo, como o sertão, evitavam a folclorização da miséria, sendo que a estética da crueza e do sertão era “trabalhada na montagem, no corte seco, no interior da imagem e do quadro, na luz estourada, na fotografia contrastada, no uso da câmara na mão” (BENTES, 2007, p. 245). De acordo com Bentes, o cinema contemporâneo ao tratar do sertão, faz ressurgir a ideia rejeitada em filmes como *Vidas secas* (1963, de Nelson Pereira dos Santos) e *Deus e o diabo na terra do sol* (1964, de Glauber Rocha), “de expressar o sofrimento e o intolerável em meio a uma bela paisagem, ou de glamourizar a pobreza” (BENTES, 2007, p. 245). Como já mencionado na segunda seção da pesquisa,

passamos da estética à cosmética da fome, da ideia na cabeça e da câmara na mão (um corpo-a-corpo com o real) ao *steadcam*, a câmara que surfa sobre a realidade, signo de um discurso que valoriza o “belo” e “qualidade” da imagem, ou ainda, o domínio da técnica e da narrativa clássicas. Um cinema “internacional popular” ou “globalizado” cuja fórmula seria um tema local, histórico ou tradicional, e uma estética “internacional”. O sertão torna-se então palco e museu a ser “resgatado” na linha de um cinema histórico-espetacular ou “folclore-mundo” pronto para ser consumido por qualquer audiência. (BENTES, 2007, p. 245).<sup>129</sup>

Conforme Gillone (2012, p. 5) “em um contexto político e econômico diferente ao do Cinema Novo, e com uma nova postura ideológica de produção, o sertão, a migração e principalmente as favelas dos grandes centros urbanos reaparecem com propostas diferentes”:

Desde a retomada, os núcleos temáticos que priorizam disseminar como é o cotidiano nas favelas, no sertão e nos deslocamentos de retirantes reabrem o diálogo entre as identidades das classes populares e o cinema (...). (GILLONE, 2012, p. 5).

<sup>129</sup> São exemplos de filmes que transformam o sertão num jardim exótico, a ser “resgatado” pelo grande espetáculo, *Guerra de Canudos*, *O cangaceiro* e *Eu, tu, eles* (BENTES, 2007).

Podemos dizer, então, que mesmo havendo um “embelezamento” de temáticas que poderiam ser tratadas de forma crua – centrada nas características mais fiéis aos problemas –, o cinema enseja reflexão sobre o nosso país? Os filmes são feitos para entreter, seja através da comédia, do drama, do documentário, cada um, a seu modo, entretém. Mas existem filmes feitos com um aparentemente único intuito de entreter, enquanto outros buscam ir mais além: esse ir mais além consiste justamente na possibilidade de não se restringir ao discurso que valoriza o “belo” e a “qualidade da imagem”.

Nos anos 1990, com a globalização e a moeda (Real) forte, os brasileiros pensaram que estavam no Primeiro Mundo. Começaram a fazer filmes caros, sem alma, sem proposta. O filme nascia (se formatava) a partir do dinheiro arrecadado com as leis de incentivo e não da necessidade de expressão de seu “criador”. (CAETANO, 2007, p. 205).

Tivemos nessa época, o lançamento de obras que pareciam “acreditar na inserção do cinema brasileiro no mercado internacional” (CAETANO, 2007, p. 199). O filme de Carla Camurati, *Carlota Joaquina*, é visto através do olhar de uma menina que ouve a narração da história da fuga dos reis de Portugal para o Rio de Janeiro mediante a narração de um escocês falando em inglês (CAETANO, 2007). Segundo Caetano (2007), a presença de personagens estrangeiros, inclusive, se faz sentir em muitos filmes lançados, como *Jenipapo* (1995, de Monique Gardenberg) – nesse a língua inglesa torna-se o idioma oficial da narrativa, criando situações inexplicáveis –, *Navalha na Carne* (1997, de Neville D’Almeida), *For all, o trampolim da vitória* (1998, de Luiz Carlos Lacerda e Buza Ferraz), *Bela Donna* (1998, de Fabio Barreto) e *Bossa Nova* (1999, de Bruno Barreto).

Mas quando o Presidente Fernando Henrique Cardoso é reeleito em 1998, e ocorre uma desvalorização do Real, jovens cineastas começam a acreditar em um cinema mais intenso:

Quando o Real (a moeda) começou a despencar e o manifesto cinematográfico Dogma 95 (dos dinamarqueses Lars von Trier, Thomaz Vinterberg & Soren Kragh-Jacobsen)<sup>130</sup> questionou o “cinema milionário” que se fazia em países-satélites da

<sup>130</sup> O Manifesto foi publicado em 13 de março de 1995 na cidade dinamarquesa de Copenhague, tendo sido apresentado a toda comunidade em um simpósio internacional sobre o centenário do cinema. A principal proposta do movimento era a criação de um cinema mais realista e menos comercial, que visava recuperar, a visão dos criadores, a essência do cinema. A argumentação de que o público não deve ser iludido e que as tecnologias tiravam o poder do diretor na qualidade de autor de sua própria obra apareceram como ideais do Manifesto em questão. A publicação trouxe ainda o chamado “Voto de Castidade”, o qual expunha dez princípios que deveriam ser seguidos. São eles: 1) As filmagens devem ser feitas em locais externos. Não podem ser usados acessórios ou cenografia; 2) O som jamais deve ser produzido separadamente da imagem ou vice-versa; 3) A câmera deve ser usada na mão. São consentidos todos os movimentos – ou a imobilidade – devidos aos movimentos do corpo; 4) O filme deve ser em cores. Não se aceita nenhuma iluminação especial; 5) São proibidos os truques fotográficos e filtros; 6) O filme não deve conter nenhuma ação “superficial”; 7) São

indústria hollywoodiana, o sinal de alarme soou no Brasil. (CAETANO, 2007, p. 205).

Ajustando o Dogma 95 dinamarquês, temos o lançamento de Dogma Feijoada no final dos anos 1990, pelo cineasta Jeferson De:

Eis os sete mandamentos do manifesto Gênese do Cinema Negro Brasileiro ou Dogma Feijoada: 1. O filme tem que ser dirigido por um realizador negro brasileiro. 2. O protagonista deve ser negro. 3. A temática do filme tem que estar relacionada com a cultura negra brasileira. 4. O filme tem que ter um cronograma exequível. Filmes-urgentes. 5. Personagens estereotipados negros (ou não) estão proibidos. 6. O roteiro deverá privilegiar o negro comum brasileiro. 7. Super-heróis ou bandidos deverão ser evitados. (CAETANO, 2007, p. 211).

Em sequencia vale a pena citarmos o manifesto lançado em 2002 pelo realizador Alexandre Stockler: o TRAUMA – Tentativa de Realizar Algo Urgente e Minimamente Audacioso tinha como pressupostos: “1. Estamos mais preocupados em fazer filmes do que em discutir as possíveis razões das insuperáveis dificuldades de fazê-los especialmente no Brasil; 2. O comércio não é o que justifica a realização de um filme, mas sim o seu conteúdo” (CAETANO, 2007, p. 212).

Ao invés de imitar a matriz (Hollywood), a opção se faz por histórias mais instigantes e fortes. Ao invés de orçamentos inflados, filmes de baixo custo. Ao invés de tramas sem compromisso, filmes preocupados com a exclusão social, o sistema prisional, o racismo e a violência urbana. (CAETANO, 2007, p. 204).

Em 2002, temos o lançamento de *Cama de Gato*, de Alexandre Stockler, bem como de documentário *Ônibus 174*, de José Padilha. O primeiro relata os dilemas de uma juventude dos anos 90 em diante, tendo sido dirigido, roteirizado e produzido por Stockler. Já o segundo “mergulha fundo no perfil social, emocional e econômico dos meninos de rua cariocas” (CAETANO, 2007, p. 206), na tentativa de expor a maneira como a criança de rua transforma-se em bandido.

Mas, aparentemente, para fazer um filme brasileiro de sucesso de público é preciso utilizar técnicas ou maneirismos norte-americanos – como acontece com o “filme de gângster”, as sagas da máfia, o épico-espetacular e a estética MTV em *Cidade de Deus* (BENTES, 2007) – para que o brasileiro se interesse por um filme seu. A identidade nacional não estaria, pois, representada nesse tipo de filme? Há uma exposição da história do tráfico no

---

vetados os deslocamentos temporais ou geográficos; 8) São inaceitáveis os filmes de gênero; 9) O filme deve ser em 35 mm, standard; 10) O nome do diretor não deve figurar nos créditos. Informações disponíveis em: <<http://cinefilos.jornalismojunior.com.br/2012/12/17/dogma-95-e-a-essencia-do-cinema/>>. Acesso em: 23 jun. 2013.

Brasil, sendo que o Brasil está em *Cidade de Deus*<sup>131</sup>. O problema é que agora quem enche a representação de clichês somos nós, e não o olhar estrangeiro, como aconteceu na primeira fase do cinema da retomada em películas mencionadas anteriormente. Mas, como explicitado por Caetano (2007), essas técnicas ou mesmo influências são parte do contexto que vivem nossos realizadores de hoje:

Para enfrentar o tema da marginalidade, só não vale ter saudades dos bons tempos do Cinema Novo, quando o corpo-a-corpo dos cineastas com a tragédia social brasileira eram dos mais instigantes. Esperar que uma nova geração faça filmes como os cinemanovistas é estar em dissintonia com nosso tempo. Glauber alimentou-se de Eisenstein, Brecht & Rossellini. Não havia vídeo-clipe naquele tempo. A TV era indigente. A publicidade engatinhava. O Brasil de hoje – país concreto que forma jovens realizadores – está plugado na tomada de todas estas fontes fertilizadoras. E, entre essas fontes, o impacto do cinema independente americano é total. Basta lembrar de Quentin Tarantino. (CAETANO, 2007, p. 207)

Podemos notar uma distinção entre o filme feito para espetacularizar um tema ao invés de ensejar reflexão: há uma banalização em histórias que poderiam ser aprofundadas, como por exemplo, em *Somos tão jovens* (2013, de Antonio Carlos da Fontoura). A história de Renato Russo, ícone musical, foca no mito, no herói, em tudo que já sabíamos. O filme “ergue o troféu de campeão de bilheteria, alimenta utopias infantis”<sup>132</sup>, perdendo a oportunidade de discutir temas profundos ligados ao poeta do rock e que estão em plena consonância com os dias atuais.

É possível enxergamos uma construção da identidade nacional em cada um dos filmes criados e desenvolvidos aqui. Mas, às vezes, pode ser difícil aceitar essa identidade – pois seria realizar uma identificação mais com a realidade norte-americana de espetacularização do que com anseios intimamente ligados à nossa realidade/sociedade. Talvez isso seja difícil por acreditarmos em um cinema que consiga debater questões suscitadas desde a época de Glauber Rocha – por exemplo, “como mostrar o sofrimento, como representar os territórios da pobreza, dos deserdados, dos excluídos, sem cair no folclore, no paternalismo ou num

---

<sup>131</sup> “Nesse filme mostra-se a fissura e o fascínio dos meninos das favelas pelas armas, pelo exercício do poder e pelo prazer de ser ‘alguém’, de ser temido, de ser respeitado. Se não forem respeitados como cidadãos, serão como figuras da mídia, como criminosos. ‘Uma arma na mão e uma ideia na cabeça’, brinca um personagem. *Cidade de Deus* é um filme-sintoma da reiteração de um prognóstico social sinistro: o espetáculo consumível dos pobres se matando entre si. É claro que os discursos ‘descritivos’ sobre a pobreza (no cinema, TV, vídeo) podem funcionar tanto como reforço dos estereótipos quanto abertura para uma discussão mais ampla e complexa, em que a pobreza não seja vista somente como ‘risco’ e ‘ameaça’ social entre si. Esse talvez seja o viés político, extracinematográfico que o filme pode provocar” (BENTES, 2007, p. 252).

<sup>132</sup> ORMOND, A. **Romance de formação**. 2013. Disponível em: <<http://revistacinetica.com.br/home/somos-tao-jovens-de-antonio-carlos-da-fontoura-brasil-2013/>>. Acesso em: 01 jul. 2013.

humanismo conformista e piegas?” (BENTES, 2007, p. 244) – e não em um cinema que meramente esteja interessado em transpor para a tela grande, sucessos da televisão.

Filmes de mercado e filmes de autor levam para as telas situações encontradas na sociedade brasileira, mas os filmes de autor tendem a trazer uma visibilidade maior do pensamento do diretor – com o qual podemos nos identificar –, ao contrário do filme de mercado, que é feito para atrair o grande público e não para discutir conflitos e demonstrar uma forma particular de entendimento da realidade.

O fato é que talvez não sejamos apenas dois Brasis<sup>133</sup>, talvez sejamos muitos. Ter um espaço para exibição de todos os filmes produzidos no país seria uma opção viável para que todos pudessem se encontrar representados na tela, ou pelo menos, pudessem transmitir ou encontrar suas aflições configuradas.

#### **5.4 Os festivais em evidência**

O mercado dos bens simbólicos é bem visível no cinema quando pensamos nos festivais. Esses eventos possuem enorme potencial para “alavancar negócios, gerar emprego, renda, impostos e promover um significativo aquecimento da economia de serviços” (LEAL, 2010, p. 86). No quesito empregabilidade, os festivais são capazes de gerar “quase 6.000 empregos diretos a cada ano, com média de 45,31 contratações por evento, atraindo investimentos de R\$ 60 milhões” (LEAL, 2010, p. 86).

Apesar das dificuldades financeiras e estruturais encontradas pelos organizadores, os festivais crescem a cada ano, auxiliando a promoção do audiovisual no país e no exterior. A importância desses eventos pode ser sentida até mesmo na legislação brasileira do cinema que

trata a exibição de obras no âmbito de Mostras e Festivais de forma destacada, traduzida pela isenção de CONDECINE prevista no art. 39, inciso I da MP 2.228/01. Esse tratamento especial é consequência do reconhecimento de que os festivais são espaços especiais da exibição cinematográfica e têm uma função estimuladora, potencializadora e arregimentadora do audiovisual. (ANCINE, 2008, p. 42).

De acordo com o Diagnóstico Setorial 2007/ Indicadores 2006, realizado com o apoio do Cima – Centro de Cultura, Informação e Meio Ambiente e do Ibefest – Instituto Brasileiro de Estudos de Festivais Audiovisuais, com financiamento da Secretaria do Audiovisual do

---

<sup>133</sup> Termo utilizado por Boaventura de Sousa Santos no artigo intitulado “O preço do progresso e os dois Brasis”, disponível em: <<http://outraspalavras.net/brasil/o-preco-do-progresso-e-os-dois-brasis/>>. Acesso em: 267. Jun. 2013.

Ministério da Cultura, a democratização do acesso aos filmes é um dos êxitos obtidos com os festivais, posto que 84,85% deles não cobram ingressos para as sessões: “Mesmo aqueles que exercem esse tipo de cobrança em algumas sessões (15,15%), realizam também exhibições gratuitas durante o evento” (LEAL, 2010, p. 90).

O Diagnóstico Setorial 2007/ Indicadores 2006 detectou a realização de 132 festivais brasileiros em 2006. Essa é a quantidade de eventos que representa o universo pesquisado. Em comparação com os dados disponíveis do ano de 2005, quando foram realizados 96 eventos, esse número cresceu em 36 festivais, apurando-se uma variação percentual de 37,5% em um ano. (LEAL, 2010, p. 76).

Os festivais ocorrem em quase todo o território nacional, com exceção de Roraima e Acre, dos quais não se tem notícia de nenhum Festival ou Mostra quando se investiga em sites de busca na Internet ou em publicações levadas em consideração na presente pesquisa. O Piauí também carece de uma iniciativa específica, mas participa dos festivais que se destinam ao país como um todo – é o caso do Festival do Minuto, do Festival do Júri Popular e do recém-criado Fluxus 2011 – Festival Internacional de Cinema na Internet<sup>134</sup>. São Paulo é o Estado com maior presença desse tipo de evento, seguido pelo Rio de Janeiro.

Para citar alguns exemplos, no Amapá temos o Festival Imagem-Movimento, permanente e ininterrupto, mas cujos filmes recebidos ao longo do ano só começam a ser exibidos no final (mês de dezembro). No Amazonas foi criado em 2005 o Curta 4, para a exibição de filmes de quatro minutos. Além de primar por mostrar as faces da nossa identidade cultura amazônica e brasileira, o Festival em sua edição Curta 4.7, em 2011, realizou cursos preparatórios com módulos de roteiro, produção, direção e fotografia de cena por R\$ 50,00.

Na Bahia acontece o Cine Fest Brasil – Canudos, gratuito, realizado em praça pública, com a exibição de filmes nacionais, entre longas e curtas-metragens. O Cine Fest tem patrocínio do BNDES e copatrocínio da própria prefeitura de Canudos. No Ceará, há o Curta Canoa, festival latino-americano com entrada franca e ao ar livre, na praia de Canoa Quebrada – que normalmente acontece no mês de setembro.

No Distrito Federal, evidencia-se o Festival de Brasília do Cinema Brasileiro, criado nos idos de 1965. É o mais antigo do país, estimando-se que compareçam a cada ano 60 mil pessoas. A programação conta com mostras competitivas 35mm e digital, Mostra Brasília, mostra de filmes restaurados, Festivalzinho e Cinema Voador (exibições feitas ao ar livre). O

---

<sup>134</sup> Categoria: competitivo para curtas de todos os gêneros, entre 3 e 20 minutos; animações podem ter menos tempo. Disponível em: <[www.fluxusonline.com](http://www.fluxusonline.com)>. Acesso em: 21 mar. 2012.

patrocínio é da Petrobrás, e o copatrocínio, da Terracap – Companhia Imobiliária de Brasília, também conhecida como Agência de Desenvolvimento do Distrito Federal.

No Maranhão, o Festival Guarnicê<sup>135</sup> de Cinema é um dos mais tradicionais. Com entrada gratuita, a 35ª ocorreu do dia 22 ao dia 28 de junho de 2012. Em 2011 foi premiado como melhor documentário *O contador de filmes* (Elinaldo Rodrigues), melhor ficção e melhor filme nacional, *Doce de coco* (Allan Deberton), e melhor filme longa-metragem *O mar de Mário* (Reginaldo Gontijo e Luiz Fernando).

Enfim, dos mais conhecidos como o Festival de Cinema de Gramado aos menos divulgados como a Mostra de Cinema e Vídeo de Miracema (Tocantins) ou mesmo o gratuito Gramado Cine Vídeo, caso o circuito de festivais continue se expandindo da forma como foi demonstrado no Diagnóstico Setorial 2007/ Indicadores 2006 (média de 19,82% ao ano), a probabilidade do setor continuar crescendo é cada vez maior.

Os festivais constituem uma ferramenta facilitadora do acesso e difusão das produções fílmicas. Deveriam existir em todas as partes do Brasil, em um número suficiente de cidades para veicular com equidade as manifestações culturais produzidas.

---

<sup>135</sup> "Guarnicê" é a palavra-chave do bumba-meu-boi, maior expressão folclórica do Estado que sedia o Festival, e tem seu ciclo forte no mês de junho.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

*Como terminar um filme? Que derradeira imagem deixar na tela, antes dos créditos finais? Imagino o quanto os cineastas da vida não se angustiam com a escolha a fazer. A ideia consensual é que o último elemento de uma obra narrativa (filme, romance ou conto), simplesmente por ser o último, adquire uma significação toda especial, não raramente simbólica, que concederia uma direção interpretativa ao todo. E, evidentemente, o efeito sobre a recepção pode ser marcante, no caso do cinema, arte visual, mais ainda. Qual é o cinéfilo que não guarda na memória os seus finais preferidos? (João Batista de Brito)<sup>136</sup>*

O cinema no Brasil parece ocupar, desde os primórdios de sua existência, uma posição intermediária entre o campo erudito e o campo da indústria cultural (MARSON, 2006). Preza-se pelo reconhecimento interno – pela satisfação do criador ao despertar uma admiração entre seus próprios pares – assim como pela boa colocação no mercado dos bens culturais – através da obtenção de grande público e resultados financeiros positivos (MARSON 2006).

Visto sob a égide comercial, o cinema centra-se nas características intrínsecas ao sistema: consumo, mercadoria e capital de giro, e apesar dessas características parecerem estranhas a uma manifestação cultural, elas são capazes de propulsionar uma indústria cinematográfica propriamente dita em nosso país. Acreditamos que qualquer forma de nos fazer sentir mais próximos de um Adhemar Gonzaga, Domingos de Oliveira, Humberto Mauro, Júlio Bressane, Sérgio Rezende, Sylvio Back, bem como de um José Padilha, Marcus Baldini, Cláudio Torres, Moacyr Goés, é mais válida do que deixar que acreditem em nosso próprio país que a transposição da saga *Crepúsculo* para o cinema foi a maior conquista dos últimos anos. Para tanto, o público brasileiro deve ser conquistado.

Em recente entrevista – concedida em março de 2013 – o diretor-presidente da Ancine, Manoel Rangel, rejeitou uma disputa entre filmes brasileiros de mercado e filmes brasileiros de autor, alegando que o real inimigo do cinema brasileiro é o *blockbuster* norte-americano. Dessa forma, esforços devem ser direcionados à distribuição e exibição dos filmes nacionais.

O cinema feito apenas com intuito lucrativo, para conquistar grandes bilheterias, torna-se inábil para corresponder ao ideal fílmico que permeia o inconsciente apresentado nas películas de Buñuel, ou ocupa a tela com as excentricidades de Pasolini e os silêncios, muitas vezes em preto e branco, de Bergman. Quando falamos em um filme de mercado, ideais do cinema europeu nos parecem tão distantes quanto a possibilidade de reconhecer que “uma câmera na mão e uma ideia na cabeça” norteava um dos mestres de nossa cultura

---

<sup>136</sup> BRITO, J. B. de. **Modo de terminar**. 2011. Disponível em: <<http://imagensamadas.com/2011/02/14/modo-de-terminar/#respond>>. Acesso em: 17 jul. 2012.



cinematográfica. É de extrema importância que as películas estrangeiras não prevaleçam em detrimento de nossas produções, mas também é elogiável termos um cinema que não se limite por padrões de mercado, números de bilheteria e nomes conhecidos.

A dissertação toda poderia discorrer acerca de críticas aos *blockbusters* brasileiros e ao rumo que o cinema tem tomado através das leis de incentivo e dos demais mecanismos criados pela Ancine que em sua maioria concentram recursos em regiões específicas do país e em filmes que ambicionam altas bilheterias. Entretanto, uma indústria de cinema propriamente dita – que consiga se manter de forma contínua –, demanda películas capazes de sustentação financeira e, principalmente, que sejam aptas a atrair o público. O papel do Estado é fundamental para que tanto o filme de mercado quanto, sobretudo, o filme de autor, existam e cresçam dentro do imaginário do cidadão brasileiro. As empresas – amparadas pelos incentivos fiscais – buscam a lucratividade através da visibilidade proporcionada pelo investimento na produção de filmes. Mas o Estado deve criar políticas que priorizem o desenvolvimento da sétima arte em todos os seus marcantes elos: produção, distribuição e exibição.

Estamos caminhando, com falhas e acertos no decorrer dos anos, para que a nosso ver, seja possível invadir a preferência dos brasileiros pelos nossos próprios filmes. O cinema artístico precisa de uma proteção maior do Estado, já que teoricamente os filmes de mercado conseguiriam gerar por si mesmos maiores captações e investimentos privados. A proteção do Estado é cogente para que películas que não caiam no gosto popular, mas que podem representar peculiaridades de nossa identidade e cultura, existam dentro do país.

Os mecanismos de fomento direito da Ancine, com recursos do seu próprio orçamento, que incluem o Prêmio Adicional de Renda (PAR) e o Programa de Incentivo à Qualidade do Cinema Brasileiro (PAQ), denotam uma maior destinação dos recursos ao PAR, que premia as películas que contam com um investimento mais elevado para sua produção e circulação, enquanto os recursos destinados ao PAQ são tão escassos quanto os recursos destinados aos filmes artísticos.

Outra problemática relevante é que apesar dos filmes autorais independentes estarem sendo produzidos, eles sofrem muito para permanecer em capaz já que disputam espaço com *blockbusters* – tanto norte-americanos quanto brasileiros. A falta de convergência entre a indústria e os demais elos do audiovisual nacional, aliada a ineficiência sempre presente na distribuição dos filmes brasileiros, são desafios que precisam ser vencidos e ainda estão sendo tratados de forma deficitária pela Ancine – por meio de instrumentos como a Cota de Tela.

Precisamos garantir a distribuição e exibição de nossos películas em nossas salas, o que torna indispensável tanto a participação do mercado quanto do Estado, o qual, por enquanto, somente através de uma presença mais ativa será capaz de promover a maturação do setor, bem como a adoção de uma visão mais sistêmica do desenvolvimento da cadeia produtiva do audiovisual no país.

O cinema tem capacidade de propagar nossa cultura no contexto internacional. A Ancine deve sopesar a conveniência das parcerias na América Latina não apenas pela proximidade geográfica, mas pela semelhança na evolução das cinematografias dos países da região, o que pode contribuir para o estabelecimento de acordos. A inserção do cinema brasileiro no mercado externo não poderia encontrar momento mais propício, tendo em vista a situação política e econômica que o país atravessa e que o torna foco de atenção e interesse de diversos países.

Para termos uma indústria cinematográfica capaz de caminhar sozinha, é necessário que haja investimento. Não é preciso nutrir qualquer espécie de idolatria pela indústria norte-americana ou pela indiana para reconhecer que, para além do bem e do mal, elas dispõem políticas de fomento, constituindo basicamente as únicas indústrias autossustentáveis no momento.

Nossos filmes de mercado têm alcançado feitos significativos, que podem ser comprovados através do número de filmes nacionais que alcançaram a marca de um milhão de espectadores nos últimos tempos. Isto é positivo no que concerne ao aspecto de estar-se gerando interesse em nossa população pelos filmes aqui produzidos. Para termos uma indústria fílmica, esse cinema tem que existir. Mas o cinema de autor não pode ser esquecido. A falta de clareza no montante que se tem investido nos filmes e quantos se beneficiam desses valores, torna difícil acreditar na possibilidade de uma existência permanente para ambas as espécies de películas. Transparência e equidade na distribuição dos recursos são metas fundamentais a serem atingidas, bem como uma maior participação popular na Ancine mediante as consultas e audiências públicas.

O fato é que sem um cinema feito pensando no enriquecimento cultural e artístico, poderemos perder o respeito por nossos valores e raízes. Mas, sem atrair o público, o cinema estará fadado a ser suprimido – como aconteceu em outras etapas do desenvolvimento do setor cinematográfico no país. A constituição de uma indústria cinematográfica brasileira tem importância quando pensamos na fragilidade da cinematografia nacional diante da industrializada e comercializada cinematografia norte-americana, que ocupa o espaço de nossas produções.

A luta do momento centra-se na capacidade de garantirmos formas para que o audiovisual tenha uma existência autônoma, contando com um público fiel, que acompanhará nossas películas com o mesmo entusiasmo com que hoje acompanham os filmes estrangeiros. Devemos, ainda, criar possibilidades igualitárias para o cinema de autor e para o cinema de mercado – na medida de suas desigualdades, sabendo que um precisa de mais atenção por parte do Poder Público do que o outro –, mas o importante é que seja cinema brasileiro. Afinal, se alguma indústria de cinema deve predominar no país, seria apropriado que fosse uma indústria brasileira de cinema.

O cinema cria verdadeiramente um “regime particular que envolve um único sentido”. E uma vez habituados a usar desse estado intelectual novo e extremamente agradável, ele se torna uma espécie de necessidade, como o fumo ou o café. Ou eu tomo a minha dose ou não tomo. Fome de hipnose muito mais violenta que o hábito de leitura, pois esta modifica bem menos o funcionamento do sistema nervoso. (EPSTEIN apud CAPISTRANO, 2005, p. 1).

Refilmagens, *star system* global, 3D... será o fim da sétima arte enquanto arte? Essa questão, apesar de válida, só poderá ser efetivamente discutida e apta a alcançar resultados, quando conseguirmos prover espaço de circulação para o que for produzido no Brasil, espaço esse que então poderá começar a conscientizar a população sobre as deficiências de um modelo de exploração fílmica que não tende a nos fazer pensar ou mesmo apreciar uma manifestação cultural de potencial ilimitado. Um país de oportunidades igualitárias e justamente educado perceberá tudo isso, afinal, enquanto acreditarmos no potencial de mudança interna do homem haverá, assim como na apresentação dos créditos iniciais de um novo filme, uma expectativa. Expectativa de não sermos tão somente bombardeados por uma verdadeira violência digital colorida, predisposta, cada vez mais, na sala escura do cinema.

Como conclusão, é pertinente inferirmos da pesquisa que a cadeia do audiovisual é composta por três elos: a produção, a distribuição e a exibição. Todos os elos merecem atenção destinada em mesma proporção.

Com a distribuição concentrada por *majors* norte-americanas incentivadas por um dispositivo de nossa Lei do Audiovisual, e a exibição gradativamente dominada por complexos cinematográficos de empresas com capital norte-americano no formato *multiplex*, não adianta produzirmos, por exemplo, cem filmes por ano mediante captação proveniente das leis de incentivo fiscal, pois estes filmes não encontrarão um canal apto para chegar até a população e, conseqüentemente, garantir um público fiel para o cinema brasileiro. Além desse

problema, temos que voltar nossa atenção à discrepância de recursos e incentivos destinados aos filmes brasileiros de mercado e aos filmes brasileiros de autor.

## REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, R. Entre Deus e o Diabo: mercado e interações humanas nas Ciências Sociais. **Tempo Social**, vol. 16 (2), novembro de 2004.

AGUIAR, J. H. C. M. **A inserção internacional do cinema brasileiro e interfaces com temporadas culturais e festivais**. 2012. Disponível em: <<http://culturadigital.br/politicaculturalcasaderuibarbosa/files/2012/09/Jo%C3%A3o-Henrique-Catraio-Monteiro-Aguiar.pdf>>. Acesso em: 21 dez. 2012.

AGUILLAR, F. H. **Direito econômico: do direito nacional ao supranacional**. São Paulo: Editora Atlas, 2006.

ALBERTIN, A. C. **A farsa das leis de incentivo: o neoliberalismo e seu impacto na política cultural brasileira**. 2010. 83 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Econômicas) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/138786764/Augustin-A-Farsa-Das-Leis-de-Incentivo>>. Acesso em: 13 mai. 2013.

\_\_\_\_\_. **O neoliberalismo e seu impacto na política cultural brasileira**. 2011. Disponível em: <[http://www.casaruibarbosa.gov.br/dados/DOC/palestras/Políticas\\_Culturais/II\\_Seminario\\_Internacional/FCRB\\_AndreAugustin\\_O\\_neoliberalismo\\_e\\_seu\\_impacto\\_na\\_política\\_cultural\\_brasileira.pdf](http://www.casaruibarbosa.gov.br/dados/DOC/palestras/Políticas_Culturais/II_Seminario_Internacional/FCRB_AndreAugustin_O_neoliberalismo_e_seu_impacto_na_política_cultural_brasileira.pdf)>. Acesso em: 13 mai. 2013.

ALMEIDA, P. S.; BUTCHER, P. **Cinema, desenvolvimento e mercado**. Rio de Janeiro: BNDES-Aeroplano, 2003.

ALVARENGA, N. A. **Imagem e identidade: perspectivas para uma introdução histórico-crítica ao cinema brasileiro**. 2006. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1228-1.pdf>>. Acesso em: 27 de jun. 2013.

ALVARENGA, M. V. T. de. **Cineastas e a formação da ANCINE (1999-2003)**. 2010. 141 p. Dissertação (Mestrado em Imagem e Som) – UFSCar, São Carlos, 2010.

AMANCIO, T. **Pacto cinema-Estado: os anos Embrafilme**. 2007. Disponível em: <[http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/Alceu\\_n15\\_Amancio.pdf](http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/Alceu_n15_Amancio.pdf)>. Acesso em: 25 fev. 2013.

ANCINE – Agência Nacional do Cinema. **Informe de acompanhamento do mercado – filmes e bilheteria**. Brasília: Presidência da República, Casa Civil, Agência Nacional do Cinema, 2012.

\_\_\_\_\_. **Relatório de gestão 2002**. Brasília: Presidência da República, Casa Civil, Agência Nacional do Cinema, 2003.

\_\_\_\_\_. **Relatório de gestão 2003**. Rio de Janeiro: Agência Nacional do Cinema, 2004.

\_\_\_\_\_. **Relatório de gestão 2004**. Rio de Janeiro: Agência Nacional do Cinema, 2005.

\_\_\_\_\_. **Relatório de gestão 2005**. Rio de Janeiro: Agência Nacional do Cinema, 2006.

\_\_\_\_\_. **Relatório de gestão 2006**. Rio de Janeiro: Agência Nacional do Cinema, 2007.

\_\_\_\_\_. **Relatório de gestão 2007**. Rio de Janeiro: Agência Nacional do Cinema, 2008.

\_\_\_\_\_. **Relatório de gestão 2008**. Rio de Janeiro: Agência Nacional do Cinema, 2009.

\_\_\_\_\_. **Relatório de gestão 2009**. Rio de Janeiro: Agência Nacional do Cinema, 2010.

\_\_\_\_\_. **Relatório de gestão 2010**. Rio de Janeiro: Agência Nacional do Cinema, 2011.

ANDRADE, L. Q. de. Poder normativo das agências reguladoras (legitimação, extensão e controle). **Revista Eletrônica de Direito Administrativo Econômico (REDAE)**, Salvador, Instituto Brasileiro de Direito Público, n. 15, ago/set/out, 2008. Disponível em: <[www.direitodoestado.com.br/redae.asp](http://www.direitodoestado.com.br/redae.asp)>. Acesso em: 07 out. 2011.

ARRUDA, M. A. do N. A política cultural: regulação estatal e mecenato privado. **Tempo Social** [online]. 2003, vol.15, n.2, pp. 177-193. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ts/v15n2/a07v15n2.pdf>>. Acesso em: 06 out. 2011.

AZAMBUJA, L. R. A sociologia econômica. **Sociologias**, Porto Alegre, ano 9, n. 17, jan./jul. 2007, p. 340-345.

BAGNOLI, V. **Direito Econômico**. São Paulo: Editora Atlas, 2005.

BANCO NACIONAL DO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL. **Fundos de financiamento da indústria cinematográfica nacional – Funcines**. Rio de Janeiro, 2007. Disponível em: <[http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes\\_pt/Areas\\_de\\_Atuacao/Cultura/Audiovisual/Funcines/index.html](http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Areas_de_Atuacao/Cultura/Audiovisual/Funcines/index.html)>. Acesso em: 06 out. 2011.

BANDEIRA, F. de P. M. **Comentários ao projeto de lei geral das agências reguladoras (PL n° 3.337/2004)**. 2006. Disponível em: <[http://www2.camara.leg.br/documentos-e-pesquisa/publicacoes/estnottec/tema16/2006\\_2003.pdf](http://www2.camara.leg.br/documentos-e-pesquisa/publicacoes/estnottec/tema16/2006_2003.pdf)>. Acesso em: 15 mar. 2011.

BANDEIRA, L. A. M. As políticas neoliberais e a crise na América do Sul. **Revista Brasileira de Política Internacional**, Brasília, v. 45, n. 2, dez. 2002. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-73292002000200007&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-73292002000200007&lng=pt&nrm=iso)>. Acesso em: 13 mai. 2013.

BARBOSA, R. **Oração aos moços**. 5.ed. Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 1997.

BARONE, J. G. **Exibição, crise de público e outras questões do cinema brasileiro**. 2008. Disponível em: <<http://caioba.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/viewFile/4980/3682>>. Acesso em: 28 nov. 2011.

BARRETO apud LAGE, Janaina. **A era multiplex**. 2007. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2506200707.htm>>. Acesso em: 15 fev. 2013.

BAUDRILLARD, J. **À sombra das maiorias silenciosas: o fim do social e o surgimento das massas**. 4.ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1985.

BENHAMOU, F. **Economia da cultura**. Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2007.

BENTES apud. MARSON, M. I. **O cinema da retomada: Estado e cinema no Brasil da dissolução da Embrafilme à criação da Ancine**. 2006. 203 p. Dissertação (Mestrado) – UNICAMP, Campinas, 2006.

BENTES, I. **Sertões e favelas no cinema brasileiro contemporâneo: estética e cosmética da fome**. 2007. Disponível em: <[http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/Alceu\\_n15\\_Bentes.pdf](http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/Alceu_n15_Bentes.pdf)>. Acesso em: 27 jun. 2013.

BERNARDET, GALVÃO apud JORGE, M. S. **Cinema novo e Embrafilme: cineastas e Estado pela consolidação da indústria cinematográfica brasileira**. 2002. [s.n.]. Dissertação (Mestrado) – UNICAMP, Campinas, 2002.

BERNARDET, J. **Brasil em tempo de cinema: ensaio sobre o cinema brasileiro de 1958 a 1966**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

\_\_\_\_\_. **Cinema brasileiro: propostas para uma história**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

BINENBOJM, G. Agências reguladoras independentes e democracia no Brasil. **Revista Eletrônica de Direito Administrativo Econômico (REDAE)**, Salvador, Instituto de Direito Público da Bahia, n. 3, ago./set./out. 2005. Disponível em: <<http://www.direitodoestado.com/revista/REDAE-3-AGOSTO-2005-GUSTAVO%20BINENBOJM.pdf>>. Acesso em: 02 ago. 2012.

\_\_\_\_\_. **Uma teoria do direito administrativo: direitos humanos, democracia e constitucionalização**. Rio de Janeiro: RENOVAR, 2006.

BINENBOJM apud LEMOS, R. D.; XAVIER, Y. M. de A. Participação popular e eficiência nas agências reguladoras: fundamentos, limites e conflitos no âmbito do direito positivo. In: **Constituição e Garantia de Direitos**, vol. 3, n. 1, 2010. Disponível em: <<http://www.ccsa.ufrn.br/ojs/index.php/PPGD/article/viewFile/40/30>>. Acesso em: 13 out. 2011.

BOBBIO, N. **O futuro da democracia**. 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1986.

BOLAÑO, C.; GOLIN, C.; BRITTOS, V. (Orgs.). **Economia da arte e da cultura**. São Paulo: Itaú Cultural, 2010.

BOURDIEU apud RAUD, C. Bourdieu e a nova sociologia econômica. **Tempo Social**, v. 19, n. 2, 2007.

BOURDIEU, P. **As regras da arte**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

\_\_\_\_\_. **Economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2007a.

\_\_\_\_\_. **Escritos de educação**. 9 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007b.

BRANT, L. **Cinema brasileiro une-se às majors e cresce 163% entre 2001 e 2008**. 2009. Disponível em: <<http://www.culturaemercado.com.br/analise/cinema-brasileiro-une-se-as-majors-e-cresce-163-entre-2001-e-2008/>>. Acesso em: 31 jul. 2012.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**: promulgada em 5 de outubro de 1988. 27. ed. São Paulo: Saraiva, 2001.

\_\_\_\_\_. Decreto n. 4.121 de 07 de fevereiro de 2002. Aprova a Estrutura Regimental e o Quadro Demonstrativo dos Cargos Comissionados e dos Cargos Comissionados Técnicos da Agência Nacional do Cinema - ANCINE, e dá outras providências. **Diário Oficial da União**. República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 07 fev. 2002. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto/2002/D4121a.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/2002/D4121a.htm)>. Acesso em: 21 out. 2011.

\_\_\_\_\_. Decreto n. 4.330 de 12 de agosto de 2002. Altera o Anexo II ao Decreto nº 4.121, de 7 de fevereiro de 2002, que aprova a Estrutura e o Quadro Demonstrativo dos Cargos Comissionados Técnicos da Agência Nacional do Cinema - ANCINE. **Diário Oficial da União**. República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 12 ago. 2002. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto/2002/D4330.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/2002/D4330.htm)>. Acesso em: 21 out. 2011.

\_\_\_\_\_. Decreto n. 7.061 de 30 de fevereiro de 2009. Dispõe sobre a obrigatoriedade de exibição de obras audiovisuais cinematográficas brasileiras, e dá outras providências. **Diário Oficial da União**. República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 30 dez. 2009. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto/2002/D4121a.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/2002/D4121a.htm)>. Acesso em: 21 out. 2011.

\_\_\_\_\_. Decreto n. 91.144 de 15 de março de 1985. Cria o Ministério da Cultura e dispõe sobre a estrutura, transferindo-lhe os órgãos que menciona, e dá outras providências. **Diário Oficial da União**. República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 15 de março de 1985. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/arquivos/pdf/d91144.pdf>>. Acesso em 17 mar. 2010.

\_\_\_\_\_. Lei n. 9.986 de 18 de julho de 2000. Dispõe sobre a gestão de recursos humanos das Agências Reguladoras e dá outras providências. **Diário Oficial da União**. República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 18 jul. 2000. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L9986.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9986.htm)>. Acesso em: 21 out. 2011.

\_\_\_\_\_. Lei n. 10.470 de 25 de junho de 2002. Dispõe sobre a gestão de recursos humanos das Agências Reguladoras e dá outras providências. **Diário Oficial da União**. República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 26 jun. 2002. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/L10470.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10470.htm)>. Acesso em: 21 out. 2011.

\_\_\_\_\_. Medida Provisória n. 491, de 23 de junho de 2010. Institui o Programa Cinema Perto de Você e dá outras providências. **Diário Oficial da União**. República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 24 de junho de 2010. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2007-2010/2010/Mpv/491.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2010/Mpv/491.htm)>. Acesso em: 21 nov. 2011.



\_\_\_\_\_. Medida Provisória n. 545, de 29 de setembro de 2011. Altera a Lei nº 10.893, de 13 de julho de 2004, que dispõe sobre o Adicional ao Frete para a Renovação da Marinha Mercante - AFRMM e o Fundo da Marinha Mercante - FMM; altera a Medida Provisória nº 2.228-1, de 6 de setembro de 2001, e as Leis nº 11.434, de 28 de dezembro de 2006, nº 11.196, de 21 de novembro de 2005, nº 10.865, de 30 de abril de 2004, e nº 8.685, de 20 de julho de 1993; altera a incidência da Contribuição para o PIS/PASEP e da Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social - COFINS na cadeia produtiva do café, institui o Programa Cinema Perto de Você, e dá outras providências. **Diário Oficial da União**. República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 30 de setembro de 2011. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/CCIVIL\\_03/\\_Ato2011-2014/2011/Mpv/545.htm](http://www.planalto.gov.br/CCIVIL_03/_Ato2011-2014/2011/Mpv/545.htm)>. Acesso em: 21 nov. 2011.

\_\_\_\_\_. Medida Provisória n. 2.228-1 de 6 de setembro de 2001. Estabelece princípios gerais da Política Nacional do Cinema, cria o Conselho Superior do Cinema e a Agência Nacional do Cinema - ANCINE, institui o Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Nacional - PRODECINE, autoriza a criação de Fundos de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional - FUNCINES, altera a legislação sobre a Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional e dá outras providências. **Diário Oficial da União**. República Federativa do Brasil, 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: 11 out. 2011.

BRASIL. Ministério da Cultura. **Plano da secretaria da economia criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011-2014**. Brasília, Ministério da Cultura, 2011a.

\_\_\_\_\_. **Relatório de atividades da Secretaria do Audiovisual: Cinema, som e vídeo (1995-2002)**. Brasília, Ministério da Cultura, 2002.

BRASIL. Ministério das Relações Exteriores. Secretaria de Planejamento Diplomático. **Balanco de política externa 2003-2010**. Brasília, Fundação Alexandre de Gusmão, 2011b. Disponível em: <<http://www.itamaraty.gov.br/temas/balanco-de-politica-externa-2003-2010>>. Acesso em: 26 abr. 2013.

BRITTO, A. M. R. de; SANTOS, C. C. dos. Instrumentos para a concretização da democracia participativa. O fundo constitucional de cultura. Vinho novo em odre velho? **Revista Eletrônica sobre a Reforma do Estado (RERE)**, Salvador, n. 19, set./nov. 2009. Disponível em: <<http://www.direitodoestado.com/revista/RERE-19-SETEMBRO-2009-ALZEMERIMARTINS.pdf>>. Acesso em: 20 set. 2010.

BUNDT, R. **Os modelos de fomento ao cinema no Brasil e na Argentina**. 2007. Disponível em: <[http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/a/ac/GT2-\\_05-\\_Os\\_modelos\\_de\\_fomento-\\_Roger.pdf](http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/a/ac/GT2-_05-_Os_modelos_de_fomento-_Roger.pdf)>. Acesso em: 19 abr. 2011.

BUTCHER, P. **A dona da história: origens da Globo Filmes e seu impacto no audiovisual brasileiro**. 2006. 114 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006.

CAETANO, M. R. **Cinema brasileiro (1990-2002): da crise dos anos Collor à retomada**. 2007. Disponível em: <[http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/Alceu\\_n15\\_Caetano.pdf](http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/Alceu_n15_Caetano.pdf)>. Acesso em: 27 jun. 2013.

CALABRE, L. Políticas culturais no Brasil: balanço e perspectivas. **III ENECULT – Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura**, Salvador/Bahia, p. 1-18, mai. 2007. Disponível em: <<http://www.gestaocultural.org.br/pdf/Lia%20-%20Pol%C3%ADticas%20Culturais%20no%20Brasil%20balan%C3%A7o%20e%20perspectivas.pdf>>. Acesso em: 15 abr. 2012.

CAMARGO, R. Entrevista com Rodrigo Camargo – assessor de diretoria da Ancine. São Carlos: 2011. **Revista Universitária do Audiovisual**, n. 40, set. 2011. Entrevista concedida a Estela Andrade, Priscila Lourenção e Gabriel Ribeiro. Disponível em: <<http://www.ufscar.br/rua/site/?p=6066>>. Acesso em: 15 out. 2011.

CARVALHO FILHO, J. dos S. Agências reguladoras e poder normativo. **Revista Eletrônica de Direito Administrativo Econômico (REDAE)**, Salvador, Instituto Brasileiro de Direito Público, n. 9, fev/mar/abr, 2007. Disponível em: <[WWW.direitodoestado.com.br/redae.asp](http://WWW.direitodoestado.com.br/redae.asp)>. Acesso em: 07 out. 2011.

CARVALHO, N. S. **Cinema novo: imagens do populismo**. 1999. [s.n.]. Dissertação (Mestrado) – UNICAMP, Campinas, 1999.

CARVALHO, V. O mundo sente falta. **Revista USP**, n. 19, set./out./nov. 1993. Disponível em: <<http://www.usp.br/revistausp/19/06-vladimir.pdf>>. Acesso em: 22 nov. 2011.

CASTELLS, M. Para o Estado-Rede: globalização econômica e instituições políticas na era da informação. In: PEREIRA, Luiz Carlos Bresser; WILHEIM, J.; SOLA, L. (Orgs.). **Sociedade e Estado em transformação**. São Paulo: Editora UNESP; Brasília, ENAP, 1999.

CATELLI, R. E; CARDOSO, S. P. **O cinema brasileiro contemporâneo: retomada e diversidade**. 2009. Disponível em: <<http://www.ufscar.br/rua/site/?p=1670>>. Acesso em: 06 out. 2011.

CECILIO NETO, A. S. Reflexões sobre o cinema brasileiro. **Revista USP**, São Paulo, n. 19, p. 70-75, set./out./nov., 1993.

CERVO, A. L. Sob o signo neoliberal: as relações internacionais da América Latina. **Revista Brasileira de Política Internacional**, Brasília, v. 43, n. 2, dez. 2000. Disponível em <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-73292000000200001&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-73292000000200001&lng=pt&nrm=iso)>. Acesso em: 13 mai. 2013.

CESNIK apud IKEDA, M. G. **O modelo das leis de incentivo fiscal e as políticas públicas cinematográficas a partir da década de noventa**. 2011. 215 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2011.

CESNIK, F. **Guia do incentivo à cultura**. Barueri: Manole, 2002.

CHAUÍ, M. Cultura política e política cultural. In: **Estudos Avançados 9** (23), 1995. p. 71-84.

COELHO, T. Para não ser alternativo no próprio país. **Revista USP**, n. 19, set./out./nov. 1993. Disponível em: <<http://www.usp.br/revistausp/19/01-teixeiracoelho.pdf>>. Acesso em: 19 nov. 2011.

COHN, G. **Sociologia da comunicação: teoria e ideologia**. São Paulo: Pioneira, 1973.

CORBISIER, R. **Formação e problema da cultura brasileira**. 3.ed. Rio de Janeiro: Instituto Superior de Estudos Brasileiros, 1960.

CORDEIRO, E. **Encontro discute cota de exibição de filmes produzidos no Mercosul**. 2004. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/noticia/2004-12-02/encontro-discute-cota-de-exibicao-de-filmes-produzidos-no-mercosul>>. Acesso em: 30 jun. 2012.

COSTA, S. **A criação dos Funcines e os benefícios para a sociedade brasileira**. 2003. Disponível em: <[http://www.conjur.com.br/2003-jul-18/beneficios\\_funcines\\_sociedade\\_brasileira](http://www.conjur.com.br/2003-jul-18/beneficios_funcines_sociedade_brasileira)>. Acesso em: 04 abr. 2011.

CRETON apud SÁ NETO, A. A. F. de. **O pensamento industrial cinematográfico brasileiro**. 2004. 283 p. Tese (Doutorado em Multimeios) – UNICAMP, Campinas, 2004.

CRUZ, G. R. **Participação versus representação: o dilema da legitimidade política**. 2008. Disponível em: <[http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/alceu\\_n16\\_ReisCruz.pdf](http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/alceu_n16_ReisCruz.pdf)>. Acesso em: 25 fev. 2013.

CUCHE, D. **A noção de cultura nas ciências sociais**. Bauru: EDUSC, 1999.

DAHL, G. **Construindo a Ancine**. 2006. Disponível em: <[http://www.ancine.gov.br/sites/default/files/artigos/construindo\\_ancine\\_gd.pdf](http://www.ancine.gov.br/sites/default/files/artigos/construindo_ancine_gd.pdf)>. Acesso em: 17 mar. 2012.

DASSO JÚNIOR, A. É. **Estado regulador, regulação e agências reguladoras: uma contribuição teórica a partir do caso brasileiro**. 2012. Disponível em: <[http://www.derecho.usmp.edu.pe/centro\\_derecho\\_economia/revista/febrero\\_2012/Estado\\_regulador\\_Aragon\\_Dasso\\_Junior.pdf](http://www.derecho.usmp.edu.pe/centro_derecho_economia/revista/febrero_2012/Estado_regulador_Aragon_Dasso_Junior.pdf)>. Acesso em: 25 fev. 2013.

DI PIETRO, M. S. Z. **Discricionariedade administrativa na Constituição de 1988**. 2.ed. São Paulo: Editora Atlas, 2007.

\_\_\_\_\_. **Parcerias na administração pública: concessão, permissão, franquias, terceirização, parceria público-privada e outras formas**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2005.

DOUGLAS, M. O mundo dos bens, vinte anos depois. **Revista Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, v. 13, n. 28, jul./dez. 2007.

\_\_\_\_\_.; ISHERWOOD, B. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004.

DURAND, J. C. Cultura como objeto de política pública. São Paulo: **São Paulo em Perspectiva**, vol. 15, no. 2, 2001.

\_\_\_\_\_. **Sugestões para o cultivo e a difusão da economia da cultura no Brasil**. 2007. Disponível em: <<http://www.fundaj.gov.br/geral/ascom/economia/sugestoes.pdf>>. Acesso em: 28 out. 2011.

EPSTEIN apud CAPISTRANO, T. A tração do olhar: cinema, percepção e espetáculo. **XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Rio de Janeiro/RJ, p. 1-13, set. 2005. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R1659-1.pdf>>. Acesso em: 02 mai. 2013.

ESPING-ANDERSEN, G. As três economias políticas do Welfare State. In: Revista **Lua Nova**, n. 24, set. 1991.

ESTEVINHO, T. A. D. Cinema e política no Brasil: os anos da retomada. **Revista Aurora**, n. 5, 2009. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/aurora/article/viewFile/4541/3125>>. Acesso em: 15 set. 2011.

FARANI, M. Cinema e política: a política externa e a promoção do cinema brasileiro no mercado internacional. In: MELEIRO, Alessandra (org.). **Cinema e economia política**. São Paulo: Escrituras Editora, 2009.

FARIA, J. E. **Regulação, direito e democracia**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2002.

FARIAS apud SIMIS, A. Concine – 1976 a 1990. In CALABRE, Lia (org.). **Políticas culturais: diálogos e tendências**. Rio de Janeiro: Edições Casa de Rui Barbosa, 2010.

FONSECA, J. B. L. **Direito econômico**. Rio de Janeiro: Forense, 2004.

FONTES, L. de O. **Raízes do neoliberalismo brasileiro: uma análise sociológica do processo de abertura comercial**. 2011. 204 p. Dissertação (Mestrado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.

FORNAZARI, F. K. Instituições do Estado e políticas de regulação e incentivo ao cinema no Brasil: o caso Ancine e Ancinav. **RAP**, Rio de Janeiro 40 (4), jul./ago. 2006. p. 647-677.

\_\_\_\_\_. **O lugar da imagem** – Ancine, Ancinav e o desafio da regulação do audiovisual no Brasil. 2007. 50 f. Dissertação (Mestrado) – Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2007.

\_\_\_\_\_. Reforma do Estado, regulação e incentivo ao cinema no Brasil: o caso Ancine e Ancinav. **Cadernos Gestão Pública e Cidadania**, São Paulo, n. 46, v. 10, jan./abr. 2005, p. 39-62. Disponível em: <<http://www.eaesp.fgvsp.br/subportais/ceapg/Acervo%20Virtual/Cadernos/Cadernos/Cad46.pdf>>. Acesso em: 28 nov. 2011.

GATTI, A. P. **Distribuição e exibição na indústria cinematográfica brasileira (1993-2003)**. 2005. [s.n.]. Tese (Doutorado) – UNICAMP, Campinas, 2005.

\_\_\_\_\_. **Embrafilme e o cinema brasileiro**. São Paulo: Centro Cultural São Paulo, 2007. (cadernos de pesquisa; v. 6) Disponível em: <<http://www.centrocultural.sp.gov.br/cadernos/lightbox/lightbox/pdfs/Embrafilme.pdf>>. Acesso em: 29 fev. 2012.

GETINO, O. **El cine en el mercosur y países asociados**. Disponível em: <[www.oma.recam.org](http://www.oma.recam.org)>. Acesso em 06 de março de 2005.

GHIORZI, L. **Incentivo à cultura: um dever do poder público**. 2010. Disponível em: <<http://www.nonada.com.br/2010/09/incentivo-a-cultura-um-dever-do-poder-publico/>>. Acesso em: 13 jun. 2012.

GILLONE, A. D. de S. **Identidades e política no cinema brasileiro contemporâneo**. 2012. Disponível em: <<http://www3.eca.usp.br/sites/default/files/webform/projetos/pos-doc/ADSG.pdf>>. Acesso em: 30 jun. 2013.

GOMES, F. B. A importância da vítima no processo penal da pirataria. **Jus Navigandi**, Teresina, ano 15, n. 2690, 12 nov. 2010. Disponível em: <<http://jus.com.br/revista/texto/17818>>. Acesso em: 26 jun. 2013.

GOMES, L. F.; MOLINA, A. G. P. **Direito penal** – parte geral. 2.ed. São Paulo: RT, 2009.

GOMES, P. E. S. **Cinema: trajetória no subdesenvolvimento**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.

GONÇALVES, E. V. Um panorama do “consumo” a partir da nova sociologia econômica. **Em Tese** – Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC, vol. 6, n. 3, jan./jul. 2009, p. 1-24.

GRAÇA, J. C. Afinal, o que é mesmo a nova sociologia econômica? **Revista Crítica de Ciências Sociais**, 73: p. 111-129, dez. 2005. Disponível em: <<http://www.ces.uc.pt/publicacoes/rccs/artigos/73/RCCS73-111-129-Joao%20C.Graca.pdf>>. Acesso em: 28 out. 2011.

GRAMSCI, A. Alguns aspectos teóricos e práticos do “economicismo”. In: SADER, Emir (Org.). **Gramsci** – poder, política e partido. São Paulo: Expressão Popular, 2005.

GROTTI, D. A. M. As agências reguladoras. **Revista Eletrônica de Direito Administrativo Econômico (REDAE)**, Salvador, Instituto de Direito Público da Bahia, n. 6, mai/jun/jul, 2006. Disponível em: <<http://www.direitodoestado.com.br/redae.asp>>. Acesso em: 07 out. 2011.

GRÜN, R.. Sociologia das finanças e a nova geografia do poder no Brasil. **Tempo Social**, v. 16, n. 2, p. 151-176.

GUERRA, S. **Controle judicial dos atos regulatórios**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2005.

HABERMAS, J. **Direito e democracia: entre facticidade e validade**. vol. I. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997.

H Aidar, R. Especialista critica politização das agências reguladoras. **Revista Consultor Jurídico**, 29 out. 2010. Disponível em: <<http://www.conjur.com.br/2010-out-29/especialista-critica-politizacao-agencias-reguladoras>>. Acesso em: 13 out. 2011.

HARVEY, D. **A produção capitalista do espaço**. São Paulo: Annablume, 2005.

\_\_\_\_\_. **O neoliberalismo: história e implicações.** São Paulo: Edições Loyola, 2008.

IKEDA, M. G. Distribuição de longas-metragens brasileiros a partir das leis de incentivo (1995-2007): um panorama. FABRIS, M.; SOUZA, G.; FERRARAZ, R.et. al. (orgs.). **Estudos de cinema e audiovisual Socine.** São Paulo: Socine, 2010.

\_\_\_\_\_. **O modelo das leis de incentivo fiscal e as políticas públicas cinematográficas a partir da década de noventa.** 2011. 215 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2011.

JORGE, M. S. **Cinema novo e Embrafilme: cineastas e Estado pela consolidação da indústria cinematográfica brasileira.** 2002. [s.n.]. Dissertação (Mestrado) – UNICAMP, Campinas, 2002.

KERSTENETZKY, C.L. **Políticas sociais sob a perspectiva do Estado do Bem-Estar Social: desafios e oportunidades para o “catching up” social brasileiro.** Rio de Janeiro: BNDES, 2010.

KING, J. **El Carrete Mágico: una historia del cine latinoamericano.** Bogotá: TM Editores, 1994.

LAGE, Janaina. **A era multiplex.** 2007. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2506200707.htm>>. Acesso em: 15 fev. 2013.

LANNA, M. Nota sobre Marcel Mauss e o ensaio sobre a dádiva. **Revista Sociologia Política**, Curitiba, 14: p. 173-194, jun. 2000.

LEAL, A.; MATTOS, T. O papel dos festivais de cinema no Brasil: um diagnóstico do setor. MELEIRO, Alessandra (org.). **Cinema e mercado.** São Paulo: Escrituras Editoras, 2010.

LEME, C. G. **1994-2008: filmes brasileiros e ditadura militar.** 2008. 142 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Sociais) – Faculdade de Ciências e Letras, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Araraquara, 2008.

LEMOS, R. D.; XAVIER, Y. M. de A. Participação popular e eficiência nas agências reguladoras: fundamentos, limites e conflitos no âmbito do direito positivo. In: **Constituição e Garantia de Direitos**, vol. 3, n. 1, 2010. Disponível em: <<http://www.ccsa.ufrn.br/ojs/index.php/PPGD/article/viewFile/40/30>>. Acesso em: 13 out. 2011.

LEMOS, R. **Direito, tecnologia e cultura.** Rio de Janeiro: Editora FGV, 2005. Disponível em: <<http://www.overmundo.com.br/banco/livrodireito-tecnologia-e-cultura-ronaldolemos>>. Acesso em: 04 out. 2011.

LENNERTZ, M. R. **Agências Reguladoras e democracia no Brasil: entre facticidade e validade.** 2008. 175f. Dissertação de Mestrado (Mestrado em Direito) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2008.

LUCA, L. G. **Exibição: do monopólio ao pluripólio.** 2010. Disponível em: <<http://www.cenacine.com.br/?p=6123>>. Acesso em: 19 set. 2011.

MAJONE, G. Do Estado positivo ao Estado regulador: causas e conseqüências de mudanças no modo de governança. In: **Revista do Serviço Público.** Ano 50, n. 1, jan/mar, 1999.

MARINHO, T. A. Cultura e economia: a busca de uma teoria do consumo. **Sociedade e Estado**, Brasília, v. 23, n. 3, p. 761-766, set./dez. 2008. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/se/v23n3/a09v23n3.pdf>>. Acesso em: 28 out. 2011.

MARTIN, M. **A linguagem cinematográfica.** São Paulo: Brasiliense, 2003.

MARTINS, M. S. M. **A legitimidade da criação normativa das agências reguladoras.** Jus Navigandi, Teresina, ano 16, n. 2761, 22 jan. 2011. Disponível em: <<http://jus.com.br/revista/texto/18330>>. Acesso em: 14 mar. 2012.

MARSON, M. I. **O cinema da retomada: Estado e cinema no Brasil da dissolução da Embrafilme à criação da Ancine.** 2006. 203 p. Dissertação (Mestrado) – UNICAMP, Campinas, 2006.

MARX, K. **Manuscritos Econômicos - Filosóficos de 1844.** Lisboa: Avante, 1993. (Caderno I – p.13-74).

MASCARELLO, F. Procura-se a audiência cinematográfica brasileira desesperadamente. In: MACHADO Jr., Rubens; SOARES, Rosana de Lima; ARAÚJO, Luciana Corrêa de. (orgs.). **Estudos de cinema.** São Paulo: Annablume; Socine, 2006.

MATTA, J. P. R. **Análise competitiva da indústria cinematográfica brasileira no mercado interno de salas de exibição, de 1994 a 2003.** 2004. 296 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Escola de Administração, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2004.

MATTOS, P. T. L. A formação do estado regulador. **Novos estud. - CEBRAP** [online]. 2006, n.76, p. 139-156. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/nec/n76/07.pdf>>. Acesso em: 11 out. 2011.

MAUSS, M. Ensaios sobre a dádiva: forma e razão da troca nas sociedades arcaicas. In: **Sociologia e Antropologia.** São Paulo: EPU, 1974.

MAZZA, A. **Agências reguladoras.** São Paulo: Malheiros, 2005.

MELEIRO, A. (Org.). **Cinema e economia política.** São Paulo: Escrituras Editora, 2009.

\_\_\_\_\_. (Org.). **Cinema e mercado.** São Paulo: Escrituras Editoras, 2010.

\_\_\_\_\_. **O novo cinema iraniano.** São Paulo: Escrituras Editora, 2006.

MELLO, C. A. B. de. **Curso de direito administrativo.** 15.ed. São Paulo: Malheiros, 2003.

MELO, M. A. A política da ação regulatória: responsabilização, credibilidade e delegação. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 16, n. 46, p. 55-68, 2001.

MELO, P. B. de. O financiamento do cinema no Brasil: as leis de incentivo e a possibilidade de autonomia. **II Encontro da ULEPICC**, Bauru, p. 895-911, ago. 2008. Disponível em: <[http://publique.rdc.puc-rio.br/revistaalceu/media/Alceu19\\_Melo.pdf](http://publique.rdc.puc-rio.br/revistaalceu/media/Alceu19_Melo.pdf)>. Acesso em: 15 abr. 2011.

MOREIRA, M. S. de S. **As agências reguladoras no direito brasileiro e o problema da competência normativa abstrata: possibilidade extensão e limites**. In: *Âmbito Jurídico*, Rio Grande, 79, 01/08/2010 [Internet]. Disponível em: <<http://www.ambito-juridico.com.br/pdfsGerados/artigos/8205.pdf>>. Acesso em: 13 out. 2011.

NAGIB, L. **O cinema da retomada**. Editora 34: São Paulo, 2002.

NEGRÃO, J. J. de O. **O governo FHC e o neoliberalismo**. 1996. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/50830736/Governo-FHC-e-o-Neoliberalismo>>. Acesso em: 14 mai. 2013.

NÓVOA, J. Metamorfoses do cinema brasileiro na era da mundialização neoliberal: em busca de uma identidade estética? **Araucaria**, Espanha, Universidad de Sevilla, vol. 8, núm. 15, p. 77-89, 2006. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28281505>>. Acesso em: 13 mai. 2013.

NUNES, E.; COSTA, C.; ANDRADE, H.; BURLAMAQUI, P. O governo Lula e as mudanças nas agências reguladoras. In: **Observatório Universitário**, Databrasil – Ensino e Pesquisa, documento de trabalho 17, 2005. Disponível em: <[http://www.observatoriouniversitario.org.br/documentos\\_de\\_trabalho/documentos\\_de\\_trabalho\\_17.pdf](http://www.observatoriouniversitario.org.br/documentos_de_trabalho/documentos_de_trabalho_17.pdf)>. Acesso em: 15 abr. 2012.

OLIVEIRA, M. M. de. **Como fazer pesquisa qualitativa**. Petrópoli: Vozes, 2007.

OLIVEIRA, R. C. R. O modelo norte-americano de agências reguladoras e sua recepção pelo Direito Brasileiro. **Revista Eletrônica sobre a Reforma do Estado (RERE)**, Salvador, Instituto Brasileiro de Direito Público, n. 22, junho, julho, agosto, 2010. Disponível em: <<http://www.direitodoestado.com/revista/RERE-22-JUNHO-2010-RAFAEL-OLIVEIRA.pdf>>. Acesso em: 15 mar. 2012.

PEIXOTO, J.; MARQUES, R. A sociologia económica em Portugal. **Sociologia, Problemas e Práticas**, Oeiras, n. 42, maio 2003. Disponível em: <[http://www.scielo.gpeari.mctes.pt/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0873-65292003000200009&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.gpeari.mctes.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0873-65292003000200009&lng=pt&nrm=iso)>. Acesso em: 14 mai. 2013.

PEREIRA, J. C. O conceito de cultura na Constituição Federal de 1988. In: *Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura*, 4., 2008, Salvador. **Anais....** Salvador: Ed. UFBA. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/enecult2008/14112.pdf>>. Acesso em: 15 mar. 2010.

PEREIRA, L. C. B. **Estado e subdesenvolvimento industrializado**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1981.



POLANYI, K. **A grande transformação: as origens de nossa época**. 2.ed. Rio de Janeiro: Compus, 2000.

PONTES, I. **Cinema cativo: reflexões sobre a miséria do cinema nacional**. São Paulo: EMW Editores, 1987.

PORTO, M. **Cultura e desenvolvimento em um quadro de desigualdades**. Salvador: Secretaria de Cultura, Fundação Pedro Calmon, 2009.

RAMOS, F.; MIRANDA, L. F. **Enciclopédia do cinema brasileiro**. São Paulo: Senac, 2000.

RAMOS, J. M. O. **Cinema, televisão e publicidade: cultura popular de massa no Brasil nos anos 1970-1980**. 2.ed. São Paulo: Annablume, 2004.

RAUD, C. A construção social do Mercado em Durkheim e Weber: análise do papel das instituições na sociologia econômica clássica. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, fev. 2005, v. 20, n. 57. p. 127-208.

\_\_\_\_\_. Bourdieu e a nova sociologia econômica. **Tempo Social**, v. 19, n. 2, 2007.

\_\_\_\_\_. Análise da sociologia econômica de Mark Granovetter: os limites de uma leitura do mercado em termos de redes e imbricação. **Política & sociedade**, n. 6, 2005.

RÉGIO, M. S. **A distribuição independente no cinema brasileiro: um estudo sobre a circulação do longa-metragem nacional no mercado de salas, em 2010**. 2012. 133 p. Dissertação (Mestrado) – PUCRS, Porto Alegre, 2002.

REICHENBACH apud BARONE, J. G. Exibição, crise de público e outras questões do cinema brasileiro. **Sessões do imaginário**, Porto Alegre, n. 20, dez. 2008. Disponível em: <<http://caioba.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/viewFile/4980/3682>>. Acesso em: 28 nov. 2011.

RIBEIRO, F. de O. **Plano nacional de cultura: estudo sobre a indústria cinematográfica brasileira**. Brasília, 2007. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2007/11/cinema-site.pdf>>. Acesso em: 22 nov. 2011.

RIO DE JANEIRO. **Lei n. 1954, de 26 de janeiro de 1992**. Dispõe sobre a concessão de incentivos fiscais para realização de projetos culturais e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.marketingcultural.com.br/leis/todasleis\\_rj.htm](http://www.marketingcultural.com.br/leis/todasleis_rj.htm)>. Acesso em: 05 out. 2011.

\_\_\_\_\_. **Lei n. 3555, de 27 de abril de 2000**. Modifica a lei n. 1954/92 que trata do incentivo à cultura e dá outras providências. Disponível em: <<http://www.rj.gov.br/web/seel/exibeconteudo?article-id=500847>>. Acesso em: 05 out. 2011.

RUBIM, A. A. C. Políticas culturais no Brasil: itinerários e atualidades. In: BOLAÑO, C.; GOLIN, C.; BRITTOS, V. (orgs.). **Economia da arte e da cultura**. São Paulo: Itaú Cultural; São Leopoldo: Cepos/Unisinos; Porto Alegre: PPGCOM/UFRGS; São Cristóvão: Obscom/UFS, 2010.

SAAB, W. G. L.; RIBEIRO, R. M. **Panorama atual do mercado de salas de exibição no Brasil**. 2000. Disponível em: <[http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes\\_pt/Galerias/Arquivos/conhecime nto/setorial/get4is16.pdf](http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecime nto/setorial/get4is16.pdf)>. Acesso em: 25 fev. 2013.

SÁ-EARP, F.; SROULEVICH, H. **O mercado de cinema no Brasil**. 2009. Disponível em: <[http://politicasculturais.files.wordpress.com/2010/03/earp\\_-o-mercado-de-cinema-no-br-2009.pdf](http://politicasculturais.files.wordpress.com/2010/03/earp_-o-mercado-de-cinema-no-br-2009.pdf)>. Acesso em: 04 mai. 2012.

SÁ NETO, A. A. F. de. **O pensamento industrial cinematográfico brasileiro**. 2004. 283 p. Tese (Doutorado) – UNICAMP, Campinas, 2004.

SANTA ROSA, C. **Cinema como fetiche, ou fazendo cinema e tirando onda**. 2009. Disponível em: <[http://www.sambanovagente.com/pdf/cinema\\_feitiche.pdf](http://www.sambanovagente.com/pdf/cinema_feitiche.pdf)>. Acesso em: 29 fev. 2012.

SANTOS-DUISENBERG, E. dos. A economia criativa e a indústria cinematográfica na sociedade contemporânea. In: MELEIRO, Alessandra. (org.). **Cinema e economia política**. São Paulo: Escrituras Editora, 2009.

SALES, G. A. C. **Agências reguladoras brasileiras: estrutura, função normativa e mecanismos de controle**. 2002. 94 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.

SCHWARTZMAN, S. Democracia e governabilidade. In: CARDOSO, Fernando Henrique; FOXLEY, Alejandro. **América Latina: Desafios da Democracia e Desenvolvimento – governabilidade, globalização e políticas econômicas para além da crise**. Rio de Janeiro: Elsevier; São Paulo: Instituto Fernando Henrique Cardoso (iFHC), v.1, 2009. Disponível em: <<http://www.schwartzman.org.br/simon/2009governab.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2010.

SILVA, V. L.s da. Arqueologia da sociologia econômica: a contribuição de Thorstein Veblen. **Estudos de Sociologia**, Araraquara, v. 13, n. 24, p. 133-151, 2008.

SIMIS, A. A contribuição da cota de tela no cinema brasileiro. **O público e o privado**, n. 14, jul./dez. 2009. Disponível em: <[http://www.sumarios.org/sites/default/files/pdfs/58757\\_6786.PDF](http://www.sumarios.org/sites/default/files/pdfs/58757_6786.PDF)>. Acesso em: 28 nov. 2011.

\_\_\_\_\_. A política cultural como política pública. In: Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, 3., 2007, Salvador. **Anais...** Salvador: Ed. UFBA. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/enecult2007/AnitaSimis.pdf>>. Acesso em: 05 out. 2011.

\_\_\_\_\_. A situación del audiovisual brasileño en la década de los noventa. **Revista Comunicación y Sociedad**, 33, Un. De Guadalajara, mai/ago., 2000.

\_\_\_\_\_. Concine – 1976 a 1990. In CALABRE, Lia (org.). **Políticas culturais: diálogos e tendências**. Rio de Janeiro: Edições Casa de Rui Barbosa, 2010.

\_\_\_\_\_. Cinema e democracia: rimas e contrastes. **Eptic on-line: Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación**, Dossiê Especial Cultura e

Pensamento, Vol. II – Dinâmicas Culturais, p. 59-69, dez. 2006. Disponível em: <<http://www2.eptic.com.br/sgw/data/bib/artigos/4135f755529f7fc72b73a41df6ea73c0.pdf>>. Acesso em: 13 mar. 2011.

\_\_\_\_\_. **Estado e cinema no Brasil**. 2.ed. São Paulo: Annablume, 2008.

\_\_\_\_\_. O audiovisual brasileiro dos anos 90: questão estética ou econômica. In: LASA – LATIN AMERICAN STUDIES ASSOCIATION, 1998, Chicago. **Anais...** Chicago: LASA, 1998. p. 2-33. Disponível em: <<http://lasa.international.pitt.edu/LASA98/Simis-Pellegrini.pdf>>. Acesso: 15 set. 2011.

\_\_\_\_\_. O GATT e o cinema brasileiro. **Cenários** – Revista do Grupo de Estudos Interdisciplinares Sobre Cultura e Desenvolvimento, ano I, n. 1, Araraquara, 1999, p. 103-9.

\_\_\_\_\_. **Política cinematográfica de 1976 a 1990**. 2009. Disponível em: <<http://lasa.international.pitt.edu/members/congress-papers/lasa2009/files/SimisAnita.pdf>>. Acesso em: 15 mar. 2012.

SMITH, A. **A riqueza das nações**. 1.ed. Curitiba: Juruá, 2010.

SOUZA, J. I. de M. e. A morte e as mortes do cinema brasileiro e outras histórias de arrear. **Revista USP**, n. 19, set./out./nov. 1993. Disponível em: <<http://www.usp.br/revistausp/19/05-joseinacio.pdf>>. Acesso em: 19 nov. 2011.

SOUZA, T. C.; PIRES, M. de M. **Estrutura, conduta e desempenho do mercado brasileiro de salas de cinema**. 2012. Disponível em: <[http://www.uesb.br/eventos/semana\\_economia/anais/e03.pdf](http://www.uesb.br/eventos/semana_economia/anais/e03.pdf)>. Acesso em: 12 mai. 2013.

STEINER, P. La nouvelle sociologie économique, l'analyse structurale et La théorie économique. **Cahiers d'Economie Politique**, n. 33, 107-135, 1998.

\_\_\_\_\_. A tradição francesa de crítica sociológica à economia política. **Política e Sociedade**, vol. 8, n. 15, out. 2009, p. 13-45.

SWEDBERG, R. Sociologia econômica: hoje e amanhã. **Tempo Social**, v. 16, n. 2, p. 7-34. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ts/v16n2/v16n2a01.pdf>>. Acesso em: 20 out. 2011.

TEIXEIRA, A. **Fortalecimento de negócios audiovisuais no mercado externo: um olhar sobre o setor cinematográfico**. In: Cinema e Economia Política. São Paulo: Escrituras Editora, 2009.

TORRES, C. R. A. **Agências reguladoras: aspectos jurídicos e doutrinários. Origem e surgimento das agências reguladoras no Brasil**. In: Âmbito Jurídico, Rio Grande, 35, 2006 [Internet]. Disponível em: <[http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n\\_link=revista\\_artigos\\_leitura&artigo\\_id=1555](http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=1555)>. Acesso em 05/10/2011.

VALIATI, L. Cinema e economia da cultura: conhecimento do mercado pavimentando o caminho da sustentabilidade. In: MELEIRO, Alessandra (editora). Cinema e audiovisual em

perspectiva: pensando políticas públicas e mercado. **Revista Observatório Itaú Cultural**, n. 10, set./dez. 2010. São Paulo, SP: Itaú Cultural, 2010.

VENTURA, M. As críticas à burocracia da Ancine. In: **O Globo**, Cultura, 2011. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/cultura/mat/2011/04/03/cineastas-pedem-ministra-da-cultura-reducao-da-burocracia-924145999.asp>>. Acesso em: 14 out. 2011.

VINHA, V. da. Polanyi e a nova sociologia econômica: uma aplicação contemporânea do conceito de enraizamento social. **Econômica**, v. 3, n. 2, p. 207-230, dez. 2001.

WEBER, M. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. São Paulo: Pioneira, 1967.

\_\_\_\_\_. **Economia e sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva**. Brasília, DF: Editora Universidade de Brasília: São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 1999.

***Endereços Eletrônicos Consultados:***

BRANT, L. Cultura e Mercado. Disponível em: <<http://www.culturaemercado.com.br>>. Acesso em: 06 out. 2011.

BRASIL. Ancine. Disponível em: <<http://www.ancine.gov.br>>. Acesso em: 17 set. 2011.

BRASIL. Banco Nacional do Desenvolvimento. Disponível em: <<http://www.bndes.gov.br>>. Acesso em: 12 abr. 2012.

BRASIL. Ministério da Cultura. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br>>. Acesso em: 09 out. 2011.

BRASIL. Ministério das Relações Exteriores. Disponível em: <<http://www.itamaraty.gov.br>>. Acesso em: 29 nov. 2011.

## **ANEXOS**

**Anexo I: Medida Provisória nº 2.228-1, de 6 de setembro de  
2001**

Estabelece princípios gerais da Política Nacional do Cinema, cria o Conselho Superior do Cinema e a Agência Nacional do Cinema - ANCINE, institui o Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Nacional - PRODECINE, autoriza a criação de Fundos de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional - FUNCINES, altera a legislação sobre a Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 62 da Constituição, adota a seguinte Medida Provisória, com força de lei:

**CAPÍTULO I  
DAS DEFINIÇÕES**

Art. 1º Para fins desta Medida Provisória entende-se como:

I - obra audiovisual: produto da fixação ou transmissão de imagens, com ou sem som, que tenha a finalidade de criar a impressão de movimento, independentemente dos processos de captação, do suporte utilizado inicial ou posteriormente para fixá-las ou transmiti-las, ou dos meios utilizados para sua veiculação, reprodução, transmissão ou difusão;

II - obra cinematográfica: obra audiovisual cuja matriz original de captação é uma película com emulsão fotossensível ou matriz de captação digital, cuja destinação e exibição seja prioritariamente e inicialmente o mercado de salas de exibição;

III - obra videofonográfica: obra audiovisual cuja matriz original de captação é um meio magnético com capacidade de armazenamento de informações que se traduzem em imagens em movimento, com ou sem som;

IV - obra cinematográfica e videofonográfica de produção independente: aquela cuja empresa produtora, detentora majoritária dos direitos patrimoniais sobre a obra, não tenha qualquer associação ou vínculo, direto ou indireto, com empresas de serviços de radiodifusão de sons e imagens ou operadoras de comunicação eletrônica de massa por assinatura;

~~V - obra cinematográfica e videofonográfica brasileira: aquela que atende a um dos seguintes requisitos:~~

~~a) ser produzida por empresa produtora brasileira registrada na ANCINE, observado o disposto no parágrafo único, e ser de autor e diretor brasileiro ou estrangeiro residente no País há mais de cinco anos, utilizando para sua produção, no mínimo, dois terços de artistas e técnicos brasileiros ou residentes no Brasil há mais de cinco anos;~~

V - obra cinematográfica brasileira ou obra videofonográfica brasileira: aquela que atende a um dos seguintes requisitos: **(Redação dada pela Lei nº 10.454, de 13.5.2002)**

a) ser produzida por empresa produtora brasileira, observado o disposto no § 1º, registrada na ANCINE, ser dirigida por diretor brasileiro ou estrangeiro residente no País há mais de 3

(três) anos, e utilizar para sua produção, no mínimo, 2/3 (dois terços) de artistas e técnicos brasileiros ou residentes no Brasil há mais de 5 (cinco) anos; **(Redação dada pela Lei nº 10.454, de 13..5.2002)**

b) ser realizada por empresa produtora brasileira registrada na ANCINE, em associação com empresas de outros países com os quais o Brasil mantenha acordo de co-produção cinematográfica e em consonância com os mesmos.

c) ser realizada, em regime de co-produção, por empresa produtora brasileira registrada na ANCINE, em associação com empresas de outros países com os quais o Brasil não mantenha acordo de co-produção, assegurada a titularidade de, no mínimo, 40% (quarenta por cento) dos direitos patrimoniais da obra à empresa produtora brasileira e utilizar para sua produção, no mínimo, 2/3 (dois terços) de artistas e técnicos brasileiros ou residentes no Brasil há mais de 3 (três) anos. **(Incluída pela Lei nº 10.454, de 13..5.2002)**

VI - segmento de mercado: mercados de salas de exibição, vídeo doméstico em qualquer suporte, radiodifusão de sons e imagens, comunicação eletrônica de massa por assinatura, mercado publicitário audiovisual ou quaisquer outros mercados que veiculem obras cinematográficas e videofonográficas;

VII - obra cinematográfica ou videofonográfica de curta metragem: aquela cuja duração é igual ou inferior a quinze minutos;

VIII - obra cinematográfica ou videofonográfica de média metragem: aquela cuja duração é superior a quinze minutos e igual ou inferior a setenta minutos;

IX - obra cinematográfica ou videofonográfica de longa metragem: aquela cuja duração é superior a setenta minutos;

X - obra cinematográfica ou videofonográfica seriada: aquela que, sob o mesmo título, seja produzida em capítulos;

XI - telefilme: obra documental, ficcional ou de animação, com no mínimo cinquenta e no máximo cento e vinte minutos de duração, produzida para primeira exibição em meios eletrônicos.

XII - minissérie: obra documental, ficcional ou de animação produzida em película ou matriz de captação digital ou em meio magnético com, no mínimo, 3 (três) e no máximo 26 (vinte e seis) capítulos, com duração máxima de 1.300 (um mil e trezentos) minutos; **(Incluído pela Lei nº 10.454, de 13..5.2002)**

XIII - programadora: empresa que oferece, desenvolve ou produz conteúdo, na forma de canais ou de programações isoladas, destinado às empresas de serviços de comunicação eletrônica de massa por assinatura ou de quaisquer outros serviços de comunicação, que transmitam sinais eletrônicos de som e imagem que sejam gerados e transmitidos por satélite ou por qualquer outro meio de transmissão ou veiculação; **(Incluído pela Lei nº 10.454, de 13..5.2002)**

XIV - programação internacional: aquela gerada, disponibilizada e transmitida diretamente do exterior para o Brasil, por satélite ou por qualquer outro meio de transmissão ou veiculação, pelos canais, programadoras ou empresas estrangeiras, destinada às empresas de serviços de comunicação eletrônica de massa por assinatura ou de quaisquer outros serviços de comunicação que transmitam sinais eletrônicos de som e imagem; **(Incluído pela Lei nº 10.454, de 13..5.2002)**

XV - programação nacional: aquela gerada e disponibilizada, no território brasileiro, pelos canais ou programadoras, incluindo obras audiovisuais brasileiras ou estrangeiras, destinada às empresas de serviços de comunicação eletrônica de massa por assinatura ou de quaisquer outros serviços de comunicação que transmitam sinais eletrônicos de som e imagem, que seja gerada e transmitida diretamente no Brasil por empresas sediadas no Brasil, por satélite ou por qualquer outro meio de transmissão ou veiculação; **(Incluído pela Lei nº 10.454, de 13..5.2002)**

XVI - obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária: aquela cuja matriz original de captação é uma película com emulsão fotossensível ou matriz de captação digital, cuja destinação é a publicidade e propaganda, exposição ou oferta de produtos, serviços, empresas, instituições públicas ou privadas, partidos políticos, associações, administração pública, assim como de bens materiais e imateriais de qualquer natureza; **(Incluído pela Lei nº 10.454, de 13..5.2002)**

XVII - obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária brasileira: aquela que seja produzida por empresa produtora brasileira registrada na ANCINE, observado o disposto no § 1º, realizada por diretor brasileiro ou estrangeiro residente no País há mais de 3 (três) anos, e que utilize para sua produção, no mínimo, 2/3 (dois terços) de artistas e técnicos brasileiros ou residentes no Brasil há mais de 5 (cinco) anos; **(Incluído pela Lei nº 10.454, de 13..5.2002)**

XVIII - obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária brasileira filmada no exterior: aquela, realizada no exterior, produzida por empresa produtora brasileira registrada na ANCINE, observado o disposto no § 1º, realizada por diretor brasileiro ou estrangeiro residente no Brasil há mais de 3 (três) anos, e que utilize para sua produção, no mínimo, 1/3 (um terço) de artistas e técnicos brasileiros ou residentes no Brasil há mais de 5 (cinco) anos; **(Incluído pela Lei nº 10.454, de 13..5.2002)**

~~XIX - obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária estrangeira adaptada: aquela que não atende o disposto nos incisos XVII e XVIII, adaptada ao idioma português ou às condições e necessidades comerciais ou técnicas de exibição e veiculação no Brasil; **(Incluído pela Lei nº 10.454, de 13..5.2002)**~~

XIX - obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária estrangeira: aquela que não atende o disposto nos incisos XVII e XVIII do caput; **(Redação dada pela Medida Provisória nº 545, de 2011)**

XX - obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária brasileira de pequena veiculação: aquela que seja produzida por empresa produtora brasileira registrada na ANCINE, observado o disposto no § 1º, realizada por diretor brasileiro ou estrangeiro residente no País há mais de 3 (três) anos, e que utilize para sua produção, no mínimo, 2/3 (dois terços) de artistas e técnicos brasileiros ou residentes no Brasil há mais de 3 (três) anos e cuja veiculação esteja restrita a Municípios que totalizem um número máximo de habitantes a ser definido em regulamento; **(Incluído pela Lei nº 10.454, de 13..5.2002)**

XXI - claquete de identificação: imagem fixa ou em movimento inserida no início da obra cinematográfica ou videofonográfica contendo as informações necessárias à sua identificação, de acordo com o estabelecido em regulamento. **(Incluído pela Lei nº 10.454, de 13..5.2002)**

~~Parágrafo único. Para os fins do inciso V deste artigo, entende-se por empresa produtora brasileira aquela constituída sob as leis brasileiras e que tenha sua sede e administração no País, cuja maioria do capital total e votante seja de titularidade direta ou indireta de pessoas físicas brasileiras, natos ou naturalizados há mais de dez anos, as quais devem exercer, de fato e de direito, o poder decisório da empresa.~~

§ 1º Para os fins do inciso V deste artigo, entende-se por empresa brasileira aquela constituída sob as leis brasileiras, com sede e administração no País, cuja maioria do capital total e votante seja de titularidade direta ou indireta, de brasileiros natos ou naturalizados há mais de 10 (dez) anos, os quais devem exercer de fato e de direito o poder decisório da empresa. **(Redação dada pela Lei nº 10.454, de 13..5.2002)**

§ 2º Para os fins do disposto nos incisos XVII, XVIII e XX deste artigo, entende-se por empresa brasileira aquela constituída sob as leis brasileiras, com sede e administração no País, cuja maioria do capital seja de titularidade direta ou indireta de brasileiros natos ou naturalizados há mais de 5 (cinco) anos, os quais devem exercer de fato e de direito o poder decisório da empresa. **(Incluído pela Lei nº 10.454, de 13..5.2002)**



§ 3º Considera-se versão de obra publicitária cinematográfica ou videofonográfica, a edição ampliada ou reduzida em seu tempo de duração, realizada a partir do conteúdo original de uma mesma obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária, e realizada sob o mesmo contrato de produção. **(Incluído pela Lei nº 10.454, de 13..5.2002)**

§ 4º Para os fins desta Medida Provisória, entende-se por: **(Incluído pela Lei nº 12.485, de 2011)**

I - serviço de comunicação eletrônica de massa por assinatura: serviço de acesso condicionado de que trata a lei específica sobre a comunicação audiovisual de acesso condicionado; **(Incluído pela Lei nº 12.485, de 2011)**

II - programadoras de obras audiovisuais para o segmento de mercado de serviços de comunicação eletrônica de massa por assinatura: empresas programadoras de que trata a lei específica sobre a comunicação audiovisual de acesso condicionado. **(Incluído pela Lei nº 12.485, de 2011)**

## CAPÍTULO II DA POLÍTICA NACIONAL DO CINEMA

Art. 2º A política nacional do cinema terá por base os seguintes princípios gerais:

I - promoção da cultura nacional e da língua portuguesa mediante o estímulo ao desenvolvimento da indústria cinematográfica e audiovisual nacional;

II - garantia da presença de obras cinematográficas e videofonográficas nacionais nos diversos segmentos de mercado;

~~III - programação e distribuição de obras audiovisuais de qualquer origem nos meios eletrônicos de comunicação de massa sob obrigatória responsabilidade editorial de empresas brasileiras;~~

III - programação e distribuição de obras audiovisuais de qualquer origem nos meios eletrônicos de comunicação de massa sob obrigatória e exclusiva responsabilidade, inclusive editorial, de empresas brasileiras, qualificadas na forma do § 1º do art. 1º da Medida Provisória nº 2.228-1, de 6 de setembro de 2001, com a redação dada por esta Lei. **(Redação dada pela Lei nº 10.454, de 13..5.2002)**

IV - respeito ao direito autoral sobre obras audiovisuais nacionais e estrangeiras.

## CAPÍTULO III DO CONSELHO SUPERIOR DO CINEMA

Art. 3º Fica criado o Conselho Superior do Cinema, órgão colegiado integrante da estrutura da Casa Civil da Presidência da República, a que compete:

I - definir a política nacional do cinema;

II - aprovar políticas e diretrizes gerais para o desenvolvimento da indústria cinematográfica nacional, com vistas a promover sua auto-sustentabilidade;

III - estimular a presença do conteúdo brasileiro nos diversos segmentos de mercado;

IV - acompanhar a execução das políticas referidas nos incisos I, II e III;

V - estabelecer a distribuição da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica - CONDECINE para cada destinação prevista em lei.

Art. 4º O Conselho Superior do Cinema será integrado:

I - pelos Ministros de Estado:

a) da Justiça;

b) das Relações Exteriores;

c) da Fazenda;

d) da Cultura;

e) do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior;

f) das Comunicações; e

g) Chefe da Casa Civil da Presidência da República, que o presidirá.

II - por cinco representantes da indústria cinematográfica e videofonográfica nacional, que gozem de elevado conceito no seu campo de especialidade, a serem designados por decreto, para mandato de dois anos, permitida uma recondução.

§ 1º O regimento interno do Conselho Superior do Cinema será aprovado por resolução.

§ 2º O Conselho reunir-se-á sempre que for convocado por seu Presidente.

§ 3º O Conselho deliberará mediante resoluções, por maioria simples de votos, presentes, no mínimo, cinco membros referidos no inciso I deste artigo, dentre eles o seu Presidente, que exercerá voto de qualidade no caso de empate, e três membros referidos no inciso II deste artigo.

§ 4º Nos casos de urgência e relevante interesse, o Presidente poderá deliberar ad referendum dos demais membros.

§ 5º O Presidente do Conselho poderá convidar para participar das reuniões técnicos, personalidades e representantes de órgãos e entidades públicos e privados.

## CAPÍTULO IV DA AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA - ANCINE

### Seção I

#### Dos objetivos e competências

Art. 5º Fica criada a Agência Nacional do Cinema - ANCINE, autarquia especial, vinculada ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, observado o disposto no art. 62 desta Medida Provisória, órgão de fomento, regulação e fiscalização da indústria cinematográfica e videofonográfica, dotada de autonomia administrativa e financeira.

§ 1º A Agência terá sede e foro no Distrito Federal e escritório central na cidade do Rio de Janeiro, podendo estabelecer escritórios regionais.

§ 2º O Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior supervisionará as atividades da ANCINE, podendo celebrar contrato de gestão, observado o disposto no art. 62.

Art. 6º A ANCINE terá por objetivos:

I - promover a cultura nacional e a língua portuguesa mediante o estímulo ao desenvolvimento da indústria cinematográfica e videofonográfica nacional em sua área de atuação;

II - promover a integração programática, econômica e financeira de atividades governamentais relacionadas à indústria cinematográfica e videofonográfica;

III - aumentar a competitividade da indústria cinematográfica e videofonográfica nacional por meio do fomento à produção, à distribuição e à exibição nos diversos segmentos de mercado;

IV - promover a auto-sustentabilidade da indústria cinematográfica nacional visando o aumento da produção e da exibição das obras cinematográficas brasileiras;

V - promover a articulação dos vários elos da cadeia produtiva da indústria cinematográfica nacional;

VI - estimular a diversificação da produção cinematográfica e videofonográfica nacional e o fortalecimento da produção independente e das produções regionais com vistas ao incremento de sua oferta e à melhoria permanente de seus padrões de qualidade;

VII - estimular a universalização do acesso às obras cinematográficas e videofonográficas, em especial as nacionais;

VIII - garantir a participação diversificada de obras cinematográficas e videofonográficas estrangeiras no mercado brasileiro;

IX - garantir a participação das obras cinematográficas e videofonográficas de produção nacional em todos os segmentos do mercado interno e estimulá-la no mercado externo;

X - estimular a capacitação dos recursos humanos e o desenvolvimento tecnológico da indústria cinematográfica e videofonográfica nacional;

XI - zelar pelo respeito ao direito autoral sobre obras audiovisuais nacionais e estrangeiras.

Art. 7º A ANCINE terá as seguintes competências:

I - executar a política nacional de fomento ao cinema, definida na forma do art. 3º;

II - fiscalizar o cumprimento da legislação referente à atividade cinematográfica e videofonográfica nacional e estrangeira nos diversos segmentos de mercados, na forma do regulamento;

III - promover o combate à pirataria de obras audiovisuais;

IV - aplicar multas e sanções, na forma da lei;

V - 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;

VI - coordenar as ações e atividades governamentais referentes à indústria cinematográfica e videofonográfica, ressalvadas as competências dos Ministérios da Cultura e das Comunicações;

VII - articular-se com os órgãos competentes dos entes federados com vistas a otimizar a consecução dos seus objetivos;

VIII - gerir programas e mecanismos de fomento à indústria cinematográfica e videofonográfica nacional;

IX - estabelecer critérios para a aplicação de recursos de fomento e financiamento à indústria cinematográfica e videofonográfica nacional;

X - promover a participação de obras cinematográficas e videofonográficas nacionais em festivais internacionais;

XI - aprovar e controlar a execução de projetos de co-produção, produção, distribuição, exibição e infra-estrutura técnica a serem realizados com recursos públicos e incentivos fiscais, ressalvadas as competências dos Ministérios da Cultura e das Comunicações;

XII - fornecer os Certificados de Produto Brasileiro às obras cinematográficas e videofonográficas;

XIII - fornecer Certificados de Registro dos contratos de produção, co-produção, distribuição, licenciamento, cessão de direitos de exploração, veiculação e exibição de obras cinematográficas e videofonográficas;

XIV - gerir o sistema de informações para o monitoramento das atividades da indústria cinematográfica e videofonográfica nos seus diversos meios de produção, distribuição, exibição e difusão;

XV - articular-se com órgãos e entidades voltados ao fomento da produção, da programação e da distribuição de obras cinematográficas e videofonográficas dos Estados membros do Mercosul e demais membros da comunidade internacional;

XVI - prestar apoio técnico e administrativo ao Conselho Superior do Cinema;

XVII - atualizar, em consonância com a evolução tecnológica, as definições referidas no art. 1º desta Medida Provisória.

~~XVIII - no âmbito de suas competências legais, firmar com os agentes regulados termos de compromisso de ajustamento de conduta, que visem a corrigir irregularidades, indenizar danos provocados ou cessar atividades, nos termos do § 6º do art. 5º da Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985; (Incluído pela Medida Provisória nº 491, de 2010) (Sem eficácia)~~

~~XIX - zelar pela distribuição equilibrada das obras audiovisuais, regulando as relações de comercialização entre os agentes econômicos e combatendo as práticas comerciais abusivas. (Incluído pela Medida Provisória nº 491, de 2010) (Sem eficácia)~~

XVIII - regular e fiscalizar o cumprimento dos princípios da comunicação audiovisual de acesso condicionado, das obrigações de programação, empacotamento e publicidade e das restrições ao capital total e votante das produtoras e programadoras fixados pela lei que dispõe sobre a comunicação audiovisual de acesso condicionado;

XIX - elaborar e tornar público plano de trabalho como instrumento de avaliação da atuação administrativa do órgão e de seu desempenho, estabelecendo os parâmetros para sua administração, bem como os indicadores que permitam quantificar, objetivamente, a sua avaliação periódica, inclusive com relação aos recursos aplicados em fomento à produção de audiovisual; **(Incluído pela Lei nº 12.485, de 2011)**

XX - enviar relatório anual de suas atividades ao Ministério da Cultura e, por intermédio da Presidência da República, ao Congresso Nacional; **(Incluído pela Lei nº 12.485, de 2011)**

XXI - tomar dos interessados compromisso de ajustamento de sua conduta às exigências legais no âmbito de suas competências, nos termos do **§ 6º do art. 5º da Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985. (Incluído pela Lei nº 12.485, de 2011)**

XXII - zelar pela distribuição equilibrada das obras audiovisuais, regulando as relações de comercialização entre os agentes econômicos e combatendo as práticas comerciais abusivas; **(Incluído pela Medida Provisória nº 545, de 2011)**

XXIII - promover interação com administrações do cinema e do audiovisual dos Estados membros do Mercosul e demais membros da comunidade internacional, com vistas à consecução de objetivos de interesse comum; e **(Incluído pela Medida Provisória nº 545, de 2011)**

XXIV - estabelecer critérios e procedimentos administrativos para a garantia do princípio da reciprocidade no território brasileiro em relação às condições de produção e exploração de obras audiovisuais brasileiras em territórios estrangeiros. **(Incluído pela Medida Provisória nº 545, de 2011)**

Parágrafo único. A organização básica e as competências das unidades da ANCINE serão estabelecidas em ato do Poder Executivo.

## Seção II Da Estrutura

Art. 8º A ANCINE será dirigida em regime de colegiado por uma diretoria composta de um Diretor-Presidente e três Diretores, com mandatos não coincidentes de quatro anos.

§ 1º Os membros da Diretoria serão brasileiros, de reputação ilibada e elevado conceito no seu campo de especialidade, escolhidos pelo Presidente da República e por ele nomeados após aprovação pelo Senado Federal, nos termos da **alínea "f" do inciso III do art. 52 da Constituição Federal.**

§ 2º O Diretor-Presidente da ANCINE será escolhido pelo Presidente da República entre os membros da Diretoria Colegiada.

§ 3º Em caso de vaga no curso do mandato de membro da Diretoria Colegiada, este será completado por sucessor investido na forma prevista no § 1º deste artigo, que o exercerá pelo prazo remanescente.

§ 4º Integrarão a estrutura da ANCINE uma Procuradoria-Geral, que a representará em juízo, uma Ouvidoria-Geral e uma Auditoria.

§ 5º A substituição dos dirigentes em seus impedimentos será disciplinada em regulamento.

Art. 9º Compete à Diretoria Colegiada da ANCINE:

I - exercer sua administração;

II - editar normas sobre matérias de sua competência;

III - aprovar seu regimento interno;

- IV - cumprir e fazer cumprir as políticas e diretrizes aprovadas pelo Conselho Superior de Cinema;
- V - deliberar sobre sua proposta de orçamento;
- VI - determinar a divulgação de relatórios semestrais sobre as atividades da Agência;
- VII - decidir sobre a venda, cessão ou aluguel de bens integrantes do seu patrimônio;
- VIII - notificar e aplicar as sanções previstas na legislação;
- IX - julgar recursos interpostos contra decisões de membros da Diretoria;
- X - autorizar a contratação de serviço de terceiros na forma da legislação vigente;
- XI - autorizar a celebração de contratos, convênios e acordos;

Parágrafo único. A Diretoria Colegiada reunir-se-á com a presença de, pelo menos, três diretores, dentre eles o Diretor-Presidente, e deliberará por maioria simples de votos.

Art. 10. Compete ao Diretor-Presidente da ANCINE:

- I - exercer a representação legal da agência;
- II - presidir as reuniões da Diretoria Colegiada;
- III - cumprir e fazer cumprir as decisões da Diretoria Colegiada;
- IV - exercer o voto de qualidade, em caso de empate nas deliberações da Diretoria Colegiada;
- V - nomear, exonerar e demitir servidores e empregados;
- VI - prover os cargos em comissão e as funções de confiança;
- VII - aprovar editais de licitação e homologar adjudicações;
- VIII - encaminhar ao órgão supervisor a proposta de orçamento da ANCINE;
- IX - assinar contratos, acordos e convênios, previamente aprovados pela Diretoria Colegiada;
- X - ordenar despesas e praticar os atos de gestão necessários ao alcance dos objetivos da ANCINE;
- XI - sugerir a propositura de ação civil pública pela ANCINE, nos casos previstos em lei;
- XII - exercer a função de Secretário-Executivo do Conselho Superior do Cinema;
- XIII - exercer outras atividades necessárias à gestão da ANCINE e à implementação das decisões do Conselho Superior do Cinema.

### Seção III

#### Das Receitas e do Patrimônio

Art. 11. Constituem receitas da ANCINE:

~~I - parte do produto da arrecadação da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional - CONDECINE, de que trata o Capítulo VI desta Medida Provisória; (Revogado pela Lei nº 11.437, de 2006).~~

~~II - até três por cento dos recursos a que se referem as alíneas "c", "d", "e" e "j" do art. 2º da Lei nº 5.070, de 7 de julho de 1966, observado o limite máximo anual de trinta milhões de reais; (Revogado pela Lei nº 11.437, de 2006).~~

III - o produto da arrecadação das multas resultantes do exercício de suas atribuições;

~~IV - o produto da alienação de bens, objetos e instrumentos utilizados para a prática de infrações, assim como do patrimônio de infratores, apreendidos em decorrência do exercício do poder de polícia e incorporados ao patrimônio da ANCINE, nos termos de decisão judicial; (Revogado pela Lei nº 11.437, de 2006).~~

V - o produto da execução da sua dívida ativa;

VI - as dotações consignadas no Orçamento-Geral da União, créditos especiais, créditos adicionais, transferências e repasses que lhe forem conferidos;

VII - as doações, legados, subvenções e outros recursos que lhe forem destinados;

VIII - os valores apurados na venda ou aluguel de bens móveis e imóveis de sua propriedade;

IX - os valores apurados em aplicações no mercado financeiro das receitas previstas neste artigo;

- X - produto da cobrança de emolumentos por serviços prestados;
- XI - recursos provenientes de acordos, convênios ou contratos celebrados com entidades, organismos ou empresas, públicos ou privados, nacionais e internacionais;
- XII - produto da venda de publicações, material técnico, dados e informações, inclusive para fins de licitação pública;
- ~~XIII - quaisquer outras receitas afetas às atividades de sua competência, não especificadas nos incisos anteriores. (Revogado pela Lei nº 11.437, de 2006).~~

Art. 12. Fica a ANCINE autorizada a alienar bens móveis ou imóveis do seu patrimônio que não se destinem ao desempenho das funções inerentes à sua missão institucional.

#### Seção IV Dos Recursos Humanos

~~Art. 13. O Quadro de Pessoal Efetivo da ANCINE será composto por até duzentos e cinquenta empregos públicos e deverá ser criado em lei específica. (Revogado pela Lei nº 10.871, de 2004)~~

Art. 14. A ANCINE poderá contratar especialistas para a execução de trabalhos nas áreas técnica, administrativa, econômica e jurídica, por projetos ou prazos limitados, observando-se a legislação em vigor.

Art. 15. A ANCINE poderá requisitar, com ônus, servidores de órgãos e entidades integrantes da administração pública federal direta, autárquica e fundacional, quaisquer que sejam as atribuições a serem exercidas.

#### CAPÍTULO V DO SISTEMA DE INFORMAÇÕES E MONITORAMENTO DA INDÚSTRIA CINEMATOGRAFICA E VIDEOFONOGRÁFICA

Art. 16. Fica criado o Sistema de Informações e Monitoramento da Indústria Cinematográfica e Videofonográfica, de responsabilidade da ANCINE, podendo para sua elaboração e execução ser conveniada ou contratada entidade ou empresa legalmente constituída.

Art. 17. Toda sala ou espaço de exibição pública destinada à exploração de obra cinematográfica em qualquer suporte deverá utilizar o sistema de controle de receitas de bilheteria, conforme definido em regulamento pela ANCINE.

~~Art. 18. As empresas de exibição deverão emitir relatório enumerando as obras cinematográficas brasileiras e estrangeiras exibidas no período pelos cinemas de sua rede de exibição, número de dias de exibição, número de espectadores e renda de bilheteria, conforme definido em regulamento, devendo estas informações ser remetidas à ANCINE.~~

Art. 18. As empresas distribuidoras, as programadoras de obras audiovisuais para o segmento de mercado de serviços de comunicação eletrônica de massas por assinatura, as programadoras de obras audiovisuais para outros mercados, conforme assinalado na alínea e do Anexo I desta Medida Provisória, assim como as locadoras de vídeo doméstico e as empresas de exibição, devem fornecer relatórios periódicos sobre a oferta e o consumo de obras audiovisuais e as receitas auferidas pela exploração delas no período, conforme normas expedidas pela Ancine. **(Redação dada pela Lei nº 11.437, de 2006).**

Art. 19. As empresa distribuidoras e locadoras de obras cinematográficas para vídeo, doméstico ou para venda direta ao consumidor, em qualquer suporte, deverão emitir semestralmente relatório enumerando as obras cinematográficas brasileiras distribuídas no período, número de obras estrangeiras e sua relação, número de cópias distribuídas por título, conforme definido em regulamento, devendo estas informações serem remetidas à ANCINE.

Art. 20. Poderá ser estabelecida, por lei, a obrigatoriedade de fornecimento periódico de informações sobre veiculação ou difusão de obras cinematográficas e videofonográficas para empresas operantes em outros segmentos de mercado além daqueles indicados nos arts. 18 e 19.

Art. 21. As cópias das obras cinematográficas e videofonográficas destinadas à venda, cessão, empréstimo, permuta, locação, exibição, com ou sem fins lucrativos, bem como as obras cinematográficas e videofonográficas publicitárias deverão conter em seu suporte marca indelével e irremovível com a identificação do detentor do direito autoral no Brasil, com todas as informações que o identifiquem, conforme modelo aprovado pela ANCINE e pela Secretaria da Receita Federal do Ministério da Fazenda, sem prejuízo do que trata a **Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998**, e o **Decreto nº 2.894, 22 de dezembro de 1998**.

Parágrafo único. No caso de obras cinematográficas e videofonográficas publicitárias, a marca indelével e irremovível de que trata o caput e nas finalidades ali previstas deverá constar na claquete de identificação. **(Redação dada pela Lei nº 10.454, de 13.5.2002)**

Art. 22. É obrigatório o registro das empresas de produção, distribuição, exibição de obras cinematográficas e videofonográficas nacionais ou estrangeiras na ANCINE, conforme disposto em regulamento.

Parágrafo único. Para se beneficiar de recursos públicos ou incentivos fiscais destinados à atividade cinematográfica ou videofonográfica a empresa deve estar registrada na ANCINE.

Art. 23. A produção no Brasil de obra cinematográfica ou videofonográfica estrangeira deverá ser comunicada à ANCINE.

Parágrafo único. A produção e a adaptação de obra cinematográfica ou videofonográfica estrangeira, no Brasil, deverão realizar-se mediante contrato com empresa produtora brasileira, que será a responsável pela produção perante as leis brasileiras.

Art. 24. Os serviços técnicos de cópia e reprodução de matrizes de obras cinematográficas e videofonográficas que se destinem à exploração comercial no mercado brasileiro deverão ser executados em laboratórios instalados no País.

~~Parágrafo único. As obras cinematográficas e obras videofonográficas estrangeiras estão dispensadas da exigência de copiagem obrigatória no País, até o limite de seis cópias em qualquer formato ou sistema.~~

Parágrafo único. As obras cinematográficas e videofonográficas estrangeiras estão dispensadas de copiagem obrigatória no País até o limite de 6 (seis) cópias, bem como seu material de promoção e divulgação nos limites estabelecidos em regulamento. **(Redação dada pela Lei nº 10.454, de 13.5.2002)**

~~Art. 25. Toda e qualquer obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária estrangeira só poderá ser veiculada ou transmitida no País, em qualquer segmento de mercado, após submeter-se a processo de adaptação, realizado por empresa produtora brasileira, de acordo com as normas que serão estabelecidas pela ANCINE, e após pagamento da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional – CONDECINE, de que trata o art. 32.~~

~~Art. 25. Toda e qualquer obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária estrangeira só poderá ser veiculada ou transmitida no País, em qualquer segmento de mercado, após pagamento da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional – CONDECINE, de que trata o art. 32. **(Redação dada pela Lei nº 10.454, de 13.5.2002)**~~

~~Parágrafo único. A adaptação de obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária deverá ser realizada por empresa produtora brasileira registrada na ANCINE, de acordo com o regulamento. **(Incluído pela Lei nº 10.454, de 13.5.2002)**~~

Art. 25. Toda e qualquer obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária estrangeira só poderá ser veiculada ou transmitida no País, em qualquer segmento de mercado, devidamente

adaptada ao idioma português e após pagamento da CONDECINE, de que trata o art. 32. **(Redação dada pela Medida Provisória nº 545, de 2011)**

Parágrafo único. A adaptação de obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária deverá ser realizada por empresa produtora brasileira registrada na ANCINE, conforme normas por ela expedidas. **(Redação dada pela Medida Provisória nº 545, de 2011)**

Art. 26. A empresa produtora de obra cinematográfica ou videofonográfica com recursos públicos ou provenientes de renúncia fiscal deverá depositar na Cinemateca Brasileira ou entidade credenciada pela ANCINE uma cópia de baixo contraste, interpositivo ou matriz digital da obra, para sua devida preservação.

Art. 27. As obras cinematográficas e videofonográficas produzidas com recursos públicos ou renúncia fiscal, após decorridos dez anos de sua primeira exibição comercial, poderão ser exibidas em canais educativos mantidos com recursos públicos nos serviços de radiodifusão de sons e imagens e nos canais referidos nas alíneas "b" a "g" do inciso I do art. 23 da Lei nº 8.977, de 6 de janeiro de 1995, e em estabelecimentos públicos de ensino, na forma definida em regulamento, respeitados os contratos existentes.

~~Art. 28. Toda obra cinematográfica e videofonográfica brasileira deverá, antes de sua exibição ou comercialização, requerer à ANCINE o Certificado de Produto Brasileiro - CPB.~~

Art. 28. Toda obra cinematográfica e videofonográfica brasileira deverá, antes de sua exibição ou comercialização, requerer à ANCINE o registro do título e o Certificado de Produto Brasileiro - CPB. **(Redação dada pela Lei nº 10.454, de 13.5.2002)**

§ 1º No caso de obra cinematográfica ou obra videofonográfica publicitária brasileira, após a solicitação do registro do título, a mesma poderá ser exibida ou comercializada, devendo ser retirada de exibição ou ser suspensa sua comercialização, caso seja constatado o não pagamento da CONDECINE ou o fornecimento de informações incorretas. **(Incluído pela Lei nº 10.454, de 13.5.2002)**

~~§ 2º As versões, as adaptações, as vinhetas e as chamadas realizadas a partir da obra cinematográfica e videofonográfica publicitária original devem ser consideradas, juntamente com esta, um só título, para efeito do pagamento da CONDECINE. **(Incluído pela Lei nº 10.454, de 13.5.2002)**~~

§ 2º As versões, as adaptações, as vinhetas e as chamadas realizadas a partir da obra cinematográfica e videofonográfica publicitária original, brasileira ou estrangeira, até o limite máximo de cinco, devem ser consideradas um só título, juntamente com a obra original, para efeito do pagamento da CONDECINE. **(Redação dada pela Medida Provisória nº 545, de 2011)**

§ 3º As versões, as adaptações, as vinhetas e as chamadas realizadas a partir da obra cinematográfica e videofonográfica publicitária original destinada à publicidade de varejo, até o limite máximo de cinquenta, devem ser consideradas um só título, juntamente com a obra original, para efeito do pagamento da CONDECINE. **(Incluído pela Medida Provisória nº 545, de 2011)**

§ 4º Ultrapassado o limite de que trata o § 2º ou o § 3º, deverá ser solicitado novo registro do título de obra cinematográfica e videofonográfica publicitária original. **(Incluído pela Medida Provisória nº 545, de 2011)**

~~Art. 29. É obrigatório o registro dos contratos de co-produção, cessão de direitos de exploração comercial, exibição, licenciamento, distribuição, comercialização e exportação de obras cinematográficas e obras videofonográficas em qualquer suporte ou veículo na ANCINE e a comprovação, no ato de seu registro, do pagamento da CONDECINE, para cada segmento de mercado a que o contrato se referir, conforme regulamento.~~

Art. 29. A contratação de direitos de exploração comercial, de licenciamento, produção, co-produção, exibição, distribuição, comercialização, importação e exportação de obras cinematográficas e videofonográficas em qualquer suporte ou veículo no mercado brasileiro,



deverá ser informada à ANCINE, previamente à comercialização, exibição ou veiculação da obra, com a comprovação do pagamento da CONDECINE para o segmento de mercado em que a obra venha a ser explorada comercialmente. **(Redação dada pela Lei nº 10.454, de 13..5.2002)**

Parágrafo único. No caso de obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária, deverá ser enviado à ANCINE, o resumo do contrato firmado entre as partes, conforme modelo a ser estabelecido em regulamento. **(Incluído pela Lei nº 10.454, de 13..5.2002)**

Art. 30. Para concessão da classificação etária indicativa de obras cinematográficas e videofonográficas será exigida pelo órgão responsável a comprovação do pagamento da CONDECINE no segmento de mercado a que a classificação etária indicativa se referir.

~~Art. 31. A contratação da programação gerada no exterior pelas operadoras deverá sempre ser feita por intermédio de empresa brasileira, que se responsabilizará pelo conteúdo da programação, observando os dispositivos desta Medida Provisória e da legislação brasileira pertinente.~~

~~Art. 31. A contratação de programação ou de canais de programação internacional, pelas empresas prestadoras de serviços de comunicação eletrônica de massa por assinatura ou de quaisquer outros serviços de comunicação que transmitam sinais eletrônicos de som e imagem, deverá ser sempre realizada através de empresa brasileira qualificada na forma do § 1º do art. 1º da Medida Provisória nº 2.228-1, de 6 de setembro de 2001, com a redação dada por esta Lei, ainda que o pagamento dos montantes a esta referentes seja feito diretamente à empresa estrangeira pela empresa brasileira que se responsabilizará pelo conteúdo da programação contratada, observando os dispositivos desta Medida Provisória e da legislação brasileira pertinente. **(Redação dada pela Lei nº 10.454, de 13..5.2002)** **(Revogado pela Lei nº 12.485, de 2011)**~~

~~Parágrafo único. As empresas brasileiras responsáveis pelo conteúdo da programação dos canais dos serviços de comunicação eletrônica de massa por assinatura, sejam eles gerados no Brasil ou no exterior, deverão fornecer à ANCINE sua programação, incluindo títulos ou capítulos de obras seriadas e obras publicitárias, conforme regulamento. **(Revogado pela Lei nº 12.485, de 2011)**~~

## CAPÍTULO VI DA CONTRIBUIÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO DA INDÚSTRIA CINEMATOGRÁFICA NACIONAL - CONDECINE

~~Art. 32. A Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional - CONDECINE terá por fato gerador a veiculação, a produção, o licenciamento e a distribuição de obras cinematográficas e videofonográficas com fins comerciais, por segmento de mercado a que forem destinadas. **(Vide Lei nº 10.454, de 13.5.2002)**~~

Art. 32. A Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional - Condecine terá por fato gerador: **(Redação dada pela Lei nº 12.485, de 2011)** **(Produção de efeito)**

I - a veiculação, a produção, o licenciamento e a distribuição de obras cinematográficas e videofonográficas com fins comerciais, por segmento de mercado a que forem destinadas; **(incluído pela Lei nº 12.485, de 2011)** **(Produção de efeito)**

II - a prestação de serviços que se utilizem de meios que possam, efetiva ou potencialmente, distribuir conteúdos audiovisuais nos termos da lei que dispõe sobre a comunicação audiovisual de acesso condicionado, listados no Anexo I desta Medida Provisória; **(incluído pela Lei nº 12.485, de 2011)** **(Produção de efeito)**

III - a veiculação ou distribuição de obra audiovisual publicitária incluída em programação internacional, nos termos do inciso XIV do art. 1º desta Medida Provisória, nos casos em que

existir participação direta de agência de publicidade nacional, sendo tributada nos mesmos valores atribuídos quando da veiculação incluída em programação nacional. **(Incluído pela Lei nº 12.485, de 2011) (Produção de efeito)**

Parágrafo único. A CONDECINE também incidirá 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.

~~Art. 33. A CONDECINE será devida uma única vez a cada cinco anos para cada segmento de mercado, por:~~

Art. 33. A Condecine será devida para cada segmento de mercado, por: **(Redação dada pela Lei nº 12.485, de 2011)**

I - título ou capítulo de obra cinematográfica ou videofonográfica destinada aos seguintes segmentos de mercado:

- a) salas de exibição;
- b) vídeo doméstico, em qualquer suporte;
- c) serviço de radiodifusão de sons e imagens;
- d) serviços de comunicação eletrônica de massa por assinatura;
- e) outros mercados, conforme anexo.

~~II - título de obra publicitária cinematográfica ou videofonográfica, para cada segmento de mercado a que se destinar;~~

II - título de obra publicitária cinematográfica ou videofonográfica, para cada segmento dos mercados previstos nas alíneas “a” a “e” do inciso I a que se destinar; **(Redação dada pela Lei nº 12.485, de 2011) (Produção de efeito)**

III - prestadores dos serviços constantes do Anexo I desta Medida Provisória, a que se refere o inciso II do art. 32 desta Medida Provisória. **(Incluído pela Lei nº 12.485, de 2011)**

§ 1º A CONDECINE corresponderá aos valores das tabelas constantes do Anexo I a esta Medida Provisória.

§ 2º Na hipótese do parágrafo único do art. 32, a CONDECINE será determinada mediante a aplicação de alíquota de onze por cento sobre as importâncias ali referidas.

~~§ 3º A CONDECINE referente às obras cinematográficas e videofonográficas publicitárias será devida uma vez a cada 12 (doze) meses para cada segmento de mercado em que a obra seja efetivamente veiculada. **(Incluído pela Lei nº 10.454, de 13.5.2002)**~~

§ 3º A Condecine será devida: **(Redação dada pela Lei nº 12.485, de 2011) (Produção de efeito)**

I - uma única vez a cada 5 (cinco) anos, para as obras a que se refere o inciso I do caput deste artigo; **(Incluído pela Lei nº 12.485, de 2011)**

II - a cada 12 (doze) meses, para cada segmento de mercado em que a obra seja efetivamente veiculada, para as obras a que se refere o inciso II do caput deste artigo; **(Incluído pela Lei nº 12.485, de 2011)**

III - a cada ano, para os serviços a que se refere o inciso III do caput deste artigo. **(Incluído pela Lei nº 12.485, de 2011)**

§ 4º Na ocorrência de modalidades de serviços qualificadas na forma do inciso II do art. 32 não presentes no Anexo I desta Medida Provisória, será devida pela prestadora a Contribuição referente ao item “a” do Anexo I, até que lei fixe seu valor. **(Incluído pela Lei nº 12.485, de 2011)**

~~Art. 34. O produto da arrecadação da CONDECINE terá as seguintes destinações:~~

~~I - custeio das atividades da ANCINE;~~

~~II - atividades de fomento ao cinema e ao audiovisual desenvolvidas pelo Ministério da Cultura;~~

~~III — transferência ao Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Nacional — PRODECINE, de que trata o art. 47 desta Medida Provisória.~~

Art. 34. O produto da arrecadação da Condecine será destinado ao Fundo Nacional da Cultura – FNC e alocado em categoria de programação específica denominada Fundo Setorial do Audiovisual, para aplicação nas atividades de fomento relativas aos Programas de que trata o art. 47 desta Medida Provisória. **(Redação dada pela Lei nº 11.437, de 2006).**

I – (revogado); **(Redação dada pela Lei nº 11.437, de 2006).**

II – (revogado); **(Redação dada pela Lei nº 11.437, de 2006).**

III – (revogado). **(Redação dada pela Lei nº 11.437, de 2006).**

Art. 35. A CONDECINE será devida pelos seguintes sujeitos passivos:

I - detentor dos direitos de exploração comercial ou de licenciamento no País, conforme o caso, para os segmentos de mercado previstos nas alíneas "a" a "e" do inciso I do art. 33;

II - empresa produtora, no caso de obra nacional, ou detentor do licenciamento para exibição, no caso de obra estrangeira, na hipótese do inciso II do art. 33;

~~III — o responsável pelo pagamento, crédito, emprego, remessa ou entrega das importâncias referidas no parágrafo único do art. 32.~~

III - o responsável pelo pagamento, crédito, emprego, remessa ou entrega das importâncias referidas no parágrafo único do art. 32; **(Redação dada pela Lei nº 12.485, de 2011)**

**(Produção de efeito)**

IV - as concessionárias, permissionárias e autorizadas de serviços de telecomunicações, relativamente ao disposto no inciso II do art. 32; **(Incluído pela Lei nº 12.485, de 2011)**

V - o representante legal e obrigatório da programadora estrangeira no País, na hipótese do inciso III do art. 32. **(Incluído pela Lei nº 12.485, de 2011)**

~~Art. 36. A CONDECINE deverá ser recolhida à ANCINE, na forma do regulamento:~~

~~I — na data do registro do contrato de cessão de direitos de exploração comercial para os mercados de salas de exibição e de vídeo doméstico em qualquer suporte;~~

~~II — na data do registro do contrato de cessão de direitos de exploração comercial ou do contrato de licenciamento para o mercado de serviços de radiodifusão de sons e imagens e outros mercados, conforme anexo;~~

~~III — na data da solicitação do Certificado de Produto Brasileiro para obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária nacional para cada segmento de mercado;~~

~~IV — na data do registro do contrato de licenciamento para a obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária estrangeira;~~

~~V — na data do registro do contrato de licenciamento ou de exploração comercial, ou na solicitação do Certificado de Produto Brasileiro, para obra cinematográfica e videofonográfica nacional para o mercado de serviços de radiodifusão de sons e imagens e de comunicação eletrônica de massa por assinatura;~~

~~VI — na data do pagamento, crédito, emprego, remessa ou entrega das importâncias referidas no parágrafo único do art. 32;~~

~~VII — na data da concessão do certificado de classificação indicativa nos demais casos.~~

Art. 36. A CONDECINE deverá ser recolhida à ANCINE, na forma do regulamento: **(Redação dada pela Lei nº 10.454, de 13.5.2002)**

I - na data do registro do título para os mercados de salas de exibição e de vídeo doméstico em qualquer suporte, e serviços de comunicação eletrônica de massa por assinatura para as programadoras referidas no inciso XV do art. 1º da Medida Provisória nº 2.228-1, de 6 de setembro de 2001, em qualquer suporte, conforme Anexo I; **(Redação dada pela Lei nº 10.454, de 13.5.2002)**

II - na data do registro do título para o mercado de serviços de radiodifusão de sons e imagens e outros mercados, conforme Anexo I; **(Redação dada pela Lei nº 10.454, de 13.5.2002)**

~~III - na data do registro do título ou até o primeiro dia útil seguinte à sua solicitação, para obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária brasileira, estrangeira ou estrangeira adaptada para cada segmento de mercado, conforme Anexo I; (Redação dada pela Lei nº 10.454, de 13..5.2002)~~

III - na data do registro do título ou até o primeiro dia útil seguinte à sua solicitação, para obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária brasileira, brasileira filmada no exterior ou estrangeira para cada segmento de mercado, conforme Anexo I; **(Redação dada pela Medida Provisória nº 545, de 2011)**

IV - na data do registro do título, para o mercado de serviços de radiodifusão de sons e imagens e de comunicação eletrônica de massa por assinatura, para obra cinematográfica e videofonográfica nacional, conforme Anexo I; **(Redação dada pela Lei nº 10.454, de 13..5.2002)**

V - na data do pagamento, crédito, emprego ou remessa das importâncias referidas no parágrafo único do art. 32; **(Redação dada pela Lei nº 10.454, de 13..5.2002)**

VI - na data da concessão do certificado de classificação indicativa, nos demais casos, conforme Anexo I. **(Redação dada pela Lei nº 10.454, de 13..5.2002)**

VII - anualmente, até o dia 31 de março, para os serviços de que trata o inciso II do art. 32 desta Medida Provisória. **(Incluído pela Lei nº 12.485, de 2011) (Produção de efeito)**

Art. 37. O não recolhimento da CONDECINE no prazo sujeitará o contribuinte às penalidades e acréscimos moratórios previstos nos arts. 44 e 61 da Lei nº 9.430, de 27 de dezembro de 1996.

~~Parágrafo único. A pessoa física ou jurídica que promover a exibição, transmissão, difusão ou veiculação de obra cinematográfica e videofonográfica que não tenha sido objeto do recolhimento da CONDECINE responde solidariamente por essa contribuição.~~

§ 1º A pessoa física ou jurídica que promover a exibição, transmissão, difusão ou veiculação de obra cinematográfica ou videofonográfica que não tenha sido objeto do recolhimento da CONDECINE responde solidariamente por essa contribuição. **(Redação dada pela Lei nº 10.454, de 13..5.2002)**

§ 2º A solidariedade de que trata o § 1º não se aplica à hipótese prevista no parágrafo único do art. 32. **(Parágrafo incluído pela Lei nº 10.454, de 13..5.2002)**

~~Art. 38. As atividades de arrecadação e fiscalização da CONDECINE serão exercidas pela ANCINE.~~

~~Parágrafo único. O disposto neste artigo não exclui a competência da Secretaria da Federal para dispor sobre matéria tributária relativa à incidência de que tratam o parágrafo único do art. 32 e o § 2º do art. 33.~~

Art 38. A administração da CONDECINE, inclusive as atividades de arrecadação, tributação e fiscalização, compete à: **(Redação dada pela Lei nº 10.454, de 13..5.2002)**

I - Secretaria da Receita Federal, na hipótese do parágrafo único do art. 32; **(Inciso incluído pela Lei nº 10.454, de 13..5.2002)**

II - ANCINE, nos demais casos. **(Incluído pela Lei nº 10.454, de 13..5.2002)**

§ 1º. Aplicam-se à CONDECINE, na hipótese de que trata o inciso I do caput, as normas do Decreto nº 70.235, de 6 de março de 1972. **(Redação dada pela Lei nº 10.454, de 13..5.2002) (Renumerado do parágrafo único pela Lei nº 12.485, de 2011) (Produção de efeito)**

§ 2º A Ancine e a Agência Nacional de Telecomunicações - Anatel exercerão as atividades de regulamentação e fiscalização no âmbito de suas competências e poderão definir o recolhimento conjunto da parcela da Condecine devida referente ao inciso III do caput do art. 33 e das taxas de fiscalização de que trata a Lei nº 5.070, de 7 de julho de 1966, que cria o Fundo de Fiscalização das Telecomunicações. **(Incluído pela Lei nº 12.485, de 2011) (Produção de efeito)**

Art. 39. São isentos da CONDECINE:

I - a obra cinematográfica e videofonográfica destinada à exibição exclusiva em festivais e mostras, desde que previamente autorizada pela ANCINE;

II - a obra cinematográfica e videofonográfica jornalística, bem assim os eventos esportivos;

~~III - as chamadas dos programas e a publicidade de obras cinematográficas e videofonográficas veiculadas nos serviços de radiodifusão de sons e imagens e nos serviços de comunicação eletrônica de massa por assinatura;~~

~~III - as chamadas dos programas e a publicidade de obras cinematográficas e videofonográficas veiculadas nos serviços de radiodifusão de sons e imagens, nos serviços de comunicação eletrônica de massa por assinatura e nos segmentos de mercado de salas de exibição e de vídeo doméstico em qualquer suporte, bem como as versões com diminuição do tempo de exibição ou substituição, apenas, do objeto anunciado ou letreiros, as adaptações, as vinhetas e as chamadas realizadas a partir de uma mesma obra cinematográfica ou obra videofonográfica publicitária; **(Redação dada pela Lei nº 10.454, de 13..5.2002)**~~

III - as chamadas dos programas e a publicidade de obras cinematográficas e videofonográficas veiculadas nos serviços de radiodifusão de sons e imagens, nos serviços de comunicação eletrônica de massa por assinatura e nos segmentos de mercado de salas de exibição e de vídeo doméstico em qualquer suporte; **(Redação dada pela Medida Provisória nº 545, de 2011)**

~~IV - as obras cinematográficas e videofonográficas publicitárias brasileiras de custo de produção inferior a R\$ 500,00.~~

IV - as obras cinematográficas ou videofonográficas publicitárias veiculadas em Municípios que totalizem um número de habitantes a ser definido em regulamento; **(Redação dada pela Lei nº 10.454, de 13..5.2002)**

V - a exportação de obras cinematográficas e videofonográficas brasileiras e a programação brasileira transmitida para o exterior;

~~VI - as obras audiovisuais brasileiras, produzidas pelas empresas de serviços de radiodifusão de sons e imagens e empresas de serviços de comunicação eletrônica de massa por assinatura, para exibição no seu próprio segmento de mercado ou quando transmitida por força de lei ou regulamento em outro segmento de mercado, observado o disposto no parágrafo único.~~

VI - as obras audiovisuais brasileiras, produzidas pelas empresas de serviços de radiodifusão de sons e imagens e empresas de serviços de comunicação eletrônica de massa por assinatura, para exibição no seu próprio segmento de mercado ou quando transmitida por força de lei ou regulamento em outro segmento de mercado, observado o disposto no parágrafo único, exceto as obras audiovisuais publicitárias; **(Redação dada pela Lei nº 10.454, de 13..5.2002)**

VII - o pagamento, o crédito, o emprego, a remessa ou a entrega aos produtores, distribuidores ou intermediários no exterior, das importâncias relativas a rendimentos decorrentes da exploração de obras cinematográficas ou videofonográficas ou por sua aquisição ou importação a preço fixo, bem como qualquer montante referente a aquisição ou licenciamento de qualquer forma de direitos, referentes à programação, conforme definição constante do inciso XV do art. 1º; **(Incluído pela Lei nº 10.454, de 13..5.2002)**

VIII - obras cinematográficas e videofonográficas publicitárias brasileiras de caráter beneficente, filantrópico e de propaganda política; **(Incluído pela Lei nº 10.454, de 13..5.2002)**

IX - as obras cinematográficas e videofonográficas incluídas na programação internacional de que trata o inciso XIV do art. 1º, quanto à CONDECINE prevista no inciso I, alínea d do art. 33; **(Incluído pela Lei nº 10.454, de 13..5.2002)**

X - a CONDECINE de que trata o parágrafo único do art. 32, referente à programação internacional, de que trata o inciso XIV do art. 1º, desde que a programadora beneficiária desta isenção opte por aplicar o valor correspondente a 3% (três por cento) do valor do

pagamento, do crédito, do emprego, da remessa ou da entrega aos produtores, distribuidores ou intermediários no exterior, das importâncias relativas a rendimentos ou remuneração decorrentes da exploração de obras cinematográficas ou videofonográficas ou por sua aquisição ou importação a preço fixo, bem como qualquer montante referente a aquisição ou licenciamento de qualquer forma de direitos, em projetos de produção de obras cinematográficas e videofonográficas brasileiras de longa, média e curta metragens de produção independente, de co-produção de obras cinematográficas e videofonográficas brasileiras de produção independente, de telefilmes, minisséries, documentais, ficcionais, animações e de programas de televisão de caráter educativo e cultural, brasileiros de produção independente, aprovados pela ANCINE. **(Incluído pela Lei nº 10.454, de 13.5.2002)**

XI - a Anatel, as Forças Armadas, a Polícia Federal, as Polícias Militares, a Polícia Rodoviária Federal, as Polícias Cíveis e os Corpos de Bombeiros Militares. **(Incluído pela Lei nº 12.485, de 2011) (Produção de efeito)**

§ 1º As obras audiovisuais brasileiras, produzidas pelas empresas de serviços de radiodifusão de sons e imagens e empresas de serviços de comunicação eletrônica de massa por assinatura, estarão sujeitas ao pagamento da CONDECINE se vierem a ser comercializadas em outros segmentos de mercado. **(Renumerado pela Lei nº 10.454, de 13.5.2002)**

~~§ 2º Os valores correspondentes aos 3% (três por cento) previstos no inciso IX deverão ser depositados na data do pagamento, do crédito, do emprego, da remessa ou da entrega, aos produtores, distribuidores ou intermediários no exterior, das importâncias relativas a rendimentos decorrentes da exploração de obras cinematográficas e videofonográficas ou por sua aquisição ou importação a preço fixo, em conta de aplicação financeira especial no Banco do Brasil, em nome do contribuinte. **(Incluído pela Lei nº 10.454, de 13.5.2002)**~~

~~§ 3º Os valores não aplicados na forma do inciso IX, após 270 (duzentos e setenta) dias de seu depósito na conta de que trata o § 2º, destinar-se-ão à ANCINE, para aplicação em programas e projetos de fomento à produção, distribuição e exibição de obras cinematográficas e videofonográficas de produção independente. **(Incluído pela Lei nº 10.454, de 13.5.2002)**~~

~~§ 4º Os valores previstos no inciso IX não poderão ser aplicados em obras audiovisuais de natureza publicitária. **(Incluído pela Lei nº 10.454, de 13.5.2002)**~~

§ 2º Os valores correspondentes aos 3% (três por cento) previstos no inciso X do caput deste artigo deverão ser depositados na data do pagamento, do crédito, do emprego, da remessa ou da entrega aos produtores, distribuidores ou intermediários no exterior das importâncias relativas a rendimentos decorrentes da exploração de obras cinematográficas e videofonográficas ou por sua aquisição ou importação a preço fixo, em conta de aplicação financeira especial em instituição financeira pública, em nome do contribuinte. **(Redação dada pela Lei nº 11.437, de 2006).**

§ 3º Os valores não aplicados na forma do inciso X do caput deste artigo, após 270 (duzentos e setenta) dias de seu depósito na conta de que trata o § 2º deste artigo, destinar-se-ão ao FNC e serão alocados em categoria de programação específica denominada Fundo Setorial do Audiovisual. **(Redação dada pela Lei nº 11.437, de 2006).**

§ 4º Os valores previstos no inciso X do caput deste artigo não poderão ser aplicados em obras audiovisuais de natureza publicitária. **(Redação dada pela Lei nº 11.437, de 2006).**

§ 5º A liberação dos valores depositados na conta de aplicação financeira especial fica condicionada à integralização de pelo menos 50% (cinquenta por cento) dos recursos aprovados para a realização do projeto. **(Parágrafo incluído pela Lei nº 10.454, de 13.5.2002)**

~~§ 6º Os projetos produzidos com os recursos de que trata o inciso IX poderão utilizar-se dos incentivos previstos na Lei nº 8.685, de 20 de julho de 1993, e na Lei nº 8.313, de 23 de~~

~~dezembro de 1991, limitado a 95% (noventa e cinco por cento) do total do orçamento aprovado pela ANCINE para o projeto. (Incluído pela Lei nº 10.454, de 13.5.2002)~~

§ 6º Os projetos produzidos com os recursos de que trata o inciso X do caput deste artigo poderão utilizar-se dos incentivos previstos na **Lei nº 8.685, de 20 de julho de 1993**, e na **Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991**, limitados a 95% (noventa e cinco por cento) do total do orçamento aprovado pela Ancine para o projeto. **(Redação dada pela Lei nº 11.437, de 2006).**

Art. 40. Os valores da CONDECINE ficam reduzidos a:

I - vinte por cento, quando se tratar de obra cinematográfica ou videofonográfica não publicitária brasileira;

II - trinta por cento, quando se tratar de:

~~a) obras consideradas de relevante interesse artístico ou cultural, na forma do regulamento;~~

a) obras audiovisuais destinadas ao segmento de mercado de salas de exibição que sejam exploradas com até 6 (seis) cópias; **(Redação dada pela Lei nº 10.454, de 13.5.2002)**

b) obras cinematográficas e videofonográficas destinadas à veiculação em serviços de radiodifusão de sons e imagens e cuja produção tenha sido realizada mais de vinte anos antes do registro do contrato no ANCINE;

~~III - meio por cento, quando se tratar de obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária brasileira. (Revogado - vide Lei nº 10.454, de 13.5.2002)~~

## CAPÍTULO VII DOS FUNDOS DE FINANCIAMENTO DA INDÚSTRIA CINEMATOGRÁFICA NACIONAL - FUNCINES

~~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.~~

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.

Art. 42. Compete à Comissão de Valores Mobiliários autorizar, disciplinar e fiscalizar a constituição, o funcionamento e a administração dos FUNCINES, observadas as disposições desta Medida Provisória e as normas aplicáveis aos fundos de investimento.

Parágrafo único. A Comissão de Valores Mobiliários comunicará a constituição dos FUNCINES, bem como as respectivas administradoras à ANCINE.

Art. 43. Os recursos captados pelos FUNCINES serão aplicados, na forma do regulamento, em projetos e programas que, atendendo aos critérios e diretrizes estabelecidos pela ANCINE, sejam destinados a:

~~I - obras cinematográficas brasileiras de produção independente;~~

~~II - construção, reforma e recuperação das salas de exibição;~~

~~III - aquisição de ações de empresas nacionais de capital aberto constituídas para a produção, comercialização, distribuição ou exibição de obras cinematográficas brasileiras de produção independente;~~

~~IV - obra cinematográfica ou videofonográfica seriada produzida com no mínimo três e no máximo vinte e seis capítulos e telefilmes brasileiros de produção independente.~~

~~§ 1º As empresas de serviço de radiodifusão de sons e imagens e de comunicação eletrônica de massa por assinatura não poderão deter o controle acionário das empresas referidas no inciso III deste artigo.~~

~~§ 2º Os FUNCINES deverão manter, no mínimo, oitenta por cento do seu patrimônio aplicados em empreendimentos das espécies enumeradas neste artigo, observada, em relação a cada espécie de destinação, os percentuais mínimos a serem estabelecidos em regulamento.~~

I - projetos de produção de obras audiovisuais brasileiras independentes realizadas por empresas produtoras brasileiras; **(Redação dada pela Lei nº 11.437, de 2006).**

II - construção, reforma e recuperação das salas de exibição de propriedade de empresas brasileiras; **(Redação dada pela Lei nº 11.437, de 2006).**

III - aquisição de ações de empresas brasileiras para produção, comercialização, distribuição e exibição de obras audiovisuais brasileiras de produção independente, bem como para prestação de serviços de infra-estrutura cinematográficos e audiovisuais; **(Redação dada pela Lei nº 11.437, de 2006).**

IV - projetos de comercialização e distribuição de obras audiovisuais cinematográficas brasileiras de produção independente realizados por empresas brasileiras; e **(Redação dada pela Lei nº 11.437, de 2006).**

V - projetos de infra-estrutura realizados por empresas brasileiras. **(Incluído pela Lei nº 11.437, de 2006).**

§ 1º Para efeito da aplicação dos recursos dos Funcines, as empresas de radiodifusão de sons e imagens e as prestadoras de serviços de telecomunicações não poderão deter o controle acionário das empresas referidas no inciso III do caput deste artigo. **(Redação dada pela Lei nº 11.437, de 2006).**

§ 2º Os Funcines deverão manter, no mínimo, 90% (noventa por cento) do seu patrimônio aplicados em empreendimentos das espécies enumeradas neste artigo, observados, em relação a cada espécie de destinação, os percentuais mínimos a serem estabelecidos em regulamento. **(Redação dada pela Lei nº 11.437, de 2006).**

§ 3º A parcela do patrimônio do Fundo não comprometida com as aplicações de que trata este artigo, será constituída por títulos emitidos pelo Tesouro Nacional ou pelo Banco Central do Brasil.

§ 4º É vedada a aplicação de recursos de FUNCINES em projetos que tenham participação majoritária de quotista do próprio Fundo.

~~§ 5º As obras cinematográficas e videofonográficas de natureza publicitária ou jornalística não poderão se beneficiar dos FUNCINES ou do PRODECINE, de que trata o art. 47 desta Medida Provisória;~~

§ 5º As obras audiovisuais de natureza publicitária, esportiva ou jornalística não podem se beneficiar de recursos dos Funcines ou do FNC alocados na categoria de programação específica Fundo Setorial do Audiovisual. **(Redação dada pela Lei nº 11.437, de 2006).**

§ 6º As obras cinematográficas e videofonográficas produzidas com recursos dos FUNCINES terão seu corte e edição finais aprovados para exibição pelo seu diretor e produtor responsável principal.

~~§ 7º Nos casos dos incisos I e IV deve haver garantia de veiculação e difusão das obras.~~

§ 7º Nos casos do inciso I do caput deste artigo, o projeto deverá contemplar a garantia de distribuição ou difusão das obras. **(Redação dada pela Lei nº 11.437, de 2006).**

§ 8º Para os fins deste artigo, aplica-se a definição de empresa brasileira constante no § 1º do art. 1º desta Medida Provisória. **(Incluído pela Lei nº 11.437, de 2006).**

~~Art. 44. Até o período de apuração relativo ao ano calendário de 2010, inclusive, as pessoas jurídicas sujeitas à tributação com base no lucro real poderão deduzir do imposto de renda devido parcela do valor correspondente às quantias aplicadas na aquisição de quotas dos FUNCINES.~~



~~Parágrafo único. A dedução referida neste artigo poderá ser utilizada alternativamente à de que trata o art. 1º da Lei nº 8.685, de 20 de julho de 1993, até o ano-calendário de 2006, quando se extinguirá este benefício.~~

~~Parágrafo único. A dedução referida neste artigo poderá ser utilizada alternativamente à de que trata o art. 1º da Lei nº 8.685, de 20 de julho de 1993, até o ano-calendário de 2010, quando se extinguirá este benefício. (Redação dada pela Lei nº 11.329, de 2006)~~

Art. 44. Até o período de apuração relativo ao ano-calendário de 2016, inclusive, as pessoas físicas e jurídicas tributadas pelo lucro real poderão deduzir do imposto de renda devido as quantias aplicadas na aquisição de cotas dos Funcines. **(Redação dada pela Lei nº 11.437, de 2006).**

§ 1º A dedução referida no caput deste artigo pode ser utilizada de forma alternativa ou conjunta com a referida nos arts. 1º e 1º-A da Lei nº 8.685, de 20 de julho de 1993. **(Incluído pela Lei nº 11.437, de 2006).**

§ 2º No caso das pessoas físicas, a dedução prevista no caput deste artigo fica sujeita ao limite de 6% (seis por cento) conjuntamente com as deduções de que trata o art. 22 da Lei nº 9.532, de 10 de dezembro de 1997. **(Incluído pela Lei nº 11.437, de 2006).**

§ 3º Somente são dedutíveis do imposto devido as quantias aplicadas na aquisição de cotas dos Funcines: **(Incluído pela Lei nº 11.437, de 2006).**

I - pela pessoa física, no ano-calendário a que se referir a declaração de ajuste anual; **(Incluído pela Lei nº 11.437, de 2006).**

II - pela pessoa jurídica, no respectivo período de apuração de imposto. **(Incluído pela Lei nº 11.437, de 2006).**

Art. 45. A dedução de que trata o art. 44 incidirá sobre o imposto devido:

I - no trimestre a que se referirem os investimentos, para as pessoas jurídicas que apuram o lucro real trimestral;

II - no ano-calendário, para as pessoas jurídicas que, tendo optado pelo recolhimento do imposto por estimativa, apuram o lucro real anual.

III - no ano-calendário, conforme ajuste em declaração anual de rendimentos para a pessoa física. **(Incluído pela Lei nº 11.437, de 2006).**

~~§ 1º A parcela a ser deduzida será calculada aplicando-se percentual correspondente à soma das alíquotas do imposto de renda das pessoas jurídicas e da contribuição social sobre o lucro líquido, inclusive adicionais, sobre o valor de aquisição de quotas dos FUNCINES, limitada a três por cento do imposto devido e observado o disposto no inciso II do art. 6º da Lei nº 9.532, de 10 de dezembro de 1997.~~

~~§ 2º Os valores que excederem aos limites estabelecidos no § 1º não poderão ser utilizados em período de apuração posterior.~~

~~§ 3º O valor integral dos investimentos efetuados na forma deste artigo poderá ser deduzido do lucro líquido, na determinação do lucro real, nos seguintes percentuais:~~

~~I - cem por cento, nos anos calendário de 2002 a 2005;~~

~~II - cinquenta por cento, nos anos calendário de 2006 a 2008;~~

~~III - vinte e cinco por cento, nos anos calendário de 2009 e 2010.~~

~~§ 4º A pessoa jurídica que alienar as quotas dos FUNCINES somente poderá considerar como custo de aquisição, na determinação do ganho de capital, os valores deduzidos na forma do § 3º na hipótese em que a alienação ocorra após cinco anos da data de sua aquisição.~~

§ 1º Em qualquer hipótese, não será dedutível a perda apurada na alienação das cotas dos Funcines. **(Redação dada pela Lei nº 11.437, de 2006).**

§ 2º A dedução prevista neste artigo está limitada a 3% (três por cento) do imposto devido pelas pessoas jurídicas e deverá observar o limite previsto no inciso II do caput do art. 6º da Lei nº 9.532, de 10 de dezembro de 1997. **(Redação dada pela Lei nº 11.437, de 2006).**

~~§ 3º (Revogado). (Redação dada pela Lei nº 11.437, de 2006). (Revogado pela Lei nº 11.437, de 2006).~~

§ 4º A pessoa jurídica que alienar as cotas dos Funcines somente poderá considerar como custo de aquisição, na determinação do ganho de capital, os valores deduzidos na forma do caput deste artigo na hipótese em que a alienação ocorra após 5 (cinco) anos da data de sua aquisição. **(Redação dada pela Lei nº 11.437, de 2006).**

§ 5º Em qualquer hipótese, não será dedutível a perda apurada na alienação das quotas dos FUNCINES.

~~§ 6º O disposto nos §§ 3º a 5º aplica-se, também, à contribuição social sobre o lucro líquido.~~

~~§ 6º (Revogado). (Redação dada pela Lei nº 11.437, de 2006). (Revogado pela Lei nº 11.437, de 2006).~~

Art. 46. Os rendimentos e ganhos líquidos e de capital auferidos pela carteira de FUNCINES ficam isentos do imposto de renda.

§ 1º Os rendimentos, os ganhos de capital e os ganhos líquidos decorrentes de aplicação em FUNCINES sujeitam-se às normas tributárias aplicáveis aos demais valores mobiliários no mercado de capitais.

§ 2º Ocorrendo resgate de quotas de FUNCINES, em decorrência do término do prazo de duração ou da liquidação do fundo, sobre o rendimento do quotista, constituído pela diferença positiva entre o valor de resgate e o custo de aquisição das quotas, incidirá imposto de renda na fonte à alíquota de vinte por cento.

## CAPÍTULO VIII DOS DEMAIS INCENTIVOS

~~Art. 47. Fica instituído o Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Nacional PRODECINE, destinado a captar e aplicar recursos necessários ao fomento de projetos de produção, distribuição, comercialização e exibição de obras cinematográficas e videofonográficas brasileiras de produção independente, bem assim de projetos de infraestrutura técnica para a atividade cinematográfica, inclusive pagamento do Prêmio Adicional de Renda de que trata o art. 54, na forma do regulamento.~~

Art. 47. Como mecanismos de fomento de atividades audiovisuais, ficam instituídos, conforme normas a serem expedidas pela Ancine: **(Redação dada pela Lei nº 11.437, de 2006).**

I - o Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Brasileiro - PRODECINE, destinado ao fomento de projetos de produção independente, distribuição, comercialização e exibição por empresas brasileiras; **(Incluído pela Lei nº 11.437, de 2006).**

II - o Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Audiovisual Brasileiro - PRODAV, destinado ao fomento de projetos de produção, programação, distribuição, comercialização e exibição de obras audiovisuais brasileiras de produção independente; **(Incluído pela Lei nº 11.437, de 2006).**

III - o Programa de Apoio ao Desenvolvimento da Infra-Estrutura do Cinema e do Audiovisual - PRÓ-INFRA, destinado ao fomento de projetos de infra-estrutura técnica para a atividade cinematográfica e audiovisual e de desenvolvimento, ampliação e modernização dos serviços e bens de capital de empresas brasileiras e profissionais autônomos que atendam às necessidades tecnológicas das produções audiovisuais brasileiras. **(Incluído pela Lei nº 11.437, de 2006).**

§ 1º Os recursos do PRODECINE poderão ser objeto de aplicação a fundo perdido, nos casos específicos previstos no regulamento.

~~§ 2º A ANCINE estabelecerá critérios e diretrizes gerais para a aplicação e a fiscalização dos recursos do PRODECINE.~~

§ 2º A Ancine estabelecerá critérios e diretrizes gerais para a aplicação e a fiscalização dos recursos dos Programas referidos no caput deste artigo. **(Redação dada pela Lei nº 11.437, de 2006).**

~~Art. 48. São fontes de recursos do PRODECINE:~~

Art. 48. São fontes de recursos dos Programas de que trata o art. 47 desta Medida Provisória: **(Redação dada pela Lei nº 11.437, de 2006).**

I - percentual do produto da arrecadação da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional - CONDECINE;

II - o produto da arrecadação de multas e juros, decorrentes do descumprimento das normas de financiamento pelos beneficiários dos recursos do PRODECINE;

III - a remuneração dos financiamentos concedidos;

IV - as doações e outros aportes não especificados;

V - as dotações consignadas nos orçamentos da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios;

Art. 49. O abatimento do imposto de renda na fonte, de que o trata **art. 3º da Lei nº 8.685, de 1993**, aplicar-se-á, exclusivamente, a projetos previamente aprovados pela ANCINE, na forma do regulamento, observado o disposto no art. 67.

Parágrafo único. A opção pelo benefício previsto no caput afasta a incidência do disposto no § 2º do art. 33 desta Medida Provisória.

~~Art. 50. As deduções previstas no art. 1º da **Lei nº 8.685, de 1993**, ficam prorrogadas até o exercício de 2006 inclusive, devendo os projetos a serem beneficiados por estes incentivos ser previamente aprovados pela ANCINE.~~

~~Art. 50. As deduções previstas no **art. 1º da Lei nº 8.685, de 20 de julho de 1993**, ficam prorrogadas até o exercício de 2010 inclusive, devendo os projetos a serem beneficiados por estes incentivos ser previamente aprovados pela ANCINE. **(Redação dada pela Lei nº 11.329, de 2006)**~~

Art. 50. As deduções previstas no **art. 1º da Lei nº 8.685, de 20 de julho de 1993**, ficam prorrogadas até o exercício de 2016, inclusive, devendo os projetos a serem beneficiados por esses incentivos ser previamente aprovados pela Ancine. **(Redação dada pela Lei nº 12.375, de 2010)**

~~Art. 51. O art. 5º da Lei nº 8.685, de 1993, passa a vigorar com a seguinte redação: **(Revogado pela Lei nº 11.437, de 2006).**~~

~~"Art. 5º Os valores não aplicados na forma do artigo anterior, no prazo de cento e oitenta dias contados da data do depósito, se destinarão à ANCINE, para aplicação em projetos de fomento à indústria cinematográfica nacional, conforme disposto em regulamento". (NR)~~

Art. 52. A partir de 1º de janeiro de 2007, a alínea "a" do inciso II do art. 3º da Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991, passará a vigorar com a seguinte redação:

"a) produção de discos, vídeos, obras cinematográficas de curta e média metragem e filmes documentais, preservação do acervo cinematográfico bem assim de outras obras de reprodução videofonográfica de caráter cultural;" (NR)

Parágrafo único. O Conselho Superior do Cinema poderá antecipar a entrada em vigor do disposto neste artigo.

Art. 53. O § 3º do art. 18 da Lei nº 8.313, de 1991, passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 18. ....  
.....

§ 3º As doações e os patrocínios na produção cultural, a que se refere o § 1º, atenderão exclusivamente aos seguintes segmentos:

- a) artes cênicas;
- b) livros de valor artístico, literário ou humanístico;
- c) música erudita ou instrumental;

- d) exposições de artes visuais;
- e) doações de acervos para bibliotecas públicas, museus, arquivos públicos e cinematecas, bem como treinamento de pessoal e aquisição de equipamentos para a manutenção desses acervos;
- f) produção de obras cinematográficas e videofonográficas de curta e média metragem e preservação e difusão do acervo audiovisual; e
- g) preservação do patrimônio cultural material e imaterial." (NR)

Art. 54. Fica instituído o Prêmio Adicional de Renda, calculado sobre as rendas de bilheterias auferidas pela obra cinematográfica de longa metragem brasileira de produção independente, que será concedido a produtores, distribuidores e exibidores, na forma que dispuser o regulamento.

Art. 55. Por um prazo de vinte anos, contados a partir de 5 de setembro de 2001, as empresas proprietárias, locatárias ou arrendatárias de salas, espaços ou locais de exibição pública comercial exibirão obras cinematográficas brasileiras de longa metragem, por um número de dias fixado, anualmente, por decreto, ouvidas as entidades representativas dos produtores, distribuidores e exibidores.

§ 1º A exibição de obras cinematográficas brasileiras far-se-á proporcionalmente, no semestre, podendo o exibidor antecipar a programação do semestre seguinte.

§ 2º A ANCINE aferirá, semestralmente, o cumprimento do disposto neste artigo.

§ 3º As obras cinematográficas e os telefilmes que forem exibidos em meios eletrônicos antes da exibição comercial em salas não serão computados para fins do cumprimento do disposto no caput.

Art. 56. Por um prazo de vinte anos, contados a partir de 5 de setembro de 2001, as empresas de distribuição de vídeo doméstico deverão ter um percentual anual de obras brasileiras cinematográficas e videofonográficas entre seus títulos, obrigando-se a lançá-las comercialmente.

Parágrafo único. O percentual de lançamentos e títulos a que se refere este artigo será fixado anualmente por decreto, ouvidas as entidades de caráter nacional representativas das atividades de produção, distribuição e comercialização de obras cinematográficas e videofonográficas.

Art. 57. Poderá ser estabelecido, por lei, a obrigatoriedade de veiculação de obras cinematográficas e videofonográficas brasileiras de produção independente em outros segmentos de mercado além daqueles indicados nos arts. 55 e 56.

## CAPÍTULO IX DAS PENALIDADES

Art. 58. As empresas exibidoras, as distribuidoras e locadoras de vídeo, deverão ser autuadas pela ANCINE nos casos de não cumprimento das disposições desta Medida Provisória.

Parágrafo único. Constitui embaraço à fiscalização, sujeitando o infrator à pena do caput do art. 60: **(Incluído pela Medida Provisória nº 545, de 2011)**

I - a imposição de obstáculos ao livre acesso dos agentes da ANCINE às entidades fiscalizadas; e **(Incluído pela Medida Provisória nº 545, de 2011)**

II - o não atendimento da requisição de contratos, livros, sistemas, arquivos ou documentos. **(Incluído pela Medida Provisória nº 545, de 2011)**

~~Art. 59. O descumprimento da obrigatoriedade de que trata o art. 55 sujeitará o infrator a uma multa correspondente a cinco por cento da renda média diária de bilheteria, apurada no semestre anterior à infração, multiplicada pelo número de dias em que a obrigatoriedade não foi cumprida.~~

~~Parágrafo único. Entende-se por renda média aquela obtida após a dedução da arrecadação bruta de bilheteria do valor dos impostos municipais, estaduais, federais e direitos autorais que incidirem sobre o valor do ingresso ao público.~~

Art. 59. O descumprimento da obrigatoriedade de que trata o art. 55 sujeitará o infrator a multa correspondente a cinco por cento da receita bruta média diária de bilheteria do complexo, apurada no ano da infração, multiplicada pelo número de dias do descumprimento. **(Redação dada pela Medida Provisória nº 545, de 2011)**

§ 1º Se a receita bruta de bilheteria do complexo não puder ser apurada, será aplicada multa no valor de R\$ 100,00 (cem reais) por dia de descumprimento, multiplicado pelo número de salas do complexo. **(Incluído pela Medida Provisória nº 545, de 2011)**

§ 2º A multa prevista neste artigo deverá respeitar o limite máximo estabelecido no caput do art. 60. **(Incluído pela Medida Provisória nº 545, de 2011)**

Art. 60. O descumprimento ao disposto nos arts. 17 a 19, 21, 24 a 26, 28, 29, 31 e 56 desta Medida Provisória sujeita os infratores a multas de R\$ 2.000,00 (dois mil reais) a R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais), na forma do regulamento.

~~§ 1º Em qualquer hipótese as multas limitar-se-ão a:~~ **(Revogado pela Lei nº 11.437, de 2006).**

~~I - um décimo por cento da receita bruta, para o disposto nos arts. 18, 19, 21, 26, 28, 29 e no parágrafo único do art. 31. (Revogado pela Lei nº 11.437, de 2006).~~

~~II - três décimos por cento da receita bruta, para o disposto nos arts. 17, 24, 25 e 56; (Revogado pela Lei nº 11.437, de 2006).~~

~~III - cinco décimos por cento da receita bruta, para o disposto no caput do art. 31. (Revogado pela Lei nº 11.437, de 2006).~~

§ 2º Caso não seja possível apurar o valor da receita bruta referido no caput por falta de informações, a ANCINE arbitra-lo-á na forma do regulamento, que observará, isolada ou conjuntamente, dentre outros, os seguintes critérios:

I - a receita bruta referente ao último período em que a pessoa jurídica manteve escrituração de acordo com as leis comerciais e fiscais, atualizado monetariamente;

II - a soma dos valores do ativo circulante, realizável a longo prazo e permanente, existentes no último balanço patrimonial conhecido, atualizado monetariamente;

III - o valor do capital constante do último balanço patrimonial conhecido ou registrado nos atos de constituição ou alteração da sociedade, atualizado monetariamente;

IV - o valor do patrimônio líquido constante do último balanço patrimonial conhecido, atualizado monetariamente;

V - o valor das compras de mercadorias efetuadas no mês;

VI - a soma, em cada mês, dos valores da folha de pagamento dos empregados e das compras de matérias-primas, produtos intermediários e materiais de embalagem;

VII - a soma dos valores devidos no mês a empregados; e

VIII - o valor mensal do aluguel devido.

§ 3º Aplica-se, subsidiariamente, ao disposto neste artigo, as normas de arbitramento de lucro previstas no âmbito da legislação tributária federal.

§ 4º Os veículos de comunicação que veicularem cópia ou original de obra cinematográfica ou obra videofonográfica publicitária, sem que conste na claquete de identificação o número do respectivo registro do título, pagarão multa correspondente a 3 (três) vezes o valor do contrato ou da veiculação. **(Parágrafo incluído pela Lei nº 10.454, de 13.5.2002)**

~~Art. 61. O descumprimento dos projetos executados com recursos recebidos do PRODECINE e dos FUNCINES, a não efetivação do investimento ou a sua realização em desacordo com o estatuído implicam a devolução dos recursos acrescidos de:~~

Art. 61. O descumprimento dos projetos executados com recursos recebidos do FNC alocados na categoria de programação específica denominada Fundo Setorial do Audiovisual e dos

Funcines, a não-efetivação do investimento ou a sua realização em desacordo com o estatuído implica a devolução dos recursos acrescidos de: **(Redação dada pela Lei nº 11.437, de 2006).**

I - juros moratórios equivalentes à taxa referencial do Sistema especial de Liquidação e Custódia - SELIC, para títulos federais, acumulados mensalmente, calculados a partir do primeiro dia do mês subsequente ao do recebimento dos recursos até o mês anterior ao do pagamento e de um por cento no mês do pagamento;

II - multa de vinte por cento calculada sobre o valor total dos recursos.

## CAPÍTULO X DISPOSIÇÕES TRANSITÓRIAS

Art. 62. Durante os primeiros doze meses, contados a partir de 5 de setembro de 2001, a ANCINE ficará vinculada à Casa Civil da Presidência da República, que responderá pela sua supervisão durante esse período.

Art. 63. A ANCINE constituirá, no prazo de vinte e quatro meses, a contar da data da sua implantação, o seu quadro próprio de pessoal, por meio da realização de concurso público de provas, ou de provas e títulos.

Art. 64. Durante os primeiros vinte e quatro meses subsequentes à sua instalação, a ANCINE poderá requisitar, com ônus, servidores e empregados de órgãos e entidades integrantes da administração pública.

§ 1º Transcorrido o prazo a que se refere o caput, somente serão cedidos para a ANCINE servidores por ela requisitados para o exercício de cargos em comissão.

§ 2º Durante os primeiros vinte e quatro meses subsequentes à sua instalação, a ANCINE poderá complementar a remuneração do servidor ou empregado público requisitado, até o limite da remuneração do cargo efetivo ou emprego permanente ocupado no órgão ou na entidade de origem, quando a requisição implicar em redução dessa remuneração.

~~Art. 65. A ANCINE poderá contratar profissionais imprestáveis à consecução de seus trabalhos, enquanto não for completado seu quadro próprio de pessoal, por prazo determinado e não superior a vinte e quatro meses contados da sua implantação, vedada a recontração antes de decorridos vinte e quatro meses do término do contrato.~~

~~§ 1º As contratações temporárias serão feitas por tempo determinado, e observado o prazo máximo de doze meses, podendo ser prorrogadas, desde que sua duração não ultrapasse o termo final da autorização de que trata o caput deste artigo.~~

Art. 65. A ANCINE poderá efetuar, nos termos do **art. 37, IX, da Constituição**, e observado o disposto na **Lei nº 8.745, de 9 de dezembro de 1993**, contratação por tempo determinado, pelo prazo de doze meses, do pessoal técnico imprescindível ao exercício de suas competências institucionais. **(Redação dada pela Lei nº 10.682, de 28.5.2003)**

§ 1º As contratações referidas no caput poderão ser prorrogadas, desde que sua duração total não ultrapasse o prazo de vinte e quatro meses, ficando limitada sua vigência, em qualquer caso, a 5 de setembro de 2005. **(Redação dada pela Lei nº 10.682, de 28.5.2003)**

§ 2º A remuneração do pessoal contratado temporariamente, terá como referência os valores definidos em ato conjunto da Agência e do órgão central do Sistema de Pessoal Civil da Administração Federal - SIPEC.

§ 3º Aplica-se ao pessoal contratado temporariamente pela Agência, o disposto nos arts. 5º e 6º, no **parágrafo-único do art. 7º**, nos arts. 8º, 9º, 10, 11,12 e 16 da **Lei nº 8.745, de 9 de dezembro de 1993**.

Art. 66. Fica o Poder Executivo autorizado a: **(Vide Decreto nº 4.456, de 4.11.2002)**

I - transferir para a ANCINE os acervos técnico e patrimonial, as obrigações e os direitos da Divisão de Registro da Secretaria para Desenvolvimento do Audiovisual do Ministério da

Cultura, bem como aqueles correspondentes a outras atividades atribuídas à Agência por esta Medida Provisória;

II - remanejar, transpor, transferir, ou utilizar, a partir da instalação da ANCINE, as dotações orçamentárias aprovadas na Lei Orçamentária de 2001, consignadas ao Ministério da Cultura, referentes às atribuições transferidas para aquela autarquia, mantida a mesma classificação orçamentária, expressa por categoria de programação em seu menor nível, observado o disposto no **§ 2º do art. 3º da Lei nº 9.995, de 25 de julho de 2000**, assim como o respectivo detalhamento por esfera orçamentária, grupos de despesa, fontes de recursos, modalidades de aplicação e identificadores de uso.

Art. 67. No prazo máximo de um ano, contado a partir de 5 de setembro de 2001, deverá ser editado regulamento dispondo sobre a forma de transferência para a ANCINE, dos processos relativos à aprovação de projetos com base nas **Lei nº 8.685, de 1993, e Lei nº 8.313, de 1991**, inclusive os já aprovados. **(Regulamento)**

Parágrafo único. Até que os processos referidos no caput sejam transferidos para a ANCINE, a sua análise e acompanhamento permanecerão a cargo do Ministério da Cultura.

Art. 68. Na primeira gestão da ANCINE, um diretor terá mandato de dois anos, um de três anos, um de quatro anos e um de cinco anos, para implementar o sistema de mandatos não coincidentes.

Art. 69. Cabe à Advocacia-Geral da União a representação nos processos judiciais em que a ANCINE seja parte ou interessada, até a implantação da sua Procuradoria-Geral.

Parágrafo único. O Ministério da Cultura, por intermédio de sua Consultoria Jurídica, promoverá, no prazo de cento e oitenta dias, contados a partir de 5 de setembro de 2001, levantamento dos processos judiciais em curso envolvendo matéria cuja competência tenha sido transferida para a ANCINE, a qual o substituirá nos respectivos processos.

Art. 70. A instalação da ANCINE dar-se-á em até cento e vinte dias, a partir de 5 de setembro de 2001 e o início do exercício de suas competências a partir da publicação de sua estrutura regimental em ato do Presidente da República. **(Regulamento)**

## CAPÍTULO XI DISPOSIÇÕES GERAIS E FINAIS

Art. 71. É vedado aos empregados, aos requisitados, aos ocupantes de cargos comissionados e aos dirigentes da ANCINE o exercício de outra atividade profissional, inclusive gestão operacional de empresa, ou direção político-partidária, excetuados os casos admitidos em lei.

Parágrafo único. No caso de o dirigente da ANCINE ser sócio-controlador de empresa relacionada com a indústria cinematográfica e videofonográfica, fica a mesma impedida de utilizar-se de recursos públicos ou incentivos fiscais durante o período em que o dirigente estiver no exercício de suas funções.

Art. 72. Ficam criados para exercício na ANCINE os cargos comissionados dispostos no Anexo II desta Medida Provisória.

~~Art. 73. O quantitativo de servidores ou empregados requisitados, acrescido do Quadro de Pessoal Efetivo, dos contratados temporários e dos ocupantes de cargos comissionados não poderá ultrapassar o número de empregos fixados para a ANCINE no art. 13 desta Medida Provisória.~~

~~Art. 73. O quantitativo de servidores ou empregados requisitados, acrescido do Quadro de Pessoal Efetivo, dos contratados por prazo determinado e dos ocupantes de cargos comissionados não poderá ultrapassar a 260 (duzentos e sessenta). (Redação dada pela Lei nº 10.871, de 2004) (Revogado pela Lei nº 11.314 de 2006).~~

Art. 74. O Poder Executivo estimulará a associação de capitais nacionais e estrangeiros, inclusive por intermédio dos mecanismos de conversão da dívida externa, para o

financiamento a empresas e a projetos voltados às atividades de que trata esta Medida Provisória, na forma do regulamento.

Parágrafo único. Os depósitos em nome de credores estrangeiros à ordem do Banco Central do Brasil serão liberados pelo seu valor de face, em montante a ser fixado por aquele Banco.

Art. 75. Esta Medida Provisória será regulamentada pelo Poder Executivo.

Art. 76. Ficam convalidados os atos praticados com base na **Medida Provisória nº 2.219, de 4 de setembro de 2001.**

Art. 77. Ficam revogados o **inciso II do art. 11 do Decreto-Lei nº 43, de 18 de novembro de 1966**, o **Decreto-Lei nº 1.900, de 21 de dezembro de 1981**, a **Lei nº 8.401, de 8 de janeiro de 1992**, e a **Medida Provisória nº 2.219, de 4 de setembro de 2001.**

Art. 78. Esta Medida Provisória entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 6 de setembro de 2001; 180º da Independência e 113º da República.

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO

*Sérgio Silva do Amaral*

*Francisco Weffort*

*Pedro Parente*

Este texto não substitui o publicado no D.O.U. de 10.9.2001

#### ANEXO I

Art. 33, inciso I:

a) MERCADO DE SALAS DE EXIBIÇÃO (exceto obra publicitária)

- Obra cinematográfica ou videofonográfica de até 15 minutos	R\$ 300,00
- Obra cinematográfica ou videofonográfica de duração superior a 15 minutos e até 50 minutos	R\$ 700,00
- Obra cinematográfica ou videofonográfica de duração superior a 50 minutos	R\$ 3.000,00

b) MERCADO DE VÍDEO DOMÉSTICO, EM QUALQUER SUPORTE (exceto obra publicitária)

- Obra cinematográfica ou videofonográfica de até 15 minutos	R\$ 300,00
- Obra cinematográfica ou videofonográfica com duração superior a 15 minutos e até 50 minutos	R\$ 700,00
- Obra cinematográfica ou videofonográfica Com duração superior a 50 minutos ou conjunto de obras audiovisuais de curta Metragem e/ou média metragem gravadas num mesmo suporte com duração superior a 50 minutos	R\$ 3.000,00
- Obra cinematográfica ou videofonográfica seriada (por capítulo ou episódio)	R\$ 750,00

c) MERCADO DE SERVIÇOS DE RADIODIFUSÃO DE SONS E IMAGENS (exceto obra publicitária)

- Obra cinematográfica ou videofonográfica de até 15 minutos	R\$ 300,00
- Obra cinematográfica ou videofonográfica de duração superior a 15 minutos e até 50 minutos	R\$ 700,00
- Obra cinematográfica ou videofonográfica de duração superior a 50 minutos	R\$ 3.000,00



- Obra cinematográfica ou videofonográfica seriada (por capítulo ou episódio)	R\$ 750,00
---	------------

~~d) MERCADO DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO ELETRÔNICA DE MASSA POR ASSINATURA (exceto obra publicitária)~~

<del>Obra cinematográfica ou videofonográfica de até 15 minutos</del>	<del>R\$ 200,00</del>
<del>Obra cinematográfica ou videofonográfica de duração superior a 15 minutos e até 50 minutos</del>	<del>R\$ 500,00</del>
<del>Obra cinematográfica ou videofonográfica de duração superior a 50 minutos</del>	<del>R\$ 2.000,00</del>
<del>Obra cinematográfica ou videofonográfica seriada (por capítulo ou episódio)</del>	<del>R\$ 450,00</del>

d) MERCADO DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO ELETRÔNICA DE MASSA POR ASSINATURA QUANDO SE TRATAR DE PROGRAMAÇÃO NACIONAL DE QUE TRATA O INCISO XV DO ART 1º (exceto obra publicitária) **(Redação dada pela Lei nº 10.454, de 13..5.2002)**

- obra cinematográfica ou videofonográfica de até 15 minutos	R\$ 200,00
- obra cinematográfica ou videofonográfica de duração superior a 15 minutos e até 50 minutos	R\$ 500,00
- obra cinematográfica ou videofonográfica de duração superior a 50 minutos	R\$ 2.000,00
- obra cinematográfica ou videofonográfica seriada (por capítulo ou episódio)	R\$ 450,00

e) OUTROS MERCADOS (exceto obra publicitária)

- Obra cinematográfica ou videofonográfica de até 15 minutos	R\$ 300,00
- Obra cinematográfica ou videofonográfica de duração superior a 15 minutos e até 50 minutos	R\$ 700,00
- Obra cinematográfica ou videofonográfica de duração superior a 50 minutos	R\$ 3.000,00
- Obra cinematográfica ou videofonográfica seriada (por capítulo ou episódio)	R\$ 750,00

Art. 33, inciso II:

~~OBRA CINEMATOGRAFICA OU VIDEOFONOGRÁFICA PUBLICITÁRIA PARA EXIBIÇÃO EM CADA SEGMENTO DE MERCADO~~

<del>obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária com duração de até 15 segundos</del>	<del>R\$ 50.000,00</del>
<del>obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária com duração superior a 15 segundos e até 30 segundos</del>	<del>R\$ 70.000,00</del>
<del>Obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária com duração superior a 30 segundos</del>	<del>R\$ 100.000,00</del>

a) OBRA CINEMATOGRAFICA OU VIDEOFONOGRÁFICA PUBLICITÁRIA BRASILEIRA FILMADA NO EXTERIOR PARA EXIBIÇÃO EM CADA SEGMENTO DE MERCADO **(Redação dada pela Lei nº 10.454, de 13..5.2002)**

- obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária brasileira filmada no exterior com pagamento simultâneo	R\$ 28.000,00
---	---------------

para todos os segmentos de mercado	
- obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária brasileira filmada no exterior, para o mercado de serviços de radiodifusão de sons e imagens	R\$ 20.000,00
<del>obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária brasileira filmada no exterior, para o mercado de serviços de comunicação eletrônica de massa por assinatura, quando incluída em programação nacional</del> - obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária brasileira filmada no exterior, para o mercado de serviços de comunicação eletrônica de massa por assinatura <b>(Redação dada pela Medida Provisória nº 545, de 2011)</b>	R\$ 6.000,00
- obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária brasileira filmada no exterior, para o mercado de vídeo doméstico, em qualquer suporte	R\$ 3.500,00
- obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária brasileira filmada no exterior, para o mercado de salas de exibição	R\$ 3.500,00
- obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária brasileira filmada no exterior para outros segmentos de mercado	R\$ 500,00

b) OBRA CINEMATOGRAFICA OU VIDEOFONOGRÁFICA PUBLICITÁRIA ESTRANGEIRA PARA EXIBIÇÃO EM CADA SEGMENTO DE MERCADO **(Incluído pela Lei nº 10.454, de 13.5.2002)**

- obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária estrangeira com pagamento simultâneo para todos os segmentos de mercado	R\$ 84.000,00 200.000,00 <b>(Redação dada pela Medida Provisória nº 545, de 2011)</b>
- obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária estrangeira para o mercado de serviços de radiodifusão de sons e imagens	R\$ 70.000,00 166.670,00 <b>(Redação dada pela Medida Provisória nº 545, de 2011)</b>
<del>obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária estrangeira para o mercado de serviços de comunicação eletrônica de massa por assinatura, quando incluída em programação nacional</del> - obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária estrangeira, para o mercado de serviços de comunicação eletrônica de massa por assinatura <b>(Redação dada pela Medida Provisória nº 545, de 2011)</b>	R\$ 10.000,00 23.810,00 <b>(Redação dada pela Medida Provisória nº 545, de 2011)</b>
- obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária estrangeira para o mercado de vídeo doméstico, em qualquer suporte	R\$ 6.000,00 14.290,00

	(Redação dada pela Medida Provisória nº 545, de 2011)
- obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária estrangeira para o mercado de salas de exibição	R\$ 6.000,00 14.290,00 (Redação dada pela Medida Provisória nº 545, de 2011)
- obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária estrangeira para outros segmentos de mercado	R\$ 1.000,00 2.380,00 (Redação dada pela Medida Provisória nº 545, de 2011)

e) ~~OBRA CINEMATOGRAFICA OU VIDEOFONOGRÁFICA PUBLICITÁRIA ESTRANGEIRA ADAPTADA PARA EXIBIÇÃO EM CADA SEGMENTO DE MERCADO (Incluído pela Lei nº 10.454, de 13..5.2002) (Revogado pela Medida Provisória nº 545, de 2011)~~

<del>— obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária estrangeira adaptada com pagamento simultâneo para todos os segmentos de mercado</del>	<del>R\$ 50.000,00</del>
<del>— obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária estrangeira adaptada para o mercado de serviços de radiodifusão de sons e imagens</del>	<del>R\$ 45.000,00</del>
<del>— obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária estrangeira adaptada para o mercado de serviços de comunicação eletrônica de massa por assinatura, quando incluída em programação nacional</del>	<del>R\$ 8.000,00</del>
<del>— obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária estrangeira adaptada para o mercado de vídeo doméstico, em qualquer suporte</del>	<del>R\$ 5.000,00</del>
<del>— obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária estrangeira adaptada para o mercado de salas de exibição</del>	<del>R\$ 5.000,00</del>
<del>— obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária estrangeira adaptada para outros segmentos de mercado</del>	<del>R\$ 800,00</del>

d) OBRA CINEMATOGRAFICA OU VIDEOFONOGRÁFICA PUBLICITÁRIA BRASILEIRA PARA EXIBIÇÃO EM CADA SEGMENTO DE MERCADO (Incluído pela Lei nº 10.454, de 13..5.2002)

- obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária brasileira com pagamento simultâneo para todos os segmentos de mercado	R\$ 1.500,00 3.570,00 (Redação dada pela Medida Provisória nº 545, de 2011)
--	---

- obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária brasileira, para o mercado de serviços de radiodifusão de sons e imagens	R\$ 1.000,00 2.380,00 <b>(Redação dada pela Medida Provisória nº 545, de 2011)</b>
<del>obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária brasileira, para o mercado de serviços de comunicação eletrônica de massa por assinatura, quando incluída em programação nacional</del> - obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária brasileira, para o mercado de serviços de comunicação eletrônica de massa por assinatura <b>(Redação dada pela Medida Provisória nº 545, de 2011)</b>	R\$ 500,00 1.190,00 <b>(Redação dada pela Medida Provisória nº 545, de 2011)</b>
- obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária brasileira, para o mercado de vídeo doméstico, em qualquer suporte	R\$ 300,00 710,00 <b>(Redação dada pela Medida Provisória nº 545, de 2011)</b>
- obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária brasileira, para o mercado de salas de exibição	R\$ 300,00 710,00 <b>(Redação dada pela Medida Provisória nº 545, de 2011)</b>
- obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária brasileira para outros segmentos de mercado	R\$ 100,00 240,00 <b>(Redação dada pela Medida Provisória nº 545, de 2011)</b>

Art. 33, inciso III: **(Incluído pela Lei nº 12.485, de 2011)**

a) Serviço Móvel Celular	a) base b) repetidora c) móvel	160,00 160,00 3,22
b) Serviço Limitado Móvel Especializado	a) base em área de até 300.000 habitantes b) base em área acima de 300.000 até 700.000 habitantes c) base acima de 700.000 habitantes d) móvel	80,00 112,00 144,00 3,22
c) Serviço Especial de TV por Assinatura		289,00
d) Serviço Especial de Canal Secundário de Radiodifusão de Sons e Imagens		40,00

e) Serviço Especial de Repetição de Televisão		48,00
f) Serviço Especial de Repetição de Sinais de TV Via Satélite		48,00
g) Serviço Especial de Retransmissão de Televisão		60,00
h) Serviço Suportado por Meio de Satélite	a) terminal de sistema de comunicação global por satélite	3,22 24,00
	b) estação terrena de pequeno porte com capacidade de transmissão e diâmetro de antena inferior a 2,4m, controlada por estação central	48,00 1.608,00 402,00
	c) estação terrena central controladora de aplicações de redes de dados e outras	3.217,00
	d) estação terrena de grande porte com capacidade de transmissão, utilizada para sinais de áudio, vídeo, dados ou telefonia e outras aplicações, com diâmetro de antena superior a 4,5m	3.217,00
	e) estação terrena móvel com capacidade de transmissão	
	f) estação espacial geostacionária (por satélite)	
	g) estação espacial não geostacionária (por sistema)	
i) Serviço de Distribuição de Sinais Multiponto Multicanal	a) base em área de até 300.000 habitantes	1.206,00
	b) base em área acima de 300.000 até 700.000 habitantes	1.608,00 2.011,00
	c) base acima de 700.000 habitantes	
j) Serviço de TV a Cabo	a) base em área de até 300.000 habitantes	1.206,00
	b) base em área acima de 300.000 até 700.000 habitantes	1.608,00 2.011,00
	c) base acima de 700.000 habitantes	
k) Serviço de Distribuição de Sinais de TV por Meios Físicos		624,00
l) Serviço de Radiodifusão de Sons e Imagens	a) estações instaladas nas cidades com população até 500.000 habitantes	1.464,00 1.728,00
	b) estações instaladas nas cidades com população entre 500.001 e 1.000.000 de habitantes	2.232,00 2.700,00 3.240,00
	c) estações instaladas nas cidades com população entre 1.000.001 e 2.000.000 de habitantes	3.726,00 4.087,00
	d) estações instaladas nas cidades com população entre 2.000.001 e 3.000.000 de habitantes	
	e) estações instaladas nas cidades com população entre 3.000.001 e 4.000.000 de habitantes	
	f) estações instaladas nas cidades com população entre 4.000.001 e 5.000.000 de habitantes	
	g) estações instaladas nas cidades com população acima de 5.000.000 de	

	habitantes	
m) Serviço Auxiliar de Radiodifusão e Correlatos - Ligação para Transmissão de Programas, Reportagem Externa, Comunicação de Ordens, Telecomando, Telemando e outros		
m.1) Televisão		120,00
m .2) Televisão por Assinatura		120,00
n) Serviço Telefônico Fixo Comutado - STFC	a) até 200 terminais	88,00
	b) de 201 a 500 terminais	222,00
	c) de 501 a 2.000 terminais	888,00
	d) de 2.001 a 4.000 terminais	1.769,00
	e) de 4.001 a 20.000 terminais	2.654,00
	f) acima de 20.000 terminais	3.539,00
o) Serviço de Comunicação de Dados Comutado		3.539,00
p) Serviço de Distribuição de Sinais de Televisão e de Áudio por Assinatura via Satélite - DTH	a) base com capacidade de cobertura nacional	2.011,00
	b) estação terrena de grande porte com capacidade para transmissão de sinais de televisão ou de áudio, bem como de ambos	1.608,00
q) Serviço de Acesso condicionado	a) base em área de até 300.000 habitantes	1.206,00
	b) base em área acima de 300.000 até 700.000 habitantes	1.608,00
	c) base acima de 700.000 habitantes	2.011,00
	d) base com capacidade de cobertura nacional	2.011,00
	e) estação terrena de grande porte com capacidade para transmissão de sinais de televisão ou de áudio, bem como de ambos	1.608,00
r) Serviço de Comunicação Multimídia	a) base	160,00
	b) repetidora	160,00
	c) móvel	3,22
s) Serviço Móvel Pessoal	a) base	160,00
	b) repetidora	160,00
	c) móvel	3,22

## ANEXO II

## Quadro de cargos comissionados da ANCINE

DIREÇÃO	E
CD-I	1
CD-II	3
GERÊNCIA EXECUTIVA	E
CGE-I	4
CGE-II	12
CGE-III	10
CGE-IV	6
ASSESSORIA	E
CA-I	8

CA-II	6
CA-III	6
ASSISTÊNCIA	E
CAS-I	8
CAS-II	8
TÉCNICOS	E
CCT-V	8
CCT-IV	12
CCT-III	10
CCT-II	12
CCT-I	12
TOTAL	126

## **Anexo II: Cronologia legislativa do cinema brasileiro (2001-2010)**

- Decreto nº 3.811, de 4 de maio de 2001: Fixa o número de dias para a exibição de obras cinematográficas brasileiras durante o ano de 2001, e dá outras providências.

- Decreto nº 3.891, de 17 de agosto de 2001: Fixa o valor absoluto do limite global das deduções do Imposto sobre a Renda devido, relativas a doações e a patrocínios em favor de projetos culturais e a incentivos à atividade audiovisual.

- Medida Provisória nº 2.219, de 4 de setembro de 2001: Estabelece princípios gerais da Política Nacional do Cinema, cria o Conselho Superior do Cinema e a Agência Nacional do Cinema - ANCINE, institui o Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Nacional - PRODECINE, autoriza a criação de Fundos de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional - FUNCINES, altera a legislação sobre a Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional e dá outras providências.

- Medida Provisória nº 2.228-1, de 6 de setembro de 2001: Estabelece princípios gerais da Política Nacional do Cinema, cria o Conselho Superior do Cinema e a Agência Nacional do Cinema - ANCINE, institui o Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Nacional - PRODECINE, autoriza a criação de Fundos de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional - FUNCINES, altera a legislação sobre a Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional e dá outras providências.

- Decreto nº 4.110, de 1 de fevereiro de 2002: Fixa o valor absoluto do limite global das deduções do imposto sobre a renda devido, relativas a doações e a patrocínios em favor de projetos culturais e a incentivos à atividade audiovisual.

- Decreto nº 4.121, de 7 de fevereiro de 2002: Aprova a Estrutura Regimental e o Quadro Demonstrativo dos Cargos Comissionados e dos Cargos Comissionados Técnicos da Agência Nacional do Cinema - ANCINE, e dá outras providências.

- Decreto nº 4.196, de 11 de abril de 2002: Fixa o número de dias para a exibição de obras audiovisuais cinematográficas brasileiras durante o ano de 2002, e dá outras providências.

- Decreto nº 4.283, de 25 de junho de 2002: Estabelece período de vinculação da Agência Nacional do Cinema - ANCINE à Casa Civil da Presidência da República.

- Decreto nº 4.330, de 12 de agosto de 2002: Altera o Anexo II ao Decreto nº 4.121, de 7 de fevereiro de 2002, que aprova a Estrutura e o Quadro Demonstrativo dos Cargos Comissionados Técnicos da Agência Nacional do Cinema - ANCINE.



- Decreto nº 4.456, de 4 de novembro de 2002: Regulamenta o art. 67 da Medida Provisória nº 2.228-1, de 6 de setembro de 2001, estabelecendo as competências do Ministério da Cultura e da Agência Nacional do Cinema - ANCINE, com relação aos projetos audiovisuais realizados com base na Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991, dispõe sobre a transferência de atividades, nos termos do art. 66, inciso I, da referida Medida Provisória, e dos processos relativos aos projetos audiovisuais realizados com base na citada Lei nº 8.313, de 1991, e na Lei nº 8.685, de 20 de julho de 1993, e dá outras providências.

- Decreto nº 4.556, de 30 de dezembro de 2002: Fixa o número de dias para a exibição de obras audiovisuais cinematográficas brasileiras no ano de 2003, estabelece a quantidade mínima de títulos a serem exibidos, e dá outras providências.

- Decreto nº 4.747, de 16 de junho de 2002: Fixa o valor absoluto do limite global das deduções do imposto sobre a renda devido, relativas a doações e a patrocínios em favor de projetos culturais e a incentivos à atividade audiovisual.

- Decreto nº 4.858, de 13 de outubro de 2003: Dispõe sobre a composição e funcionamento do Conselho Superior do Cinema, e dá outras providências.

- Decreto nº 4.920, de 17 de dezembro de 2003: Dá nova redação ao § 5º do art. 2º do Decreto nº 4.858, de 13 de outubro de 2003, que dispõe sobre a composição e funcionamento do Conselho Superior do Cinema.

- Decreto nº 4.945, de 30 de dezembro de 2003: Fixa o número de dias para a exibição de obras audiovisuais cinematográficas brasileiras no ano de 2004 e dá outras providências.

- Lei nº 11.437, de 28 de dezembro de 2006: Altera a destinação de receitas decorrentes da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional - CONDECINE, criada pela Medida Provisória nº 2.228-1, de 6 de setembro de 2001, visando ao financiamento de programas e projetos voltados para o desenvolvimento das atividades audiovisuais; altera a Medida Provisória nº 2.228-1, de 6 de setembro de 2001, e a Lei nº 8.685, de 20 de julho de 1993, prorrogando e instituindo mecanismos de fomento à atividade audiovisual; e dá outras providências.

- Decreto nº 6.293, de 11 de dezembro de 2007: Altera e acresce dispositivos ao Decreto nº 4.858, de 13 de outubro de 2003, que dispõe sobre a composição e funcionamento do Conselho Superior do Cinema

- Decreto nº 6.299, de 12 de dezembro de 2007: Regulamenta os arts. 1º, 2º, 3º, 4º, 5º e 6º da Lei nº 11.437, de 28 de dezembro de 2006, que destinam recursos para o financiamento de programas e projetos voltados para o desenvolvimento das atividades audiovisuais, e dá outras providências.

- Decreto nº 6.304, de 12 de dezembro de 2007: Regulamenta a Lei nº 8.685, de 20 de julho de 1993, que cria mecanismos de fomento à atividade audiovisual.

- Decreto nº 6.325, de 27 de dezembro de 2007: Dispõe sobre a obrigatoriedade de exibição de obras audiovisuais cinematográficas brasileiras, e dá outras providências.

- Lei nº 11.646, de 10 de maio de 2008: Altera dispositivos da Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991, para estender o benefício fiscal às doações e patrocínios destinados à construção de salas de cinema em Municípios com menos de 100.000 (cem mil) habitantes, e dá outras providências.

- Decreto nº 6.835, de 30 de abril de 2009: Aprova a estrutura regimental e o Quadro Demonstrativo dos Cargos em Comissão e das Funções Gratificadas do Ministério da Cultura, e dá outras providências. Revogado na íntegra pelo Decreto nº 7.743, de 2012.

- Decreto nº 7.000, de 9 de novembro de 2009: Transfere da estrutura organizacional da Casa Civil da Presidência da República para o Ministério da Cultura o Conselho Superior do Cinema, criado pelo art. 3º da Medida Provisória nº 2.228-1, de 6 de setembro de 2001, e altera o Decreto nº 4.858, de 13 de outubro de 2003, que dispõe sobre a composição e funcionamento do Conselho Superior do Cinema, e dá outras providências.

- Decreto nº 7.061, de 30 de dezembro de 2009: Dispõe sobre a obrigatoriedade de exibição de obras audiovisuais cinematográficas brasileiras, e dá outras providências.

- Decreto nº 7.303, de 15 de setembro de 2010: Acresce parágrafos ao art. 10 do Decreto nº 6.299, de 12 de dezembro de 2007, para dispor sobre a taxa de administração do Agente Financeiro do Fundo Setorial do Audiovisual.

- Lei nº 12.323, de 15 de setembro de 2010: Acresce parágrafos ao art. 10 do Decreto nº 6.299, de 12 de dezembro de 2007, para dispor sobre a taxa de administração do Agente Financeiro do Fundo Setorial do Audiovisual.