

MUITO VALE O JÁ FEITO.

---

MAIS VALE O QUE SERÁ.

HÁ MUITAS CONQUISTAS RECENTES DO AUDIOVISUAL BRASILEIRO.

---

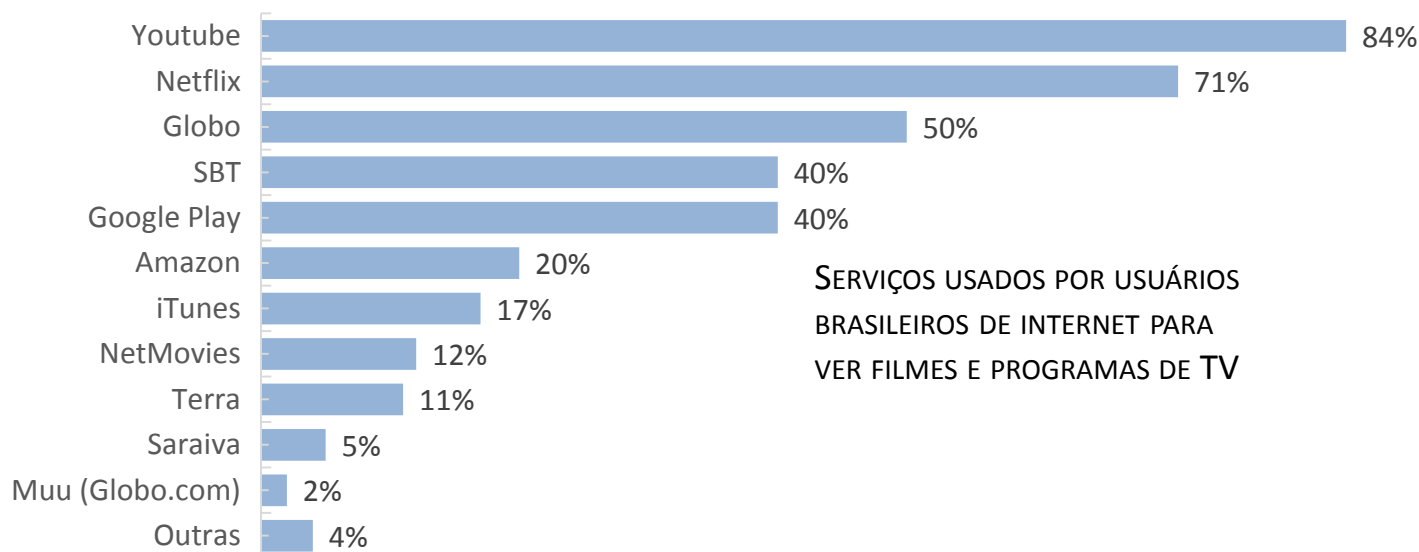
MAS OS DESAFIOS SÃO AINDA MAIS COMPLEXOS.

- O **VÍDEO SOB DEMANDA** PRECISA DE UM **MARCO REGULATÓRIO** PARA CONTINUAR A CRESCER E GARANTIR SEU DINAMISMO.
- A **DISTRIBUIÇÃO** DOS FILMES BRASILEIROS EXIGE NOVAS ALTERNATIVAS QUE REDUZAM A DISTÂNCIA ENTRE OS **GRANDES E PEQUENOS LANÇAMENTOS**.
- A EXIBIÇÃO DE CINEMA DEMANDA UM NOVO **MOTOR DE EXPANSÃO** PARA AS CIDADES MÉDIAS, QUE VALORIZE OS EMPREENDIMENTOS DOS **PEQUENOS** EXIBIDORES.
- O EQUILÍBRIO NAS **PARCERIAS** ENTRE TV E PRODUÇÃO INDEPENDENTE PEDE ATENÇÃO E CUIDADO COM O **MERCADO DE LICENÇAS**.
- ESTADOS E MUNICÍPIOS PODEM FAZER **MAIS** NA POLÍTICA AUDIOVISUAL E NO **DESENVOLVIMENTO REGIONAL** DO AUDIOVISUAL.

## (1) VÍDEO SOB DEMANDA:

### UM MARCO REGULATÓRIO QUE GARANTA SEGURANÇA, ISONOMIA E DINAMISMO

- O VoD JÁ APRESENTA **ESTRUTURA SOFISTICADA** E GRANDE **RELEVÂNCIA** ECONÔMICA E SOCIAL NO BRASIL.
- LEVANTAMENTO FEITO PELA ANCINE EM SET/2016 APONTOU **32 SERVIÇOS** DE VoD DISPONÍVEIS.
- O VISIONAMENTO **NÃO LINEAR** DE FILMES E SÉRIES É UMA DAS PRINCIPAIS FORMAS DE FRUIÇÃO AUDIOVISUAL.



SERVIÇOS USADOS POR USUÁRIOS  
BRASILEIROS DE INTERNET PARA  
VER FILMES E PROGRAMAS DE TV

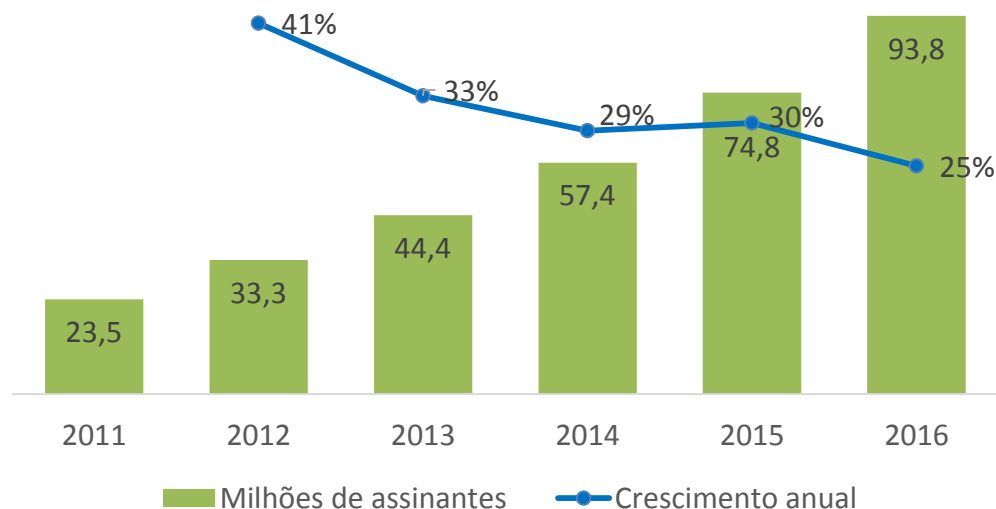
PESQUISA: RBC CAPITAL MARKETS. *NETFLIX: UPDATING THE LONG THESIS*. AGOSTO/2016.  
OBS.: NOS 12 MESES ANTERIORES.

## (1) VÍDEO SOB DEMANDA:

### UM MARCO REGULATÓRIO QUE GARANTA SEGURANÇA, ISONOMIA E DINAMISMO

- SÓ A NETFLIX TEM CERCA DE 7 MILHÕES DE ASSINANTES NO BRASIL.
- ESTE NÚMERO FICA PRÓXIMO AOS DA NET, LÍDER DA TV PAGA. AS RECEITAS SÃO SUPERIORES À VICE-LÍDER DA TV ABERTA.

BASE MUNDIAL DE ASSINANTES DA NETFLIX



PESQUISA: RBC CAPITAL MARKETS. NETFLIX: UPDATING THE LONG THESIS. AGOSTO/2016. DADO 2016: BALANÇO DA EMPRESA.

- SEU CRESCIMENTO NO BRASIL EM 12 MESES FOI MUITO SUPERIOR AO DESEMPENHO MUNDIAL, SEGUNDO ESSAS ESTIMATIVAS.

## (1) VÍDEO SOB DEMANDA:

---

### UM MARCO REGULATÓRIO QUE GARANTA SEGURANÇA, ISONOMIA E DINAMISMO

- COM ESTE STATUS SOCIAL E ECONÔMICO, AS CONDIÇÕES DE **COMPETIÇÃO** EXIGEM ATENÇÃO.
- HOJE, HÁ **DESEQUILÍBRIOS** NESSAS CONDIÇÕES E **DISTORÇÕES TRIBUTÁRIAS** QUE TENDEM A DIFICULTAR ALGUMAS OPERAÇÕES.
- A POSSIBILIDADE DE PROVIMENTO OTT (OVER THE TOP) DESDE O EXTERIOR E A CONCORRÊNCIA COM A TV TRAZEM DESAFIOS PARA A **ISONOMIA TRIBUTÁRIA E REGULATÓRIA**, EM ESPECIAL EM RELAÇÃO AO TRATAMENTO DO CONTEÚDO NACIONAL.
- A FORMA DE INCIDÊNCIA DA CONDECINE É UMA **BARREIRA** TANTO PARA OS GRANDES CATÁLOGOS COMO PARA OS PEQUENOS PROVEDORES.
- O CRESCIMENTO E A QUALIDADE **NÃO SERÃO MANTIDOS** SE NÃO HOUVER ATENÇÃO A ESSAS CONDIÇÕES. E O CONTEÚDO BRASILEIRO INDEPENDENTE É A PEÇA MAIS FRÁGIL DESTE CENÁRIO.
- POR ISSO, É INDISPENSÁVEL A MODELAGEM DE UM MARCO REGULATÓRIO PARA O VOD, QUE GARANTA:
  - **ISONOMIA** E **SEGURANÇA** JURÍDICA AOS PROVEDORES
  - **QUALIDADE** E **DIVERSIDADE** PARA OS USUÁRIOS
  - COMPROMISSO COM O **CONTEÚDO BRASILEIRO INDEPENDENTE**

## (1) VÍDEO SOB DEMANDA:

---

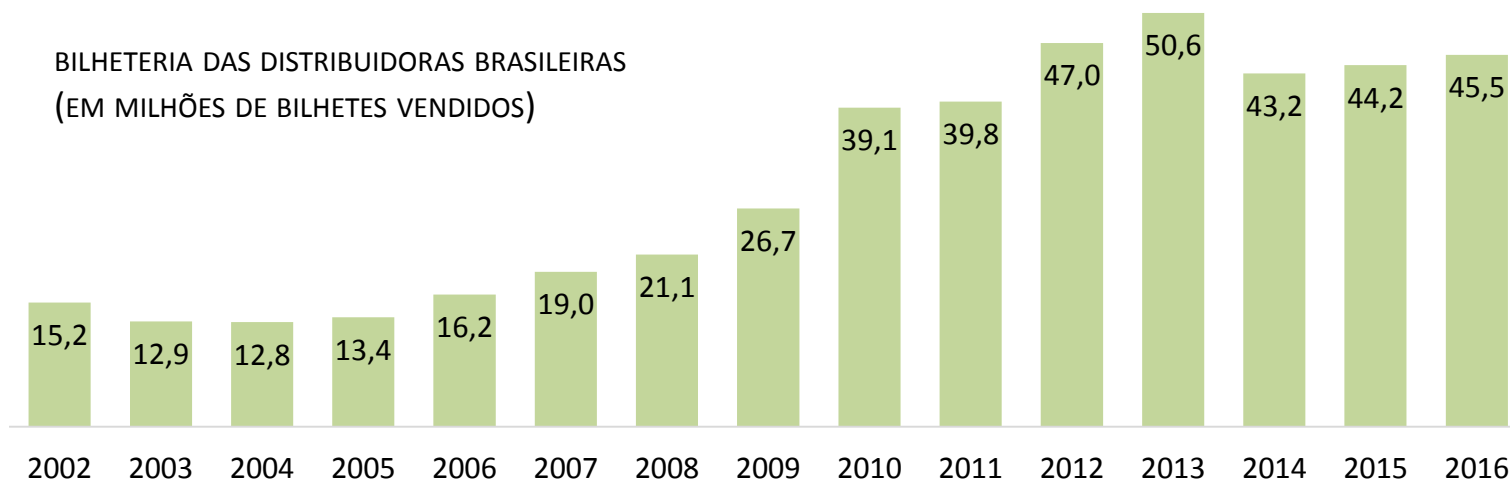
### UM MARCO REGULATÓRIO QUE GARANTA SEGURANÇA, ISONOMIA E DINAMISMO

- AS REGRAS PARA O VOD EXIGEM PROJETO DE **LEI** E TÊM ALGUNS PONTOS DE DESTAQUE:
  - A DEFINIÇÃO DA NATUREZA DO SERVIÇO E A ADEQUAÇÃO DE TODOS OS PROVEDORES À **LEGISLAÇÃO BRASILEIRA** E AO MESMO ESTATUTO JURÍDICO
  - A RECOMENDAÇÃO DE QUE AS OPERAÇÕES COMERCIAIS SEJAM REALIZADAS A PARTIR DO **BRASIL**
  - A NECESSIDADE DA MAIS **AMPLA** E **PÚBLICA INFORMAÇÃO** DO SERVIÇO
  - CONDIÇÕES QUE PERMITAM AS MAIS **DIVERSAS OPERAÇÕES** E **CATÁLOGOS** DE QUALQUER DIMENSÃO
  - O TRATAMENTO DA **CONDECINE** BASEADO NAS **RECEITAS** DO PROVEDOR (ASSINATURAS, TRANSAÇÕES, PUBLICIDADE) E NÃO MAIS SOBRE A OFERTA DE TÍTULOS DO CATÁLOGO
  - EM SIMETRIA COM A TV POR ASSINATURA, A OBRIGAÇÃO DE **CARREGAMENTO DE OBRAS BRASILEIRAS** E A CRIAÇÃO DE MECANISMOS DE **INVESTIMENTO EM PRODUÇÃO INDEPENDENTE**
  - OBRIGAÇÕES DE **DESTAQUE VISUAL** E PUBLICITÁRIO DAS OBRAS BRASILEIRAS
  - O TRATAMENTO DA **RESPONSABILIDADE EDITORIAL**: REGISTRO E IDENTIFICAÇÃO DOS PROVEDORES, ACESSIBILIDADE AOS DEFICIENTES FÍSICOS, APLICABILIDADE DAS REGRAS DE PROTEÇÃO À INFÂNCIA, ENQUADRAMENTO DA PUBLICIDADE

## (2) DISTRIBUIÇÃO DE CINEMA:

### FORTALECER AS DISTRIBUIDORAS E AMPLIAR AS ALTERNATIVAS DE DISTRIBUIÇÃO

A **DISTRIBUIÇÃO BRASILEIRA** CRESCER MUITO NOS ÚLTIMOS ANOS.  
HOJE, É UMA **FORÇA EXPRESSIVA** NO MERCADO AUDIOVISUAL.



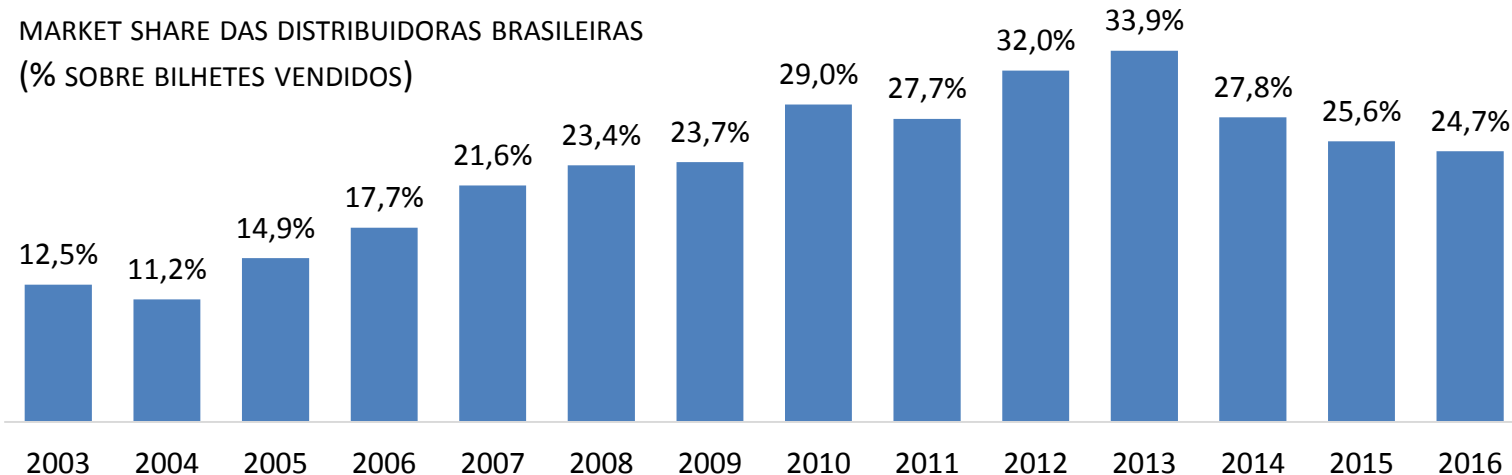
FONTE: SAM/ANCINE. OBS.: INCLUÍDAS AS CODISTRIBUIÇÕES.

## (2) DISTRIBUIÇÃO DE CINEMA:

### FORTALECER AS DISTRIBUIDORAS E AMPLIAR AS ALTERNATIVAS DE DISTRIBUIÇÃO

O **CRESCIMENTO DAS BILHETERIAS** DOS ÚLTIMOS OITO ANOS DEVE MUITO TAMBÉM À ATUAÇÃO DESSAS DISTRIBUIDORAS E AO DESEMPENHO DE SEUS FILMES.

MARKET SHARE DAS DISTRIBUIDORAS BRASILEIRAS  
(% SOBRE BILHETES VENDIDOS)



FONTE: SAM/ANCINE. OBS.: INCLUÍDAS AS CODISTRIBUIÇÕES.



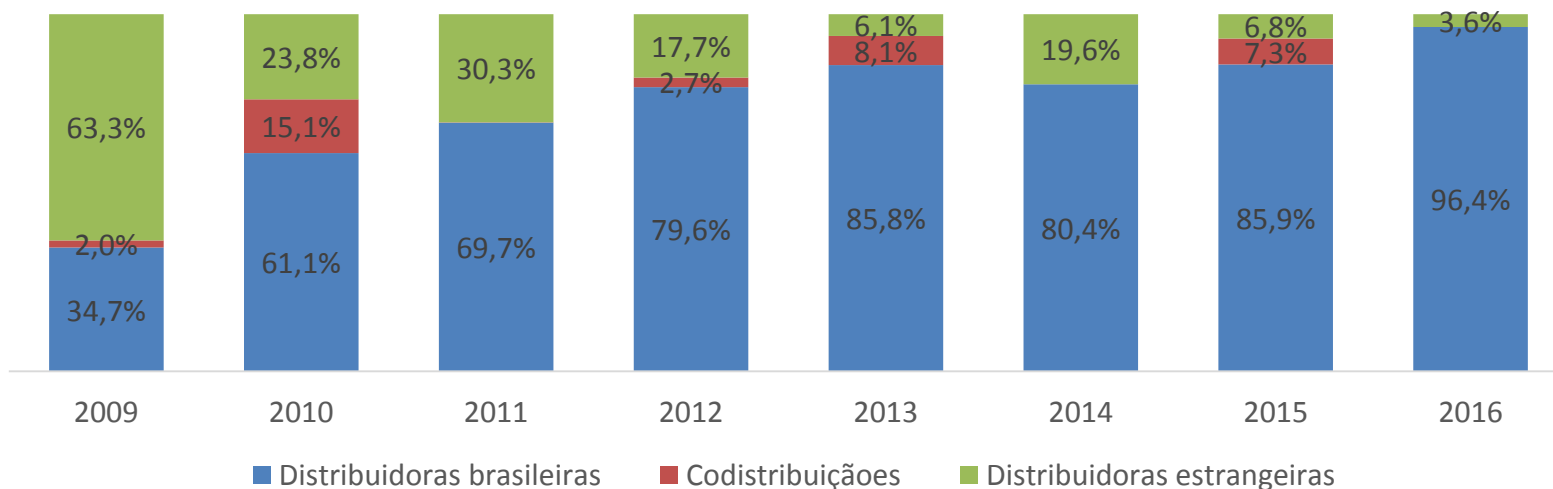
## (2) DISTRIBUIÇÃO DE CINEMA:

### FORTALECER AS DISTRIBUIDORAS E AMPLIAR AS ALTERNATIVAS DE DISTRIBUIÇÃO

AS DISTRIBUIDORAS BRASILEIRAS SÃO RESPONSÁVEIS POR **MAIS DE 80% DOS TÍTULOS** EM CARTAZ.

SEU FORTALECIMENTO É UM DOS VETORES **ESTRATÉGICOS** DA POLÍTICA AUDIOVISUAL PARA A COLOCAÇÃO DOS **FILMES BRASILEIROS**.

MARKET SHARE DISTRIBUIÇÃO FILMES BRASILEIROS (EM BILHETES VENDIDOS)

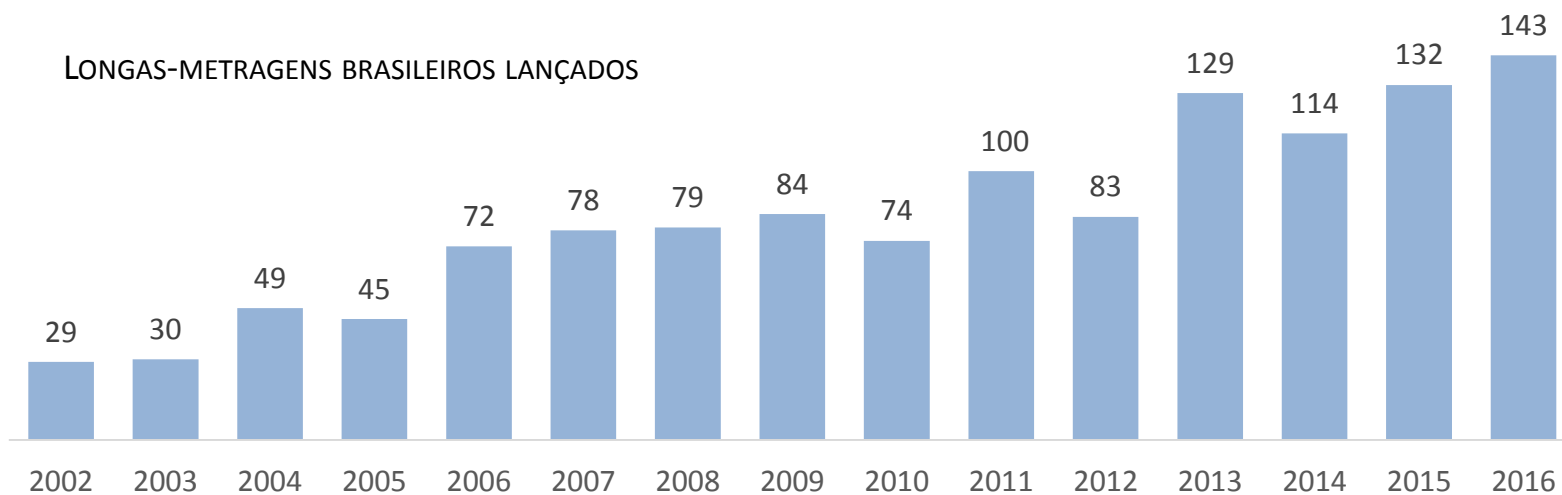


FONTE: SAM/ANCINE.

## (2) DISTRIBUIÇÃO DE CINEMA:

### FORTALECER AS DISTRIBUIDORAS E AMPLIAR AS ALTERNATIVAS DE DISTRIBUIÇÃO

PORÉM, A PRODUÇÃO DE FILMES BRASILEIROS **QUADRUPLICOU** NOS ÚLTIMOS ANOS, O QUE EXIGE MAIS DA DISTRIBUIÇÃO. E É PROVÁVEL NOVO **RECORDE DE LANÇAMENTOS** EM 2017.



FONTE: SAM/ANCINE.

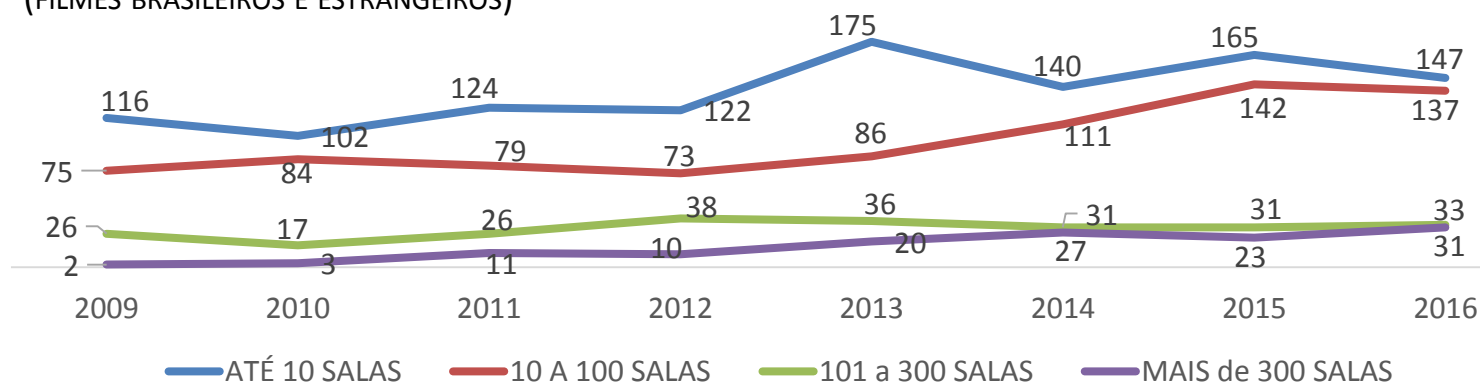
## (2) DISTRIBUIÇÃO DE CINEMA:

### FORTALECER AS DISTRIBUIDORAS E AMPLIAR AS ALTERNATIVAS DE DISTRIBUIÇÃO

HÁ UM **DESCOMPASSO** ENTRE ESSA CAPACIDADE DE **PRODUÇÃO** DE FILMES E AS ALTERNATIVAS DE **DISTRIBUIÇÃO**.

ISSO PODE SER VERIFICADO NO **DISTANCIAMENTO** ENTRE OS GRANDES E PEQUENOS LANÇAMENTOS DAS DISTRIBUIDORAS BRASILEIRAS.

LANÇAMENTOS DE DISTRIBUIDORAS BRASILEIRAS  
(FILMES BRASILEIROS E ESTRANGEIROS)



FONTE: SAM/ANCINE. SALAS NA SEMANA DE LANÇAMENTO.

## (2) DISTRIBUIÇÃO DE CINEMA:

---

### FORTALECER AS DISTRIBUIDORAS E AMPLIAR AS ALTERNATIVAS DE DISTRIBUIÇÃO

CONTINUA VÁLIDA A DIRETIVA DE QUE A PARCERIA ENTRE PRODUTORAS E **DISTRIBUIDORAS BRASILEIRAS** É A **MELHOR ESTRATÉGIA** PARA A CIRCULAÇÃO DOS FILMES BRASILEIROS.

MAS É PRECISO AMPLIAR AS **ALTERNATIVAS DE DISTRIBUIÇÃO**.

ENTRE OUTRAS POSSIBILIDADES A **DEBATER**, ISSO SIGNIFICA:

- ESTIMULAR O RISCO DE **INVESTIMENTO DAS PRODUTORAS** NA DISTRIBUIÇÃO
- INCENTIVAR A **ORGANIZAÇÃO** DE NOVAS DISTRIBUIDORAS BRASILEIRAS
- CONSTRUIR ALTERNATIVAS PARA A DISTRIBUIÇÃO MAIS **FORTE** DOS FILMES DOS NOVOS CENTROS **REGIONAIS** DE PRODUÇÃO
- CRIAR POLÍTICAS E VALORIZAR O CIRCUITO DE EXIBIÇÃO DE **ARTE E ENSAIO**
- REMODELAR A **COTA DE TELA** PARA FOCALIZAR AS **SESSÕES** DE CINEMA, AO INVÉS DOS DIAS DE EXIBIÇÃO
- ATRAIR INVESTIMENTOS DAS **MAJORS** E OUTRAS EMPRESAS AUDIOVISUAIS NO LANÇAMENTO DE FILMES
- AMPLIAR AS **INFORMAÇÕES** SOBRE O COMPORTAMENTO DO PÚBLICO E SOBRE AS CONDIÇÕES DE COLOCAÇÃO DOS FILMES
- ESTIMULAR **NOVAS ESTRATÉGIAS** DE DISTRIBUIÇÃO

### (3) EXIBIÇÃO DE CINEMA:

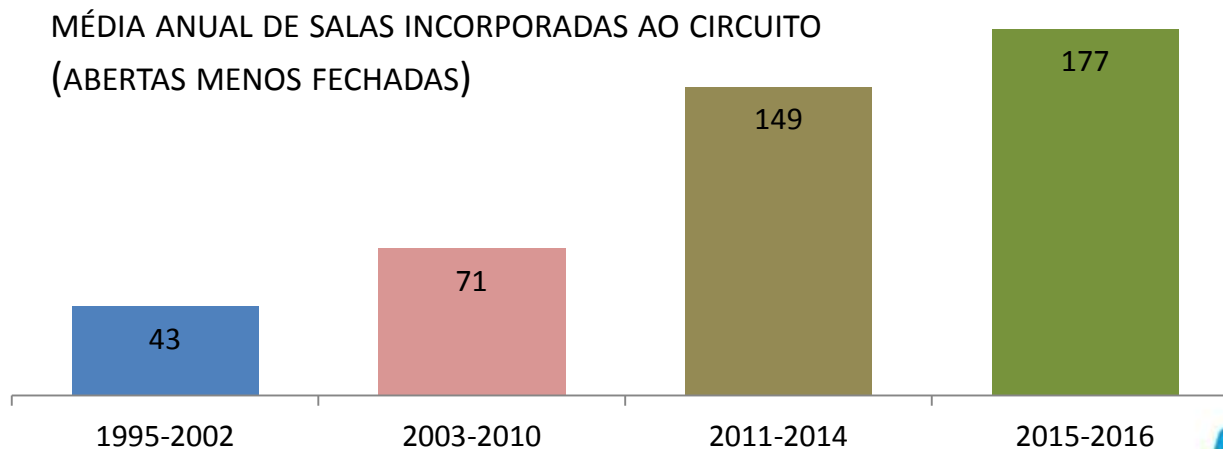
#### ESTÍMULO À ORGANIZAÇÃO E SUPORTE PARA OS PEQUENOS EXIBIDORES

A EXPANSÃO DA OFERTA DE CINEMAS É A **PRINCIPAL GARANTIA PARA O CRESCIMENTO** GERAL DA BILHETERIA.

AS POLÍTICAS DE ESTÍMULO E FINANCIAMENTO DO **PROGRAMA CINEMA PERTO DE VOCÊ** FORAM CONSTRUÍDAS SOB ESTA IDEIA: SE **NÃO** HOUVER SERVIÇO DE **CINEMA ROBUSTO E DESCENTRALIZADO** NO BRASIL, **NÃO** HAVERÁ SUPORTE PARA A CINEMATOGRAFIA BRASILEIRA.

HOUE UMA RESPOSTA POSITIVA DOS EXIBIDORES ÀS POLÍTICAS CRIADAS.

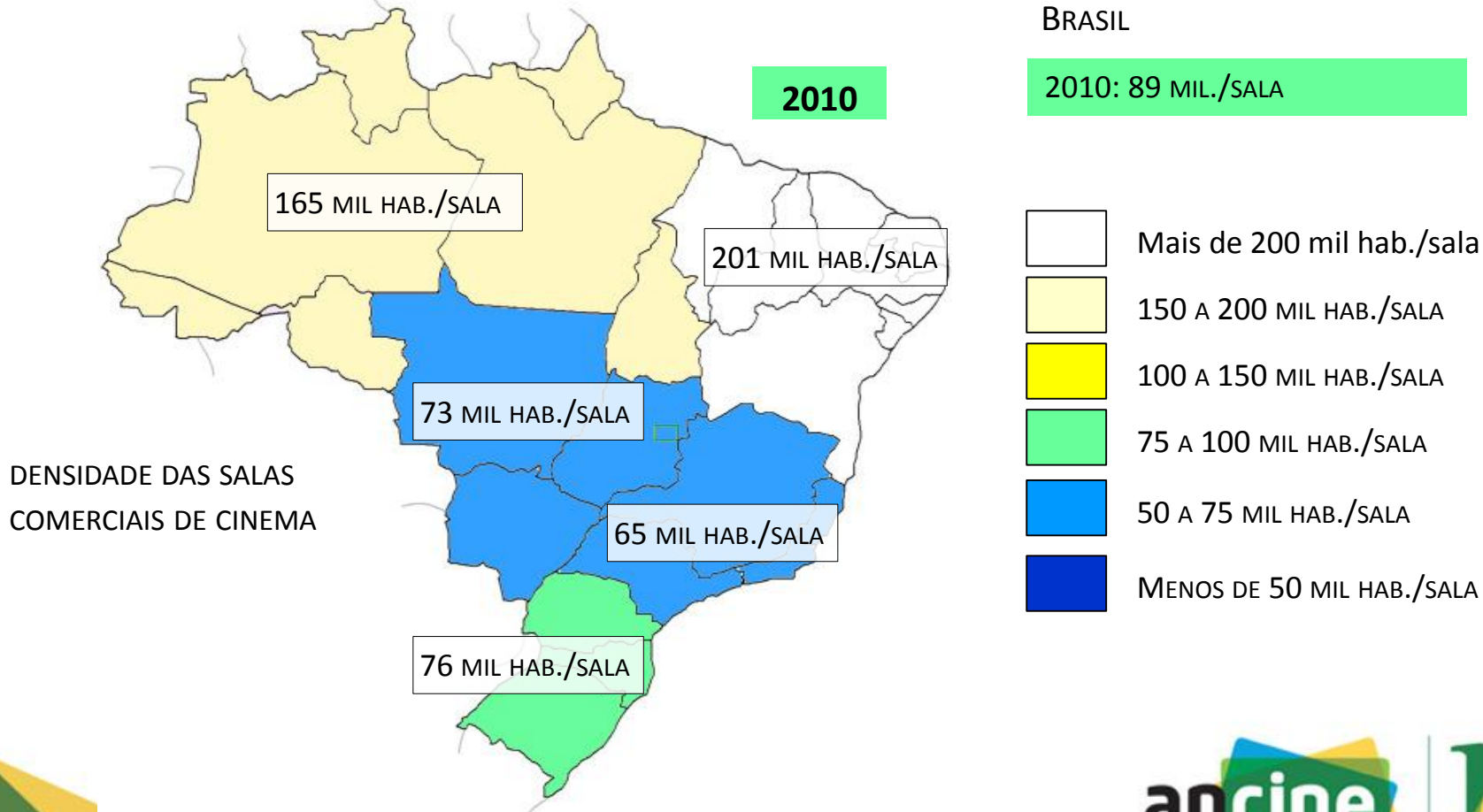
O **RITMO DE EXPANSÃO** DO PARQUE EXIBIDOR FOI SIGNIFICATIVAMENTE **ACELERADO** NOS ÚLTIMOS ANOS.



### (3) EXIBIÇÃO DE CINEMA:

#### ESTÍMULO À ORGANIZAÇÃO E SUPORTE PARA OS PEQUENOS EXIBIDORES

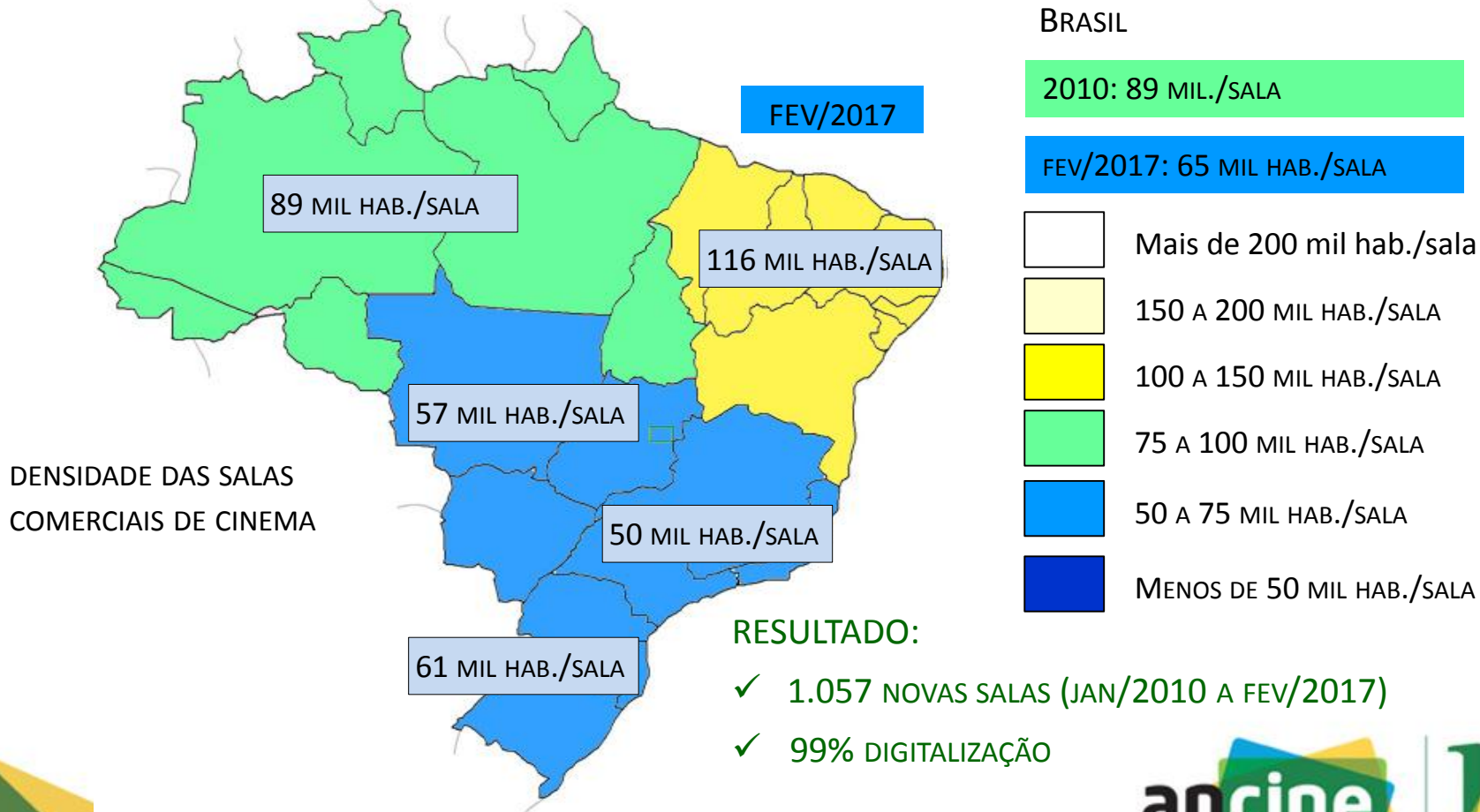
ESSA EXPANSÃO É MAIS SIGNIFICATIVA NAS REGIÕES NORTE E NORDESTE.



### (3) EXIBIÇÃO DE CINEMA:

#### ESTÍMULO À ORGANIZAÇÃO E SUPORTE PARA OS PEQUENOS EXIBIDORES

ESSA EXPANSÃO É MAIS SIGNIFICATIVA NAS REGIÕES NORTE E NORDESTE.

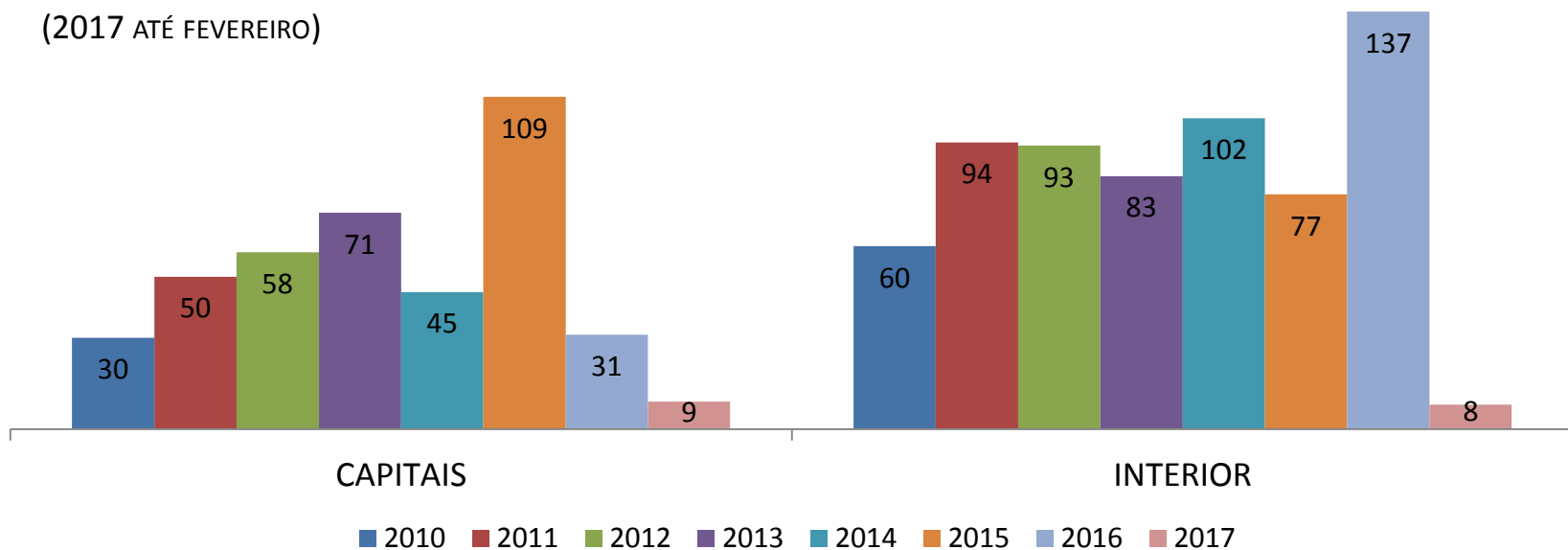


### (3) EXIBIÇÃO DE CINEMA:

#### ESTÍMULO À ORGANIZAÇÃO E SUPORTE PARA OS PEQUENOS EXIBIDORES

MAIS DE 60% DAS SALAS ABERTAS DESDE 2010 FORAM IMPLANTADAS NO INTERIOR.

ACRÉSCIMO ANUAL LÍQUIDO DE SALAS NAS CAPITAIS E NO INTERIOR  
(2017 ATÉ FEVEREIRO)



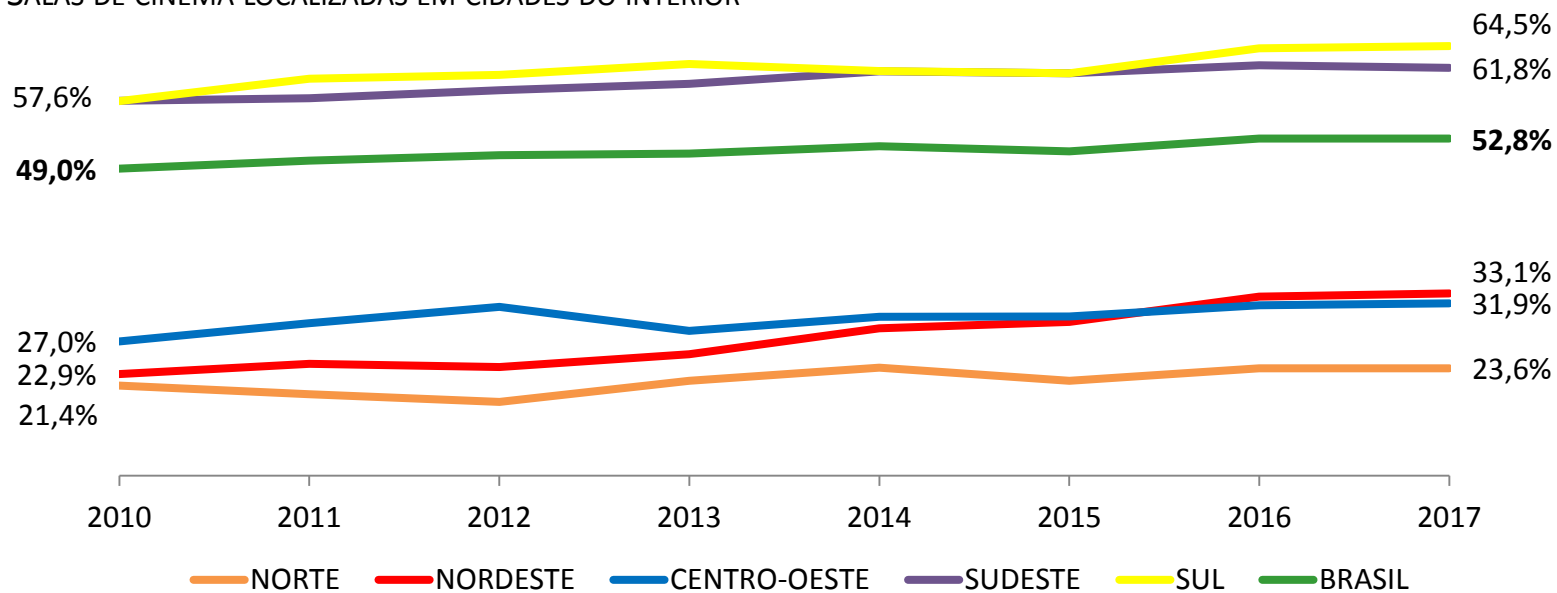


### (3) EXIBIÇÃO DE CINEMA:

#### ESTÍMULO À ORGANIZAÇÃO E SUPORTE PARA OS PEQUENOS EXIBIDORES

HÁ UMA EVOLUÇÃO CONSTANTE DOS CINEMAS DO INTERIOR.  
MAS COM DESIGUALDADES REGIONAIS AINDA SIGNIFICATIVAS.

SALAS DE CINEMA LOCALIZADAS EM CIDADES DO INTERIOR



### (3) EXIBIÇÃO DE CINEMA:

---

#### ESTÍMULO À ORGANIZAÇÃO E SUPORTE PARA OS PEQUENOS EXIBIDORES

O PROBLEMA MAIS SIGNIFICATIVO NA OFERTA DE CINEMA CONTINUA SENDO A EVOLUÇÃO DO **NÚMERO DE COMPLEXOS**, INDEPENDENTEMENTE DO NÚMERO DE SALAS DE CADA CINEMA.

EM 2017, DEVEMOS SUPERAR O NÚMERO **MÁXIMO DE SALAS** QUE O BRASIL JÁ TEVE, MAS AINDA SEM A MESMA COBERTURA GEOGRÁFICA.

COM A DIGITALIZAÇÃO, DUAS DEZENAS DE **CIDADES** FORAM INCORPORADAS AO CIRCUITO EM 2016. ISSO CONTINUA: EM 2017, 2 CIDADES JÁ ABRIRAM SEU 1º CINEMA; OUTRAS 2, NAS PRÓXIMAS SEMANAS.

A DIGITALIZAÇÃO AMPLIOU A SUSTENTABILIDADE DOS **PEQUENOS CINEMAS**. EM 2016, A BILHETERIA DOS COMPLEXOS COM ATÉ 3 SALAS TEVE CRESCIMENTO DE 15%, BEM SUPERIOR À MÉDIA GERAL.

O MESMO VALE PARA OS CINEMAS LOCALIZADOS EM **ZONAS DE RENDA MÉDIA E BAIXA** QUE, EM GERAL, TIVERAM CRESCIMENTO MAIOR DO QUE OS DEMAIS.

### (3) EXIBIÇÃO DE CINEMA:

---

#### ESTÍMULO À ORGANIZAÇÃO E SUPORTE PARA OS PEQUENOS EXIBIDORES

O PARQUE EXIBIDOR DEVE CONTINUAR EM **CRESCIMENTO** NOS PRÓXIMOS ANOS. HÁ ESPAÇO PARA EXPANSÃO EM **TODAS** AS REGIÕES.

MAS O **POTENCIAL** E A DEMANDA MAIS VISÍVEIS ESTÃO LOCALIZADOS NAS **CIDADES MÉDIAS** E EM **ZONAS URBANAS POPULARES**, LUGARES NÃO PRIORIZADOS PELOS INVESTIMENTOS DE SHOPPING CENTERS.

OS PEQUENOS EXIBIDORES PODEM CONSTITUIR UM **SEGUNDO MOTOR DE EXPANSÃO** DOS CINEMAS, EM EMPREENDIMENTOS DIRIGIDOS A ESSAS LOCALIDADES.

PRECISAM DE UMA ORGANIZAÇÃO QUE OS **FORTALEÇA** E GARANTA GANHOS DE CUSTO, ASSISTÊNCIA ÀS OPERAÇÕES E FACILIDADE DE ACESSO AOS FILMES.

PRECISAM TAMBÉM DE **FINANCIAMENTO** EM CONDIÇÕES E PROCEDIMENTOS ADEQUADOS E DESCENTRALIZADOS.

ALÉM DISSO, O ENVOLVIMENTO DAS PREFEITURAS E GOVERNOS ESTADUAIS, A REFORMULAÇÃO DO PRÊMIO ADICIONAL DE RENDA E A VALORIZAÇÃO DO CIRCUITO DE ARTE E ENSAIO SÃO ASSUNTOS COM REFLEXO DIRETO SOBRE ESSES EMPREENDIMENTOS.

## (4) MERCADO DE LICENÇAS:

### MAIS EQUILÍBRIO NAS PARCERIAS ENTRE TV E PRODUÇÃO INDEPENDENTE

**APROXIMAÇÃO** E **PARCERIA** ENTRE A PRODUÇÃO INDEPENDENTE E A TELEVISÃO COMPUSERAM A **PAUTA POLÍTICA** DO SETOR AUDIOVISUAL POR DÉCADAS.

HOJE, ESSAS PARCERIAS SÃO **REALIDADE**.

**87.902**

HORAS DE **CONTEÚDO BRASILEIRO INDEPENDENTE** VEICULADO NA TV POR ASSINATURA EM 2016\*

\* PESQUISA: SAM/ANCINE. AMOSTRAS MENSAIS COM EM MÉDIA 91 CANAIS DE TV POR ASSINATURA DE ESPAÇO QUALIFICADO.

ISSO REPRESENTOU **10,9%** DE **TODA A PROGRAMAÇÃO** DOS CANAIS DE ESPAÇO QUALIFICADO.

EM 2009\*, ESSE NÚMERO ERA INFERIOR A **1,4%** DO ESPAÇO DOS FILMES E SÉRIES NA TV.

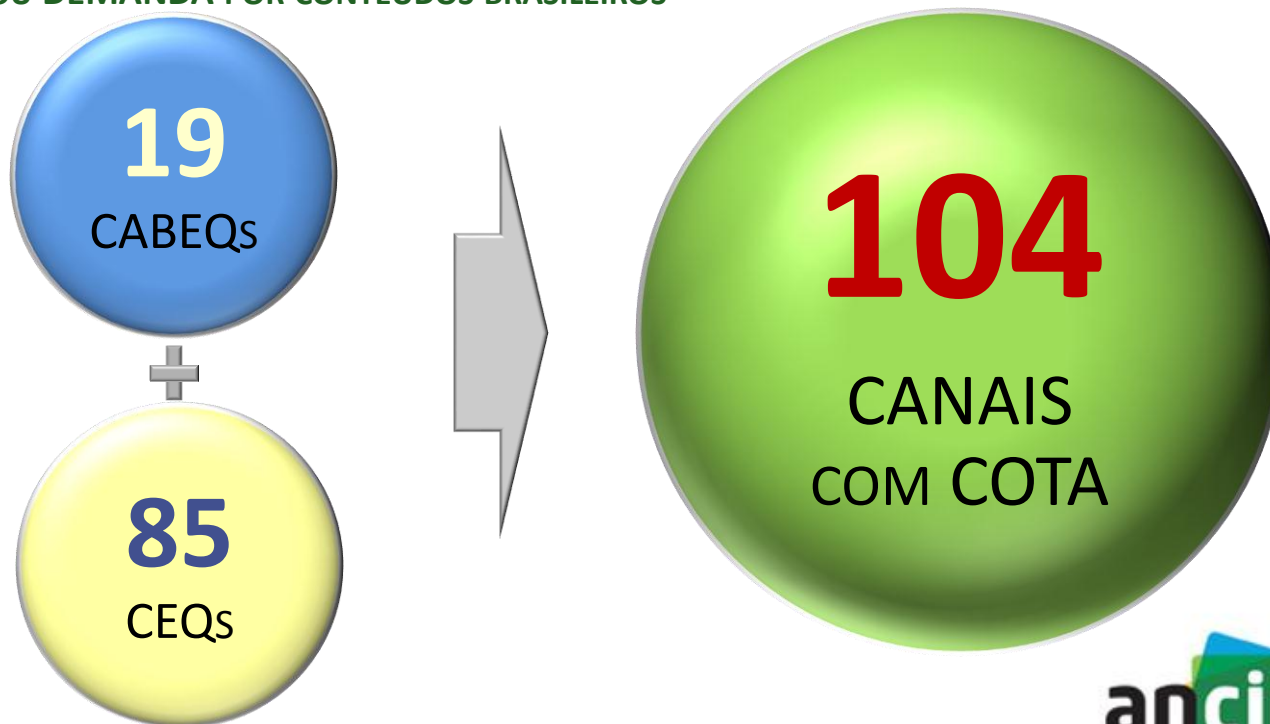
\* PESQUISA: SAM/ANCINE. MONITORAMENTO DE 11 CANAIS DE LONGAS-METRAGENS.  
LONGAS BRASILEIROS: 1,35% DOS TÍTULOS DE LONGAS; SÉRIES BRASILEIRAS: 1,25% DAS HORAS DEDICADAS ÀS SÉRIES.  
ESSES PERCENTUAIS CORRESPONDEM A CERCA DE 1% DA PROGRAMAÇÃO TOTAL DAQUELES CANAIS,

## (4) MERCADO DE LICENÇAS:

### MAIS EQUILÍBRIO NAS PARCERIAS ENTRE TV E PRODUÇÃO INDEPENDENTE

ISSO É CONSEQUÊNCIA DIRETA DA **LEI 12.485**, DE 2011, O MARCO LEGAL DA TV POR ASSINATURA, QUE:

- EXPÔS A OBSOLESCÊNCIA DO ANTIGO MODELO E CRIOU NOVA DINÂMICA PARA O SEGMENTO
- AMPLIOU O **FINANCIAMENTO** DA PRODUÇÃO INDEPENDENTE
- **GEROU DEMANDA POR CONTEÚDOS BRASILEIROS**



## (4) MERCADO DE LICENÇAS:

### MAIS EQUILÍBRIO NAS PARCERIAS ENTRE TV E PRODUÇÃO INDEPENDENTE

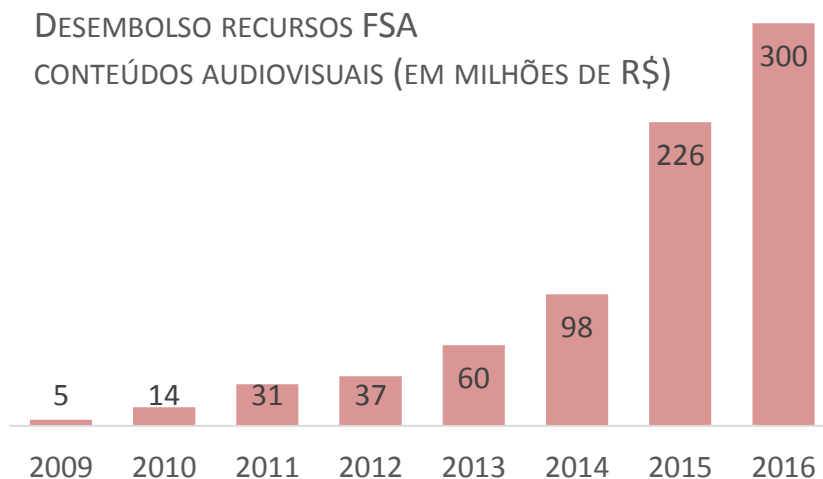
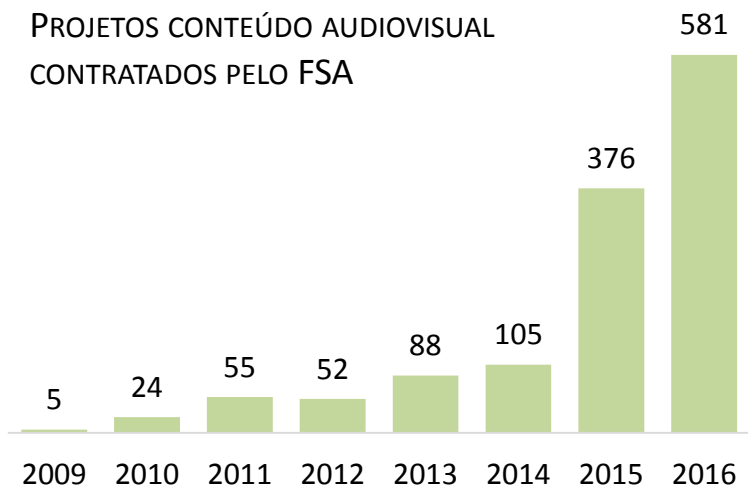
O FINANCIAMENTO À PRODUÇÃO INDEPENDENTE DE CINEMA E TV GANHOU ESCALA E POLÍTICAS CONSISTENTES E DIVERSIFICADAS COM O **PROGRAMA BRASIL DE TODAS AS TELAS**.



## (4) MERCADO DE LICENÇAS:

### MAIS EQUILÍBRIO NAS PARCERIAS ENTRE TV E PRODUÇÃO INDEPENDENTE

LASTREADO **EM RECURSOS DA PRÓPRIA ATIVIDADE**, O FSA E A REGULAÇÃO DA TV PAGA ALTERARAM O ANTIGO MODELO ORGANIZADO SOBRE A **PRODUÇÃO PRÓPRIA** DAS TVs.



FONTES: SEF E SDE/ANCINE

## (4) MERCADO DE LICENÇAS:

---

### MAIS EQUILÍBRIO NAS PARCERIAS ENTRE TV E PRODUÇÃO INDEPENDENTE

DEMANDA E FINANCIAMENTO SÃO OS **SUPORTES PARA A DINÂMICA** ECONÔMICA DO SETOR.

PORÉM, AS PRODUÇÕES INDEPENDENTES **NÃO TERÃO SUSTENTABILIDADE**, SE FICAREM **CONFINADAS** À TV POR ASSINATURA E AO SEU CANAL INICIAL DE EXIBIÇÃO.

POR ISSO, O CUIDADO COM AS **PRÁTICAS DE LICENCIAMENTO** E A GARANTIA DO PRIMADO DA **PRODUÇÃO INDEPENDENTE**, INSCRITO COMO PRINCÍPIO CONSTITUCIONAL, SÃO PEÇAS-CHAVE DAS POLÍTICAS AUDIOVISUAIS.

É DESEJÁVEL QUE AS OBRAS **CIRCULEM SEM BARREIRAS** PARA AS DEMAIS JANELAS E PARA OUTROS CANAIS E CATÁLOGOS.

ALÉM DE ATENDER A MAIS ESPECTADORES, ISTO TENDE A GERAR MAIOR **RENTABILIZAÇÃO** DAS PRODUÇÕES E MAIS **DINAMISMO E INOVAÇÃO** NO MERCADO.



## (4) MERCADO DE LICENÇAS:

---

### MAIS EQUILÍBRIO NAS PARCERIAS ENTRE TV E PRODUÇÃO INDEPENDENTE

CONSTRUIR UM **MERCADO ROBUSTO DE LICENÇAS** TEM SIDO UM DOS PRINCIPAIS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS PERSEGUIDOS PELA POLÍTICA AUDIOVISUAL.

PARA O PRÓXIMO PERÍODO, ESSE OBJETIVO ENVOLVE ALGUNS ASSUNTOS EM DEBATE:

- UM **ESTATUTO ÚNICO** PARA OS DIREITOS SOBRE OS CONTEÚDOS COM FINANCIAMENTO PÚBLICO, FSA E INCENTIVO FISCAL
- O EQUILÍBRIO ENTRE INCENTIVOS AO **INVESTIMENTO** DE TVs E DISTRIBUIDORAS E A CONVENIÊNCIA DE **EVITAR-SE A CONCENTRAÇÃO** DE DIREITOS E LICENÇAS
- A **DEFESA DA RLP**, O ESTÍMULO AO INVESTIMENTO PRIVADO E A PRESERVAÇÃO DO INTERESSE DOS PRODUTORES E INVESTIDORES SOBRE OS **RESULTADOS** DA OBRA
- A REDUÇÃO DO **TEMPO** DA LICENÇA PARA PRIMEIRA JANELA DE EXIBIÇÃO EM TV E A **ONEROSIDADE OBRIGATÓRIA** DAS LICENÇAS SOBRE OBRAS PRODUZIDAS COM RECURSOS INCENTIVADOS
- A EXIGÊNCIA DE **INVESTIMENTO EM P&A** POR PARTE DO DISTRIBUIDOR

## (5) DESENVOLVIMENTO REGIONAL:

---

### CONSTRUIR CAMINHOS PARA A CIRCULAÇÃO DOS CONTEÚDOS BRASILEIROS

O PROGRAMA BRASIL DE TODAS AS TELAS INAUGUROU TAMBÉM UMA **POLÍTICA DE DESENVOLVIMENTO REGIONAL**, QUE É LASTREADA EM ALGUMAS DIRETRIZES:

- AMPLIAÇÃO DAS PARCERIAS E VALORIZAÇÃO DO TRABALHO E DOS INVESTIMENTOS DE **GOVERNOS ESTADUAIS E MUNICIPAIS**
- RESGATE DO PAPEL DAS **TELEVISÕES PÚBLICAS**, COMUNITÁRIAS E UNIVERSITÁRIAS NA SELEÇÃO E DIFUSÃO DOS CONTEÚDOS
- ARTICULAÇÃO DE AÇÕES ENTRE AS PRODUTORAS INDEPENDENTES E AS **TVs PRIVADAS**
- RECONHECIMENTO DA ORGANIZAÇÃO E DAS **VOCAÇÕES REGIONAIS**
- ESTÍMULO À GERAÇÃO DE EMPREGO E ATENÇÃO À **CAPACITAÇÃO** DO TRABALHO
- DESCENTRALIZAÇÃO DA OFERTA DE SERVIÇOS AUDIOVISUAIS, DESTACADAMENTE A **EXIBIÇÃO DE CINEMA**
- COORDENAÇÃO DAS AÇÕES DOS DIVERSOS ENTES PÚBLICOS EM UM **SISTEMA** DE FINANCIAMENTO

## (5) DESENVOLVIMENTO REGIONAL:

### CONSTRUIR CAMINHOS PARA A CIRCULAÇÃO DOS CONTEÚDOS BRASILEIROS

A IMPLEMENTAÇÃO DAS AÇÕES PRECISA SER **GRADUAL**, CONFORME O FORTALECIMENTO DOS AGENTES ECONÔMICOS E DO ENVOLVIMENTO DOS GOVERNOS ESTADUAIS E LOCAIS.

MAS AS AÇÕES JÁ APRESENTAM **RESULTADOS EXPRESSIVOS**.

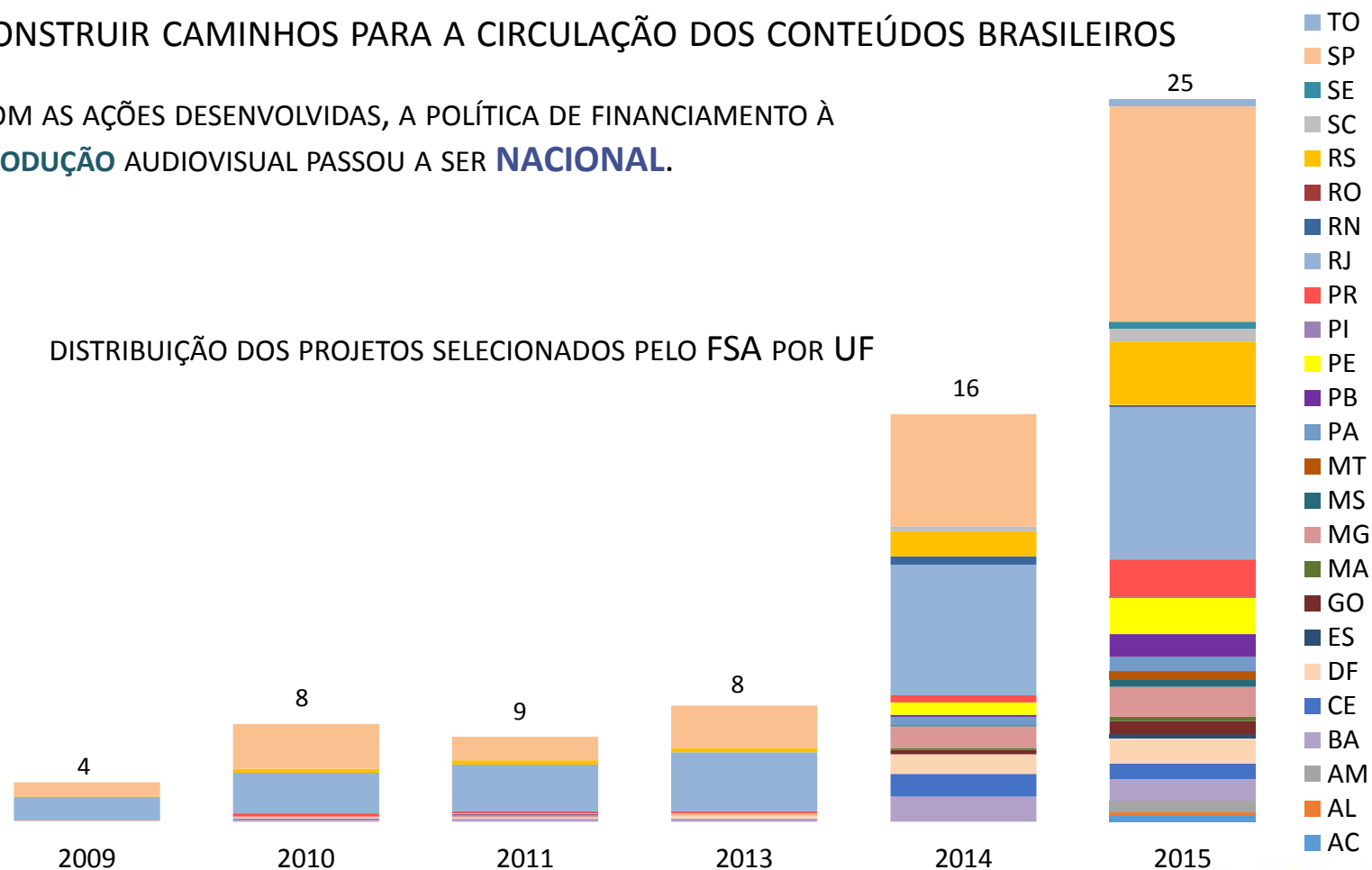


## (5) DESENVOLVIMENTO REGIONAL:

### CONSTRUIR CAMINHOS PARA A CIRCULAÇÃO DOS CONTEÚDOS BRASILEIROS

COM AS AÇÕES DESENVOLVIDAS, A POLÍTICA DE FINANCIAMENTO À **PRODUÇÃO** AUDIOVISUAL PASSOU A SER **NACIONAL**.

DISTRIBUIÇÃO DOS PROJETOS SELECIONADOS PELO FSA POR UF

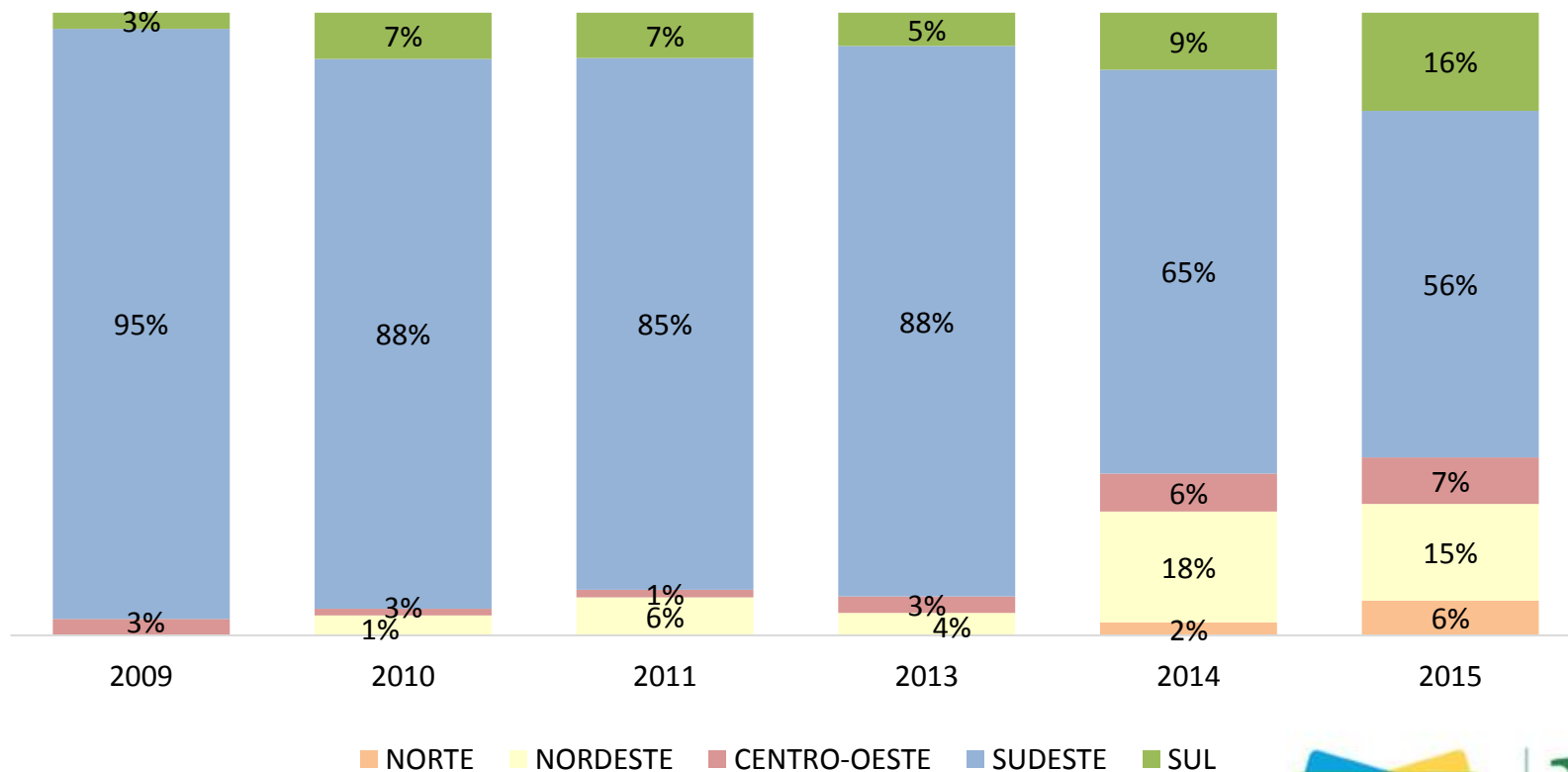


FONTES: SEF/ANCINE

## (5) DESENVOLVIMENTO REGIONAL:

### CONSTRUIR CAMINHOS PARA A CIRCULAÇÃO DOS CONTEÚDOS BRASILEIROS

PROJETOS SELECIONADOS PELO FSA POR REGIÃO



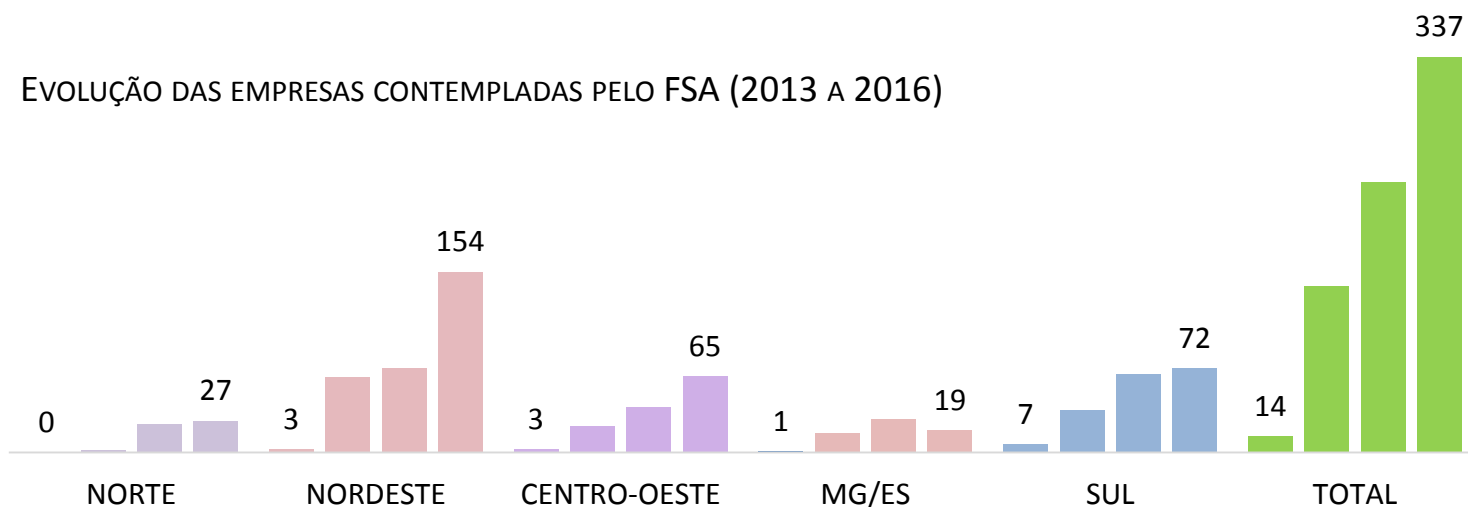
FONTES: SEF E SDE/ANCINE

## (5) DESENVOLVIMENTO REGIONAL:

### CONSTRUIR CAMINHOS PARA A CIRCULAÇÃO DOS CONTEÚDOS BRASILEIROS

A EVOLUÇÃO DO NÚMERO DE EMPRESAS DE FORA DO RIO E SÃO PAULO CONTEMPLADAS PELO FSA DEMONSTRA UMA SITUAÇÃO INTEIRAMENTE DIFERENTE E **MAIS DIVERSIFICADA** DO QUE HAVIA HÁ 3 ANOS.

EVOLUÇÃO DAS EMPRESAS CONTEMPLADAS PELO FSA (2013 A 2016)



## ESTES CINCO DESAFIOS CONSTITUEM UMA PAUTA DE TRABALHO

---

COM O SENTIDO DO DESENVOLVIMENTO PLANEJADO NOS ÚLTIMOS ANOS.

ESSES ELEMENTOS SÃO DESDOBRAMENTOS DE UM **CONSENSO** CONSTRUÍDO COM MUITO TRABALHO E EQUILÍBRIO.

SÃO RESULTADO DO PLANEJAMENTO E DAS DECISÕES DE QUE PARTICIPARAM OS **AGENTES POLÍTICOS** DO PAÍS E OS **AGENTES ECONÔMICOS** DO SETOR AUDIOVISUAL:

- A CRIAÇÃO DA **ESTRUTURA** DE GESTÃO PÚBLICA DO SETOR, EM 2001 (MP2.228-1)
- A CRIAÇÃO DO **FSA** (LEI 11.437) E A APROVAÇÃO DAS POLÍTICAS DE EXPANSÃO DO PARQUE EXIBIDOR (**LEI 12.599**)
- A MODELAGEM DO **SERVIÇO DE TV POR ASSINATURA** (LEI 12.485), QUE CONQUISTOU APOIO GERAL ENTRE AS FORÇAS POLÍTICAS DO **CONGRESSO NACIONAL**
- A APROVAÇÃO DO **PLANO DE DIRETRIZES E METAS** PARA O AUDIOVISUAL PELO **CONSELHO SUPERIOR DO CINEMA**, QUE TAMBÉM DEFINIU AS DIRETRIZES PARA O FSA, OS PROGRAMAS CINEMA PERTO DE VOCÊ E BRASIL DE TODAS AS TELAS, TRATOU DA REGULAÇÃO DA TV POR ASSINATURA E DO VOD

PARA BEM ENTENDER ESTA PAUTA,

---

É PRECISO SABER COMO CHEGAMOS ATÉ AQUI.

QUAL FOI O **CONSENSO** CONSTRUÍDO?

POR QUE O AUDIOVISUAL, AO CONTRÁRIO DE OUTROS SETORES ECONÔMICOS,  
CRESCER EM MEIO À RECESSÃO?



## POR QUE O AUDIOVISUAL BRASILEIRO CRESCE

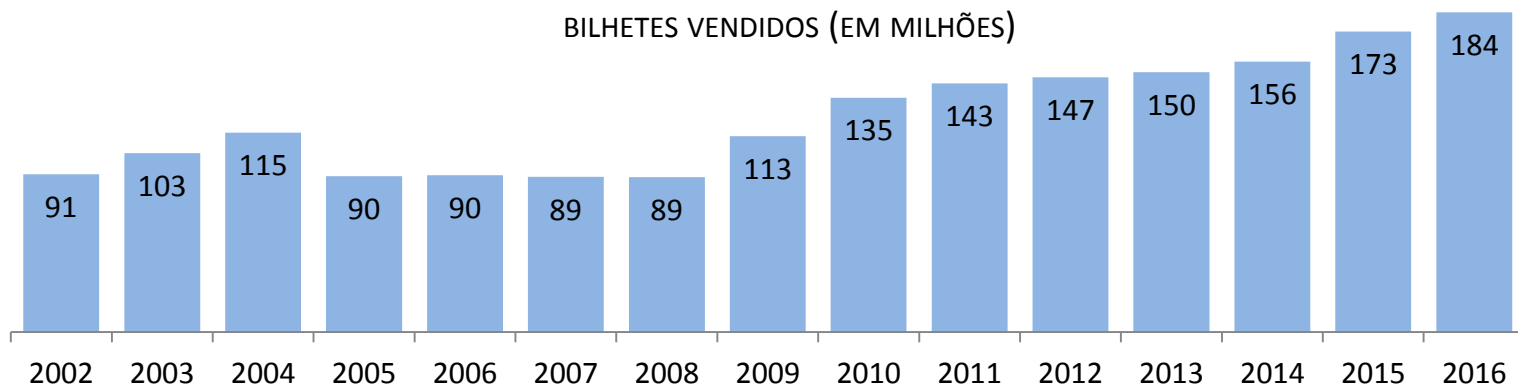
ENQUANTO A ECONOMIA BRASILEIRA ENFRENTA DOIS ANOS DE RECESSÃO?

NÃO EXISTE CRESCIMENTO ESPONTÂNEO.

ASSINATURAS E TRANSAÇÕES DE VOD E LICENCIAMENTO DE CONTEÚDOS INDEPENDENTES PARA TV SÃO FENÔMENOS QUE CONTRASTAM COM OUTROS SETORES EM CRISE.

A BILHETERIA DE CINEMA **ACELEROU** SEU CRESCIMENTO NOS DOIS ÚLTIMOS ANOS.

POR QUÊ?



FONTES: SAM/ANCINE

## O AUDIOVISUAL BRASILEIRO AMPLIA SUA FUNÇÃO

---

### NOS JOGOS SOCIAIS, NO AMBIENTE DOMÉSTICO E NA COMUNICAÇÃO PESSOAL

AS PRIMEIRAS RESPOSTAS DEVEM SER PROCURADAS NAS MUDANÇAS GERAIS DA SOCIEDADE E DO MERCADO AUDIOVISUAL EM TODO O MUNDO:

- A AMPLIAÇÃO DA **FUNÇÃO SOCIAL DO AUDIOVISUAL** E DA COMUNICAÇÃO PESSOAL
- A FRUIÇÃO AUDIOVISUAL EM **MÚLTIPLOS DISPOSITIVOS**
- A MULTIPLICAÇÃO DOS MECANISMOS DE INTERAÇÃO E **EXPANSÃO DA EXPERIÊNCIA AUDIOVISUAL** EM CANAIS DE INTERNET, SITES E REDES SOCIAIS
- O FORTE APELO E POTENCIAL COMERCIAL DAS MARCAS E CARTEIRAS DE **FILMES INTERNACIONAIS**

## O CINEMA NO BRASIL ACELEROU COM A CRISE.

TODOS ESSES ELEMENTOS AJUDAM A EXPLICAR O CRESCIMENTO.

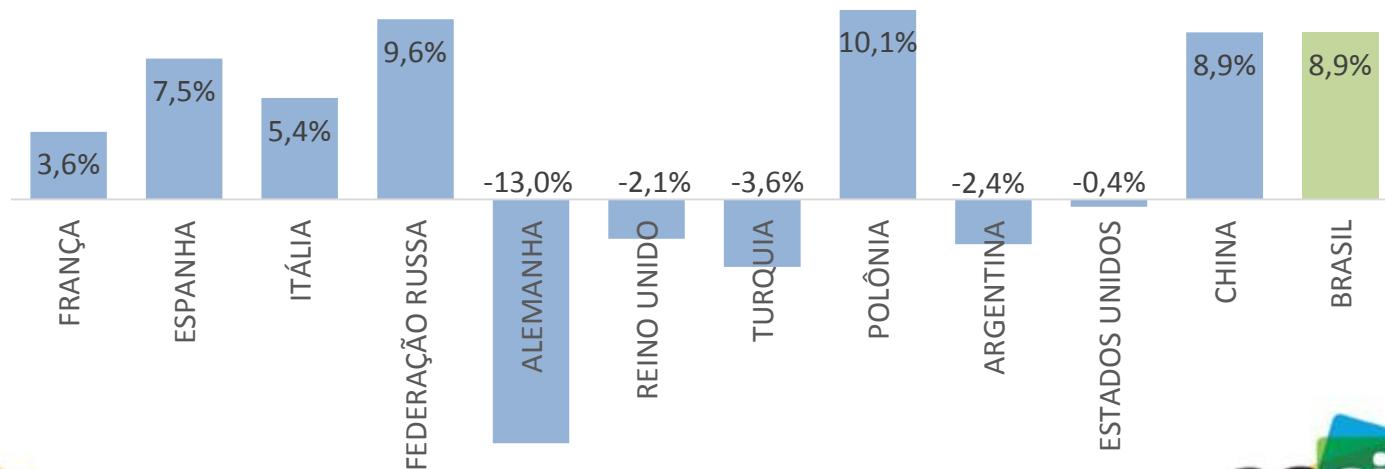
**NENHUM** DELES É SUFICIENTE PARA EXPLICAR O CRESCIMENTO **BRASILEIRO**.

O CINEMA NO BRASIL **ACELEROU**, CRESCENDO NOS DOIS ÚLTIMOS ANOS **QUASE 9%** AO ANO.

NA COMPARAÇÃO INTERNACIONAL, SUBIU DA 14ª PARA A 8ª **BILHETERIA** DE CINEMA EM OITO ANOS.

NOS OUTROS PAÍSES, AS BILHETERIAS DE CINEMA EM GERAL ALTERNAM DADOS POSITIVOS E NEGATIVOS.

CRESCIMENTO DOS BILHETES VENDIDOS (2016 SOBRE 2015)



FONTES: OBSERVATÓRIO EUROPEU DO AUDIOVISUAL, BOX OFFICE MOJO, VARIETY, INCAA

## O CINEMA TEM SIDO A MELHOR ALTERNATIVA DE ENTRETENIMENTO EM MEIO À QUEDA DA RENDA DOMÉSTICA.

OUTRO INGREDIENTE IMPORTANTE PARA A RESPOSTA SÃO OS FENÔMENOS SOCIAIS BRASILEIROS:

- O BÔNUS DEMOGRÁFICO, A MAIOR **POPULAÇÃO JOVEM** DA HISTÓRIA
- A CLASSE C E O LUGAR ESPECIAL DO CINEMA COMO ELEMENTO DE **ASCENSÃO SOCIAL**
- O MOVIMENTO DE REIVINDICAÇÃO DE QUALIDADE NOS **SERVIÇOS URBANOS**

ESTES ELEMENTOS FORAM ANOTADOS NO PDM PARA IDENTIFICAR ALGUMAS OPORTUNIDADES:

- UM GRANDE ESPAÇO PARA **EXPANSÃO DO PARQUE EXIBIDOR** E OUTROS SERVIÇOS AUDIOVISUAIS
- A NECESSIDADE DE DISPUTAR UM LUGAR PARA O AUDIOVISUAL NO **ORÇAMENTO FAMILIAR**

AS VANTAGENS COMPARATIVAS DE **PREÇO** DO CINEMA,  
A EXPOSIÇÃO AGRESSIVA DE MARCAS E FILMES NA **INTERNET** E  
O SIGNIFICADO DO CINEMA PARA OS **JOVENS EMERGENTES**

VALORIZARAM O CINEMA NAS ESCOLHAS DOS ESPECTADORES.

AS SALAS EM ZONAS DE RENDA MÉDIA/BAIXA EM GERAL TIVERAM AUMENTO MAIS EXPRESSIVO DE BILHETERIA.

A POLÍTICA AUDIOVISUAL REPERCUTE SOBRE O CRESCIMENTO.

---

A EXPANSÃO DA EXIBIÇÃO POTENCIALIZA A DEMANDA.

O PRÓPRIO **CONSENSO** QUE CONQUISTAMOS E QUE FUNDAMENTA A **AÇÃO POLÍTICA** DEVE SER RELACIONADO ENTRE AS EXPLICAÇÕES DESSE CRESCIMENTO.

A **EXPANSÃO DOS SERVIÇOS AUDIOVISUAIS** É TRATADO HOJE COMO FATOR ESTRATÉGICO PARA **POTENCIALIZAR A DEMANDA** POR CONTEÚDOS E DAR SUSTENTAÇÃO ÀS PRODUÇÕES.

HÁ ALGUMAS DÉCADAS, O FECHAMENTO DOS CINEMAS LEVOU À DEBACLE DO CINEMA BRASILEIRO.

SEGUNDO OS DADOS DISPONÍVEIS, A CONTÍNUA E EXPRESSIVA **EXPANSÃO DO PARQUE EXIBIDOR** É ISOLADAMENTE O FATOR DE CRESCIMENTO MAIS IMPORTANTE DAS BILHETERIAS.

ALÉM DA EXPANSÃO, A **DIGITALIZAÇÃO** AMPLIOU A CAPACIDADE E OS SERVIÇOS DOS PEQUENOS CINEMAS.

A POLÍTICA AUDIOVISUAL AJUDOU A SUSTENTAR ESSES DOIS MOVIMENTOS.

## APROXIMAÇÃO ENTRE PRODUÇÃO INDEPENDENTE

---

GEROU DINÂMICA ECONÔMICA EM OUTROS SEGMENTOS.

A **AÇÃO REGULATÓRIA** NA TV POR ASSINATURA E OS **INVESTIMENTOS MACIÇOS** EM PRODUÇÃO DE FILMES E SÉRIES TÊM RELAÇÃO DIRETA COM O FORTE CRESCIMENTO DOS **LICENCIAMENTOS** DE OBRAS PARA TV.

FORAM CONSTRUÍDOS SOB A DIRETRIZ DE PRODUIR UMA AMPLIAÇÃO ROBUSTA NA **DEMANDA** POR CONTEÚDOS INDEPENDENTES.

MAS, ALÉM DISSO, PROVOCARAM UMA FORTE **APROXIMAÇÃO** DOS AGENTES DAS DUAS ATIVIDADES. **PERSONAGENS, MARCAS, PROJETOS E DISTRIBUIÇÃO** DO CINEMA INDEPENDENTE FORAM CONSTRUÍDOS OU FORTALECIDOS NESSAS PARCERIAS.

ESSAS RELAÇÕES DEVEM TER EQUILÍBRIO E DINAMISMO. ISSO SIGNIFICA **MANTER** AS POLÍTICAS DE FINANCIAMENTO, AMPLIAR OS **LICENCIAMENTOS** E TRATAR DA **REGULAÇÃO** DOS DIVERSOS SEGMENTOS DO MERCADO AUDIOVISUAL, CINEMA, TV E VÍDEO SOB DEMANDA.

## O DESENVOLVIMENTO REGIONAL GERA OPORTUNIDADES E UM AMBIENTE DE MOBILIZAÇÃO E ATIVIDADE EM TODO O PAÍS.

AS AÇÕES POLÍTICAS CONSTRUÍDAS COM **GOVERNOS** E AGENTES ESTADUAIS E LOCAIS E COM AS **TVs PÚBLICAS** DISSEMINARAM OPORTUNIDADES DE EMPREGO E RENDA POR TODO O PAÍS.

O AMBIENTE GERAL E A DINÂMICA DO AUDIOVISUAL SÃO MUITO **DIFERENTES** DOS ENCONTRADOS EM OUTROS SETORES DA ECONOMIA, O QUE TAMBÉM SE REFLETE SOBRE O CRESCIMENTO.

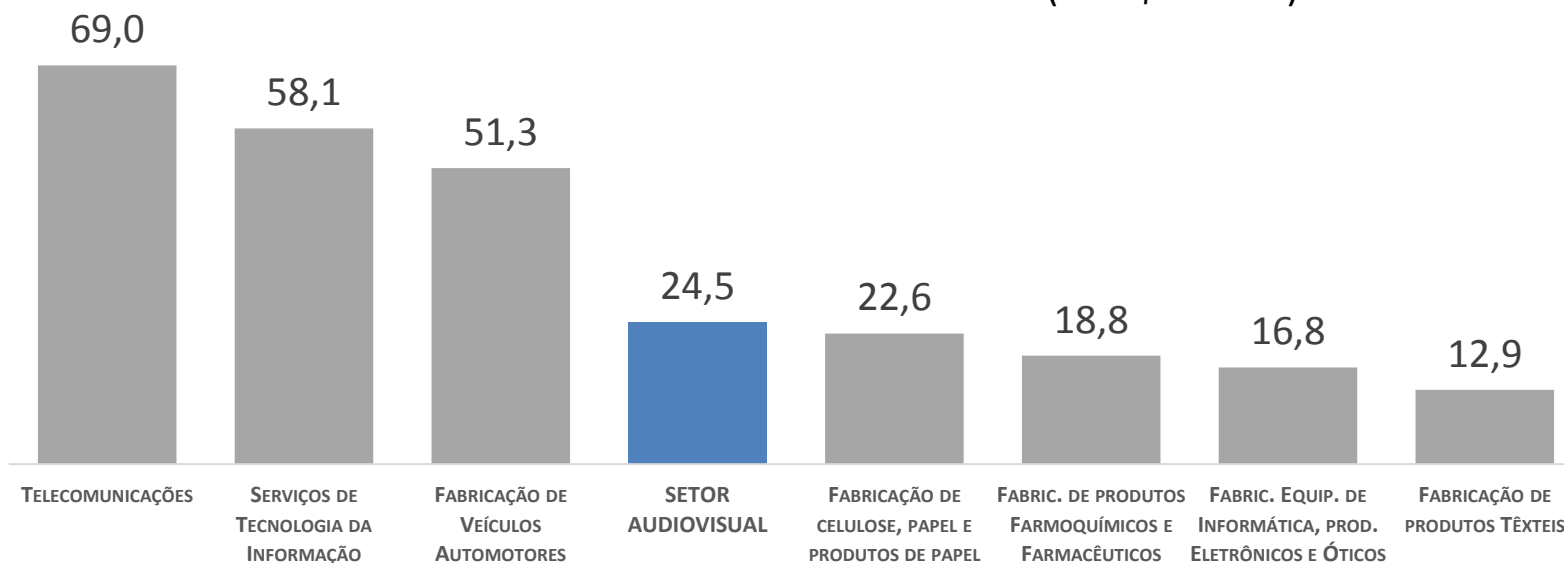
A MULTIPLICIDADE REGIONAL VALORIZA A **DIVERSIDADE E A INOVAÇÃO**, AMPLIA O ENVOLVIMENTO DE TODOS E CONSTITUI UMA **POLÍTICA AUDIOVISUAL NACIONAL**.

O RESULTADO DESSA CONSTRUÇÃO COLETIVA É A EVOLUÇÃO DO AUDIOVISUAL.

HOJE, UMA ATIVIDADE SIGNIFICATIVA DA ECONOMIA BRASILEIRA.

CONQUISTANDO POSIÇÕES ENTRE OS DIVERSOS SETORES DA ECONOMIA, A ATIVIDADE AUDIOVISUAL GERA RENDA E EMPREGOS DE QUALIDADE.

VALOR ADICIONADO EM 2014 - SETORES SELECIONADOS (EM R\$ BILHÕES)



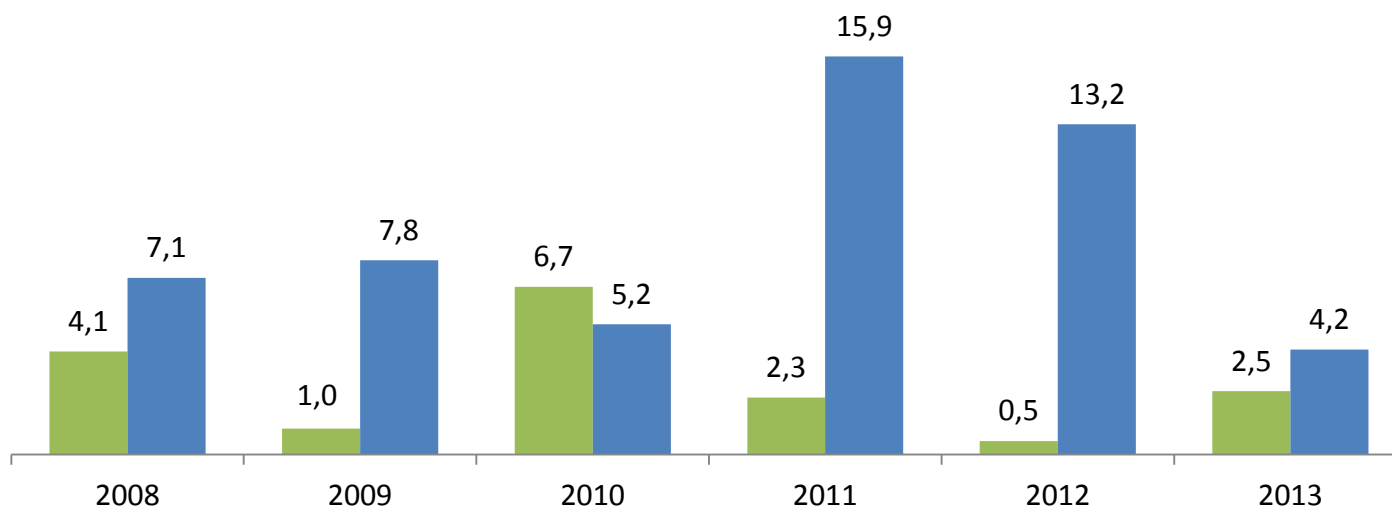
FONTE: IBGE - PAS E PAC, 2007 A 2013; E SISTEMA DE CONTAS NACIONAIS REFERÊNCIA 2000. ELABORAÇÃO: SEC/ANCINE.



## O AUDIOVISUAL EVOLUI COM CONSISTÊNCIA.

A TAXA DE CRESCIMENTO REAL TEM SIDO SUPERIOR AO DESEMPENHO GERAL.

TAXA DE CRESCIMENTO ANUAL, EM %  
(VALOR ADICIONADO TOTAL X VA DO AUDIOVISUAL)



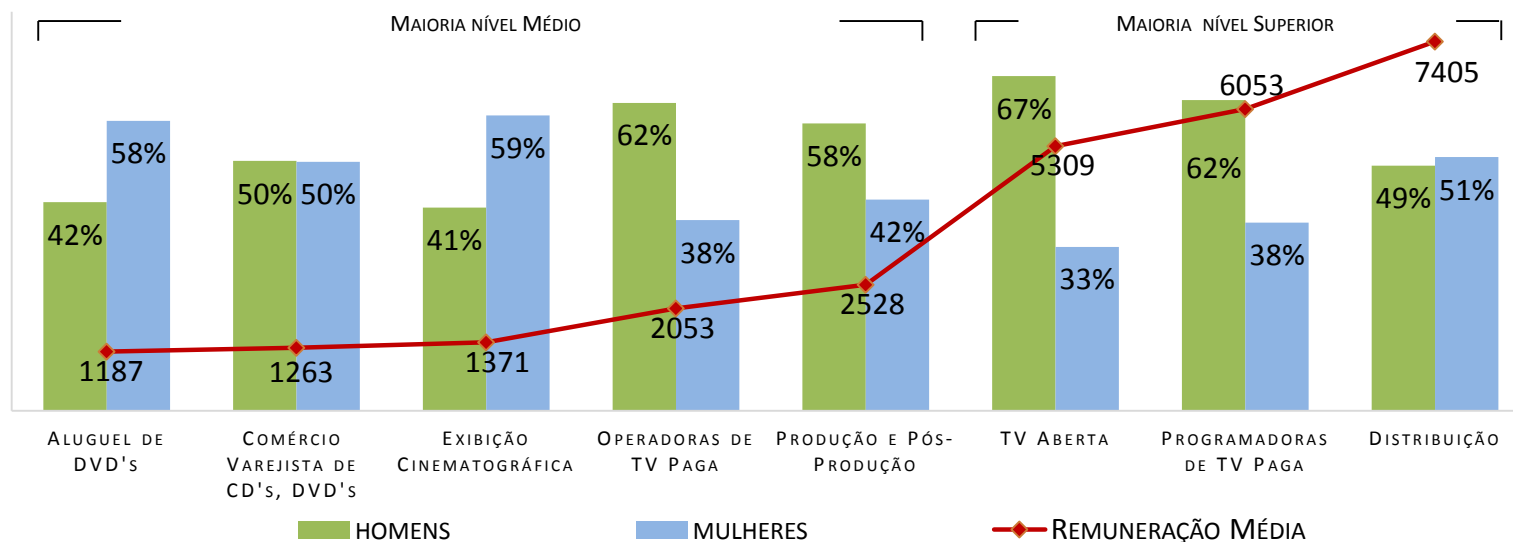
FONTE: IBGE - PAS E PAC, 2007 A 2013; E SISTEMA DE CONTAS NACIONAIS REFERÊNCIA 2000. ELABORAÇÃO: ANCINE / SEC.

ESSA EVOLUÇÃO DEVE TAMBÉM SE REFLETIR

NAS RELAÇÕES E NA RENDA DO TRABALHO.

O AUDIOVISUAL É UMA ATIVIDADE COM TRABALHO E EMPREGO QUALIFICADOS.

DISTRIBUIÇÃO DOS EMPREGOS FORMAIS NO SETOR AUDIOVISUAL POR GÊNERO (%)  
REMUNERAÇÃO MÉDIA POR ATIVIDADE (R\$)



FONTE: RAIS/TEM. PESQUISA: SEC/ANCINE

NÃO EXISTE CRESCIMENTO ESPONTÂNEO.

---

É O CONSENSO CONSTRUÍDO ESTÁ ENTRE SUAS CAUSAS.

AS POLÍTICAS AUDIOVISUAIS FORAM MODELADAS COM RIGOR E CUIDADO, SEGUNDO IDEIAS E **DIRETRIZES** QUE REPRESENTAM O MELHOR DA **EXPERIÊNCIA HISTÓRICA** DO AUDIOVISUAL BRASILEIRO:

- **EXPANDIR OS SERVIÇOS** AUDIOVISUAIS É VITAL PARA POTENCIALIZAR A DEMANDA E GARANTIR A SUSTENTAÇÃO DA PRODUÇÃO INDEPENDENTE
- ATUAR EM **TODOS OS ELOS** DAS CADEIAS PRODUTIVAS É O CAMINHO PARA INDUZIR QUALIDADE, DIVERSIDADE E INOVAÇÃO NO SETOR AUDIOVISUAL
- **INTEGRAR OS AGENTES** DAS DIVERSAS ATIVIDADES AUDIOVISUAIS TENDE A GERAR PROJETOS E EMPRESAS MAIS FORTES E AMPLIA AS ALTERNATIVAS DE CRESCIMENTO
- OPTAR PELO CRESCIMENTO IMPLICA CONSIDERAR AS AÇÕES DE FINANCIAMENTO COMO **COMPLEMENTARES À AÇÃO REGULATÓRIA** E NÃO O CONTRÁRIO
- ENVOLVER O **BRASIL INTEIRO** NA TAREFA DE PRODUZIR, FAZER CIRCULAR E FRUIR SERVIÇOS E CONTEÚDOS AUDIOVISUAIS MULTIPLICA RECONHECIMENTO, RELEVÂNCIA E COMPROMISSOS MÚTUOS DO PAÍS E DO SETOR AUDIOVISUAL

## OS DESAFIOS DO FUTURO PEDEM ATENÇÃO E VISÃO ESTRATÉGICA

---

PARA DEFENDER E PRESERVAR O CAMINHO CONQUISTADO.

AS POLÍTICAS AUDIOVISUAIS SÃO CONQUISTAS DE **TODOS**.

MAIS DO QUE OS RESULTADOS E OPORTUNIDADES, O PRINCIPAL A COMEMORAR É O **RECONHECIMENTO** DESSA EVOLUÇÃO PELOS **BRASILEIROS**.

HÁ PERCEPÇÃO DE **MELHORIAS REAIS** NOS SERVIÇOS AUDIOVISUAIS E NA QUALIDADE, DIVERSIDADE E CAPACIDADE DE COMUNICAÇÃO DOS CONTEÚDOS BRASILEIROS.

AS POLÍTICAS AUDIOVISUAIS NÃO SÃO DESTAQUE APENAS PELOS RESULTADOS, MAS PELOS **PROCESSOS SEGUIDOS** E O **CUIDADO** NA SUA CONSTRUÇÃO.

SÃO RECONHECIDAS PORQUE REFLETEM O **AMADURECIMENTO** DO AUDIOVISUAL BRASILEIRO.

UMA IMAGEM FINAL, SEMPRE ATUAL E RECORRENTE:

---

FAZER POLÍTICA AUDIOVISUAL É COMO ANDAR DE BICICLETA...

A BICICLETA DA POLÍTICA AUDIOVISUAL EXIGE EQUILÍBRIO, DIREÇÃO E TRABALHO.

NO MOMENTO DE TURBULÊNCIA, RETROCEDER, TENTAR GARANTIR O LUGAR DE CADA UM OU DEIXAR DE AVANÇAR NÃO SÃO ALTERNATIVAS.

AINDA HÁ MUITA ESTRADA E OS PASSOS DEVEM SER DADOS COM SEGURANÇA, ATENÇÃO AOS OBSTÁCULOS E FIRMEZA DE PROPÓSITOS.