



Rio**Market**

A BEM SUCEDIDA EXPERIÊNCIA SUL COREANA NO AUDIOVISUAL

Rio de Janeiro, 08 de novembro de 2018.

Dr^a. Luana Rufino – Superintendente de Análise de Mercado/ANCINE

- A **trajetória sul-coreana** da indústria criativa do audiovisual oferece contribuições importantes à análise da elaboração de políticas industriais voltada ao setor. Seu grande e rápido **sucesso** pode ser explicado por políticas explícitas formuladas pelo governo a partir dos anos 1990.
- No espaço de **20 anos** a Coréia saiu de um **market share nacional** irrisório de **2,1 %** em 1994 para alcançar a marca significativa de **57%** em 2014, isto é, uma participação nacional do mercado **maior do que países que investem pesadamente na cultura**, como a França que obteve 36,8% nesse mesmo ano.
- Isso mostra que **políticas públicas adequadas às especificidades nacionais**, as quais considerem de forma ampla **todos os atores dentro da cadeia produtiva**, elevaram à Coreia ao patamar de consumo nacional de suas obras audiovisuais apenas alcançado por dois países: Estados Unidos e Índia, únicos com mais da metade do *market share* nacional para o mesmo ano, por exemplo.

- Em 1994, houve o chamado “caso Jurassic Park”, em que por quase **três meses apenas este título ocupou todos os cinemas sul-coreanos**, ou seja, nenhum outro filme estava sendo exibido além dele. Esse **fato emblemático** chamou atenção das autoridades sul-coreanas e pelos **formuladores de política**, não só pela massiva dominação cultural, mas também pelo volume de divisas perdidas para o mercado americano, as quais foram equivalentes a 1,5 milhões de carros Hyundai.
- No mesmo ano (1994), o Conselho Presidencial de Ciência e Tecnologia sul-coreano submeteu um **relatório ao presidente** propondo “*The South Korea Presidential Advisory Board on Science and Technology*”.
- Depois que o relatório foi submetido, em 1995, o governo coreano fez uma **emenda na MPL (Lei do Audiovisual sul-coreana)**, que trocou o nome para “*Motion Picture Promotion Law*”, no intuito de **atrair capital** para o estabelecimento de um fundo setorial e também para criação de incentivos fiscais para o setor audiovisual. Essa **política de promoção** foi chamada de “*Learning from Hollywood*” (Aprendendo com Hollywood).

- Após o **caso emblemático** do Jurassic Park, o **fraco desempenho econômico da Coreia do Sul** foi o segundo fator que **estimulou o governo** na procura de uma **estratégia industrial** que rejuvenescesse a **economia nacional**.
- Assim, quando o **governo coreano anunciou essa indústria como a nova catalisadora do crescimento econômico**, as grandes corporações familiares do país (Chaebols) – como Hyundai, Samsung, Daewoo, entre outras – voltaram-se ao setor na busca dos benefícios da política e entraram em toda a cadeia: produção, distribuição, exibição e importação.
- Depois da **crise financeira asiática**, que o governo voltou a **orientar as políticas de exportação do audiovisual sul-coreano** como uma **nova iniciativa econômica**.
- Para isso, houve uma **articulação das políticas públicas** para **envolver** as demais empresas sul-coreanas que atingissem **não só os conglomerados** (chaebols), mas também a indústria que é independente dessas grandes empresas, no sentido de dar **mais estabilidade ao crescimento do setor**.

- O **grande fator de promoção** das políticas públicas ao setor foi a **percepção**, pelo presidente sul-coreano, da **importância da indústria criativa do audiovisual** no novo ciclo de inovação que iria liderar a economia nacional após a crise asiática de 1997.
- No setor de economia da cultura, o foco tem sido a chamada **indústria criativa do audiovisual** ou **indústria do entretenimento** como líder da próxima geração do crescimento econômico nacional.
- O **presidente** Kim Dae-jung tinha tanta **convicção** que a indústria criativa, especialmente a **indústria do audiovisual e do entretenimento**, teria um **impacto positivo excepcional** na **economia** do país que ficou conhecido como “**Presidente da Cultura**”, dada a ênfase que ele deu às políticas públicas voltadas ao setor.

Coreia do Sul: Dados Gerais (2009-2017)

População
207 Milhões

Área
8 515 767 km²

Complexos Cinematográficos
782

Salas de Cinema
3.223

Público Total (2017):
181,2 milhões

Público per capita
0,9

PIB
U\$ 3,1 trilhões

PIB per capita
U\$ 15.153



Market Share
Médio
14,8%
(Antes: 3%)



Market Share
Médio
57,6%
2%)

População
51,5 Milhões

Área
100,210 km²

Complexos Cinematográficos
484

Salas de Cinema
2.575

Público Total (2017):
219,9 milhões

Público per capita:
4,3

PIB
U\$ 2,0 trilhões

PIB per capita
U\$ 39.446

Períodos do audiovisual sul coreano



- 1910 a 1944 - *Ocupação Japonesa*
- 1945 a 1950 - *Liberalismo Norte-Americano*
- 1951 a 1953 - *Modernização do Parque Audiovisual*
- 1954 a 1969 - *Era de Ouro Sul-Coreana*
- 1970 a 1990 - *Decadência do Audiovisual Nacional*
- 1991 até 2014 - *Reestruturação das Políticas Audiovisuais Coreanas e Expansão do Setor*

Reestruturação das Políticas Audiovisuais Coreanas e Expansão do Setor



1994 - "**Caso Jurassic Park**": por quase três meses apenas este título ocupou todos os cinemas sul-coreanos.

Divisas perdidas para o mercado americano equivalentes a 1,5 milhões de carros Hyundai.

1995 - **Motion Picture Promotion Law** ("*Learning from Hollywood*"): atrair capital para o estabelecimento de um fundo setorial e para criação de incentivos fiscais para o setor audiovisual.

1996 – Início das políticas regulatórias: aumento da cota de tela nos cinemas de 30 para 73 dias por ano.

1997 – Criação da cota de tela para televisão (TV aberta e TV paga).

Cota para Programação de Horas Nacionais na Coréia do Sul

CATEGORIA	TIPO DE OBRA	SEGMENTO	COTA MENSAL
Percentual da Programação Nacional no Total		TV Aberta	80%
		TV Paga	50%
Percentual da Programação Nacional por tipo de Obra	Obras Seriadas e Não Seriadas	TV Aberta	25%
		TV Paga	30%
	Desenhos Animados	TV Aberta	8%
		TV Paga	40%
Limitação Máxima por País (One-country regulation)	60% do total de horas mensais de programação destinada às obras estrangeiras		

Política de fomento voltada à indústria do audiovisual da Coreia do Sul

- **Incentivos fiscais à infraestrutura** da indústria, apenas concedidos no uso de **tecnologia nacional**;
- E **empréstimos às empresas** para investimento na produção audiovisual, com condições especiais para pequenas e médias empresas;
- **Subsídios** voltados **diretamente aos produtores**, à produção de conteúdo;
- **Subsídios** direcionados à **infraestrutura** e aos **canais de distribuição de conteúdo: exibidores e distribuidores**.

Política de fomento voltada à indústria do audiovisual da Coreia do Sul

Programa de internacionalização da produção (*International Exhibition Program*), financiamento a:

- participação em festivais;
- operação e administração das produções fora do país;
- adaptação dos programas nacionais à língua estrangeira;
- produção de obras audiovisuais com efeitos de som e música (M&E) gravados separadamente dos diálogos, a fim de melhor adaptar à dublagem para exportação;
- subsídio à exportação de produtos nacionais.

Política de fomento voltada à indústria do audiovisual da Coreia do Sul

Premissa de que o **setor audiovisual** (e de entretenimento) era **estratégico** e representava o novo motor do ciclo de crescimento da economia.

Construção de políticas voltadas ao setor com ênfase:

- nos canais de transmissão (distribuição e exibição) da produção nacional;
- desenvolvimento tecnológico interno;
- fomento direto à produção;
- internacionalização da produção.

Estrutura de Suporte das Políticas Públicas ao Setor Audiovisual na Coreia do Sul



Principais Medidas para a Promoção do Setor Audiovisual na Coreia do Sul pelo Ministério da Cultura

Produção:

- Equipar as salas de exibição e estúdios, assim como promover a produção no formato digital para transmissão na televisão;
- Subsídio para 80% do orçado para produção, 20% de capital próprio.

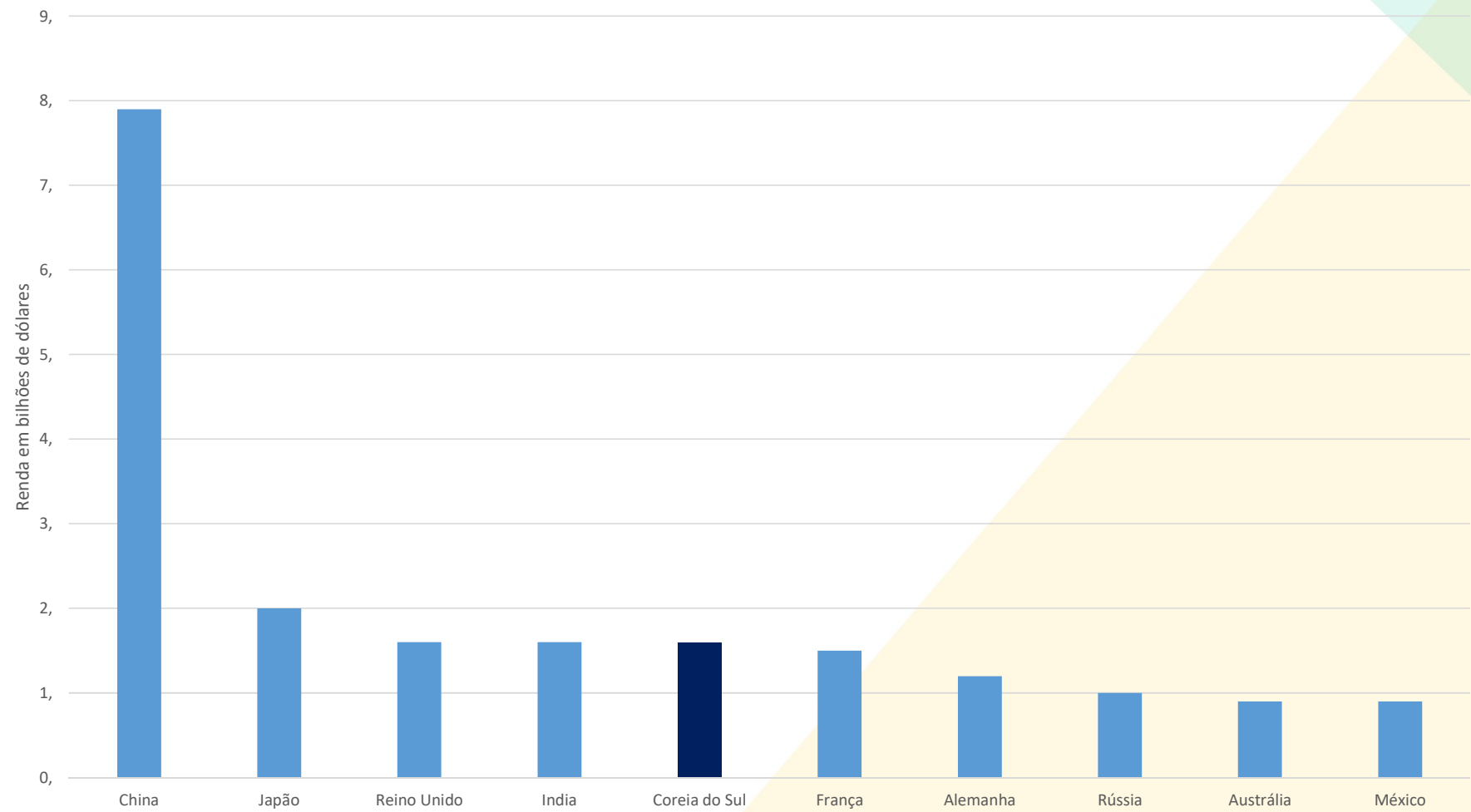
Distribuição e Exibição:

- Fornecer instalações de produção para atender a um único planejamento, produção e comercialização de vídeos de transmissão digital;
- Fornecer subsídios para investimentos de alto valor agregado para cinema e televisão;
- Cota de Tela para Exibição de Obras Nacionais na Televisão (Aberta e Fechada) e no Cinema;
- Financiamento para os gastos na distribuição de obras audiovisuais coreanas para o mercado internacional;
- Fundo de Desenvolvimento do Audiovisual, até no máximo 6% das receitas das grandes distribuidoras e operadoras, definida a cada ano;
- Financiamento para adaptação (*remaking*) à dublagem ou gravação separada de M&E para melhor colocação da obra no mercado externo

Qualificação:

- Financiamento a programas de treinamento, bolsas de estudo, qualificações, especializações dentro de centros técnicos ou centros de treinamento, faculdades, escolas de negócios, pós-graduação e pesquisas (Parceria com o Ministério da Educação).

Dez países com maior renda em salas de exibição (2017)



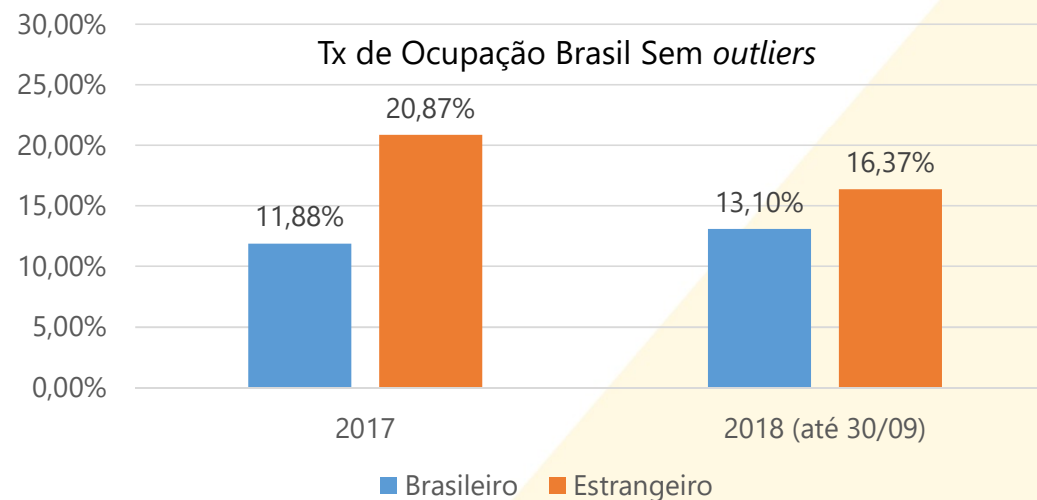
Número de Lançamentos Coreia do Sul e Brasil em 2017

Coreia do Sul

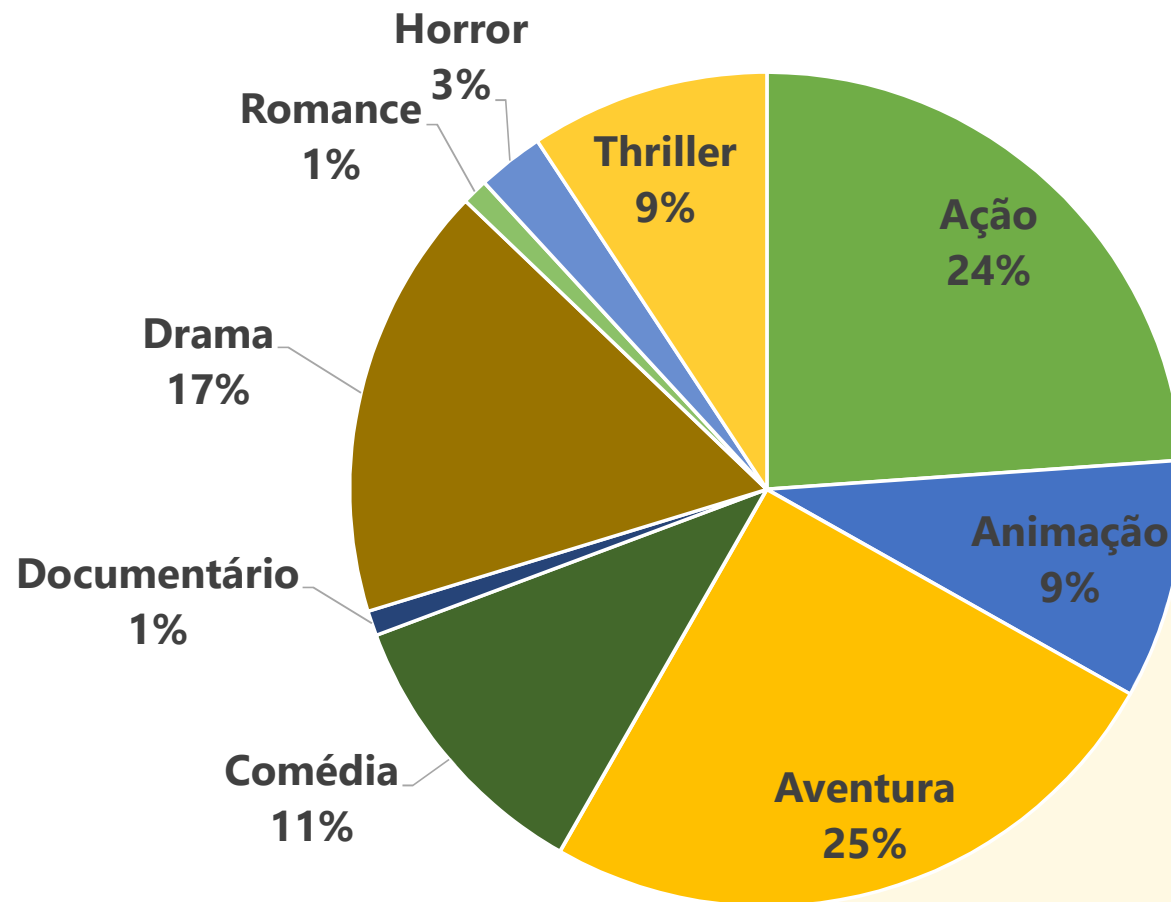
Estrangeiros: 904
Nacionais: 336
Salas: 2575

Brasil

Estrangeiros: 303
Nacionais: 160
Salas: 3223

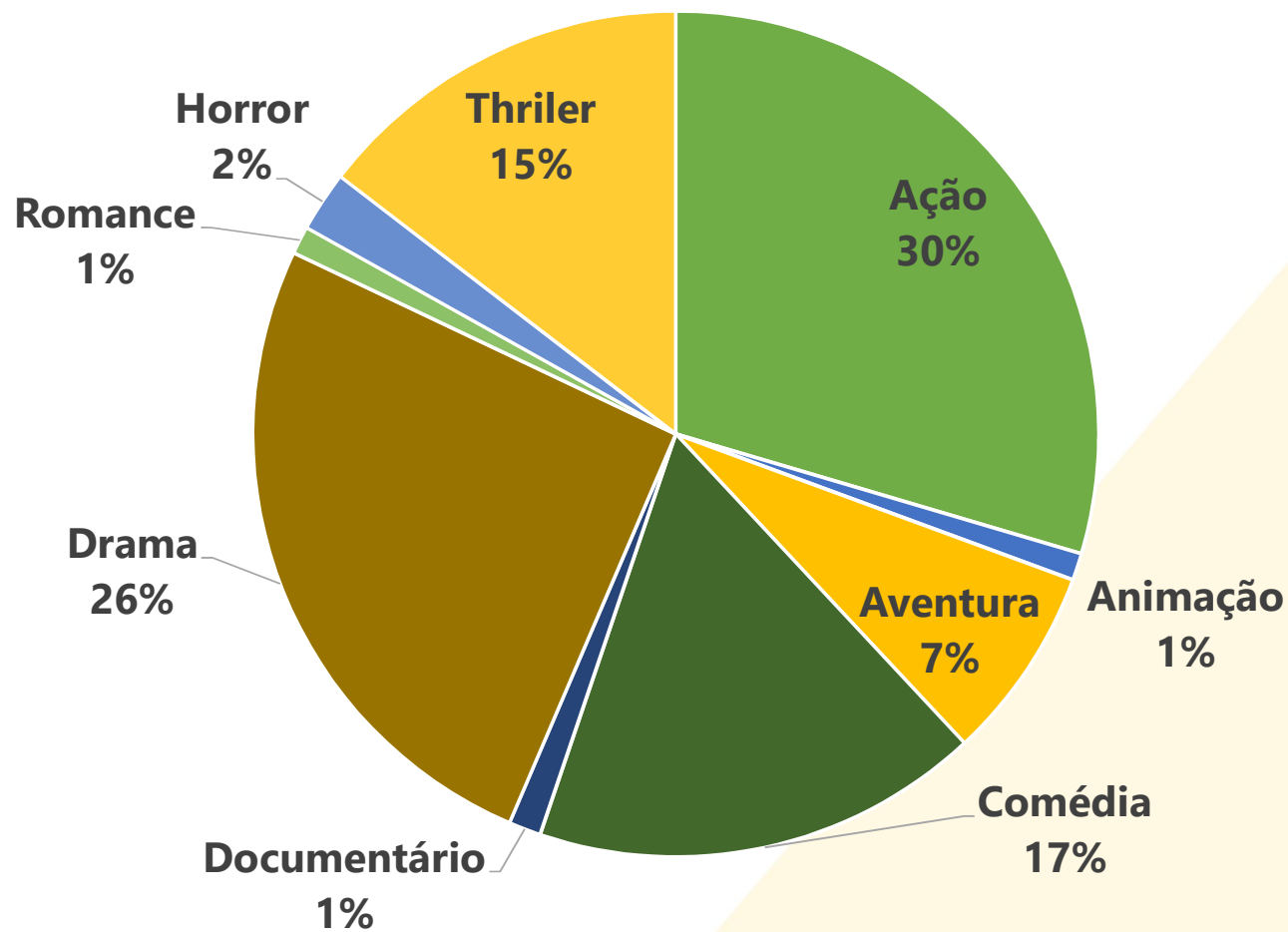


Participação Total de Público por Gênero Cinematográfico (2009-2016)



Fonte: Baladez (2018).

Participação de Público dos Filmes Nacionais por Gênero Cinematográfico (2009-2016)



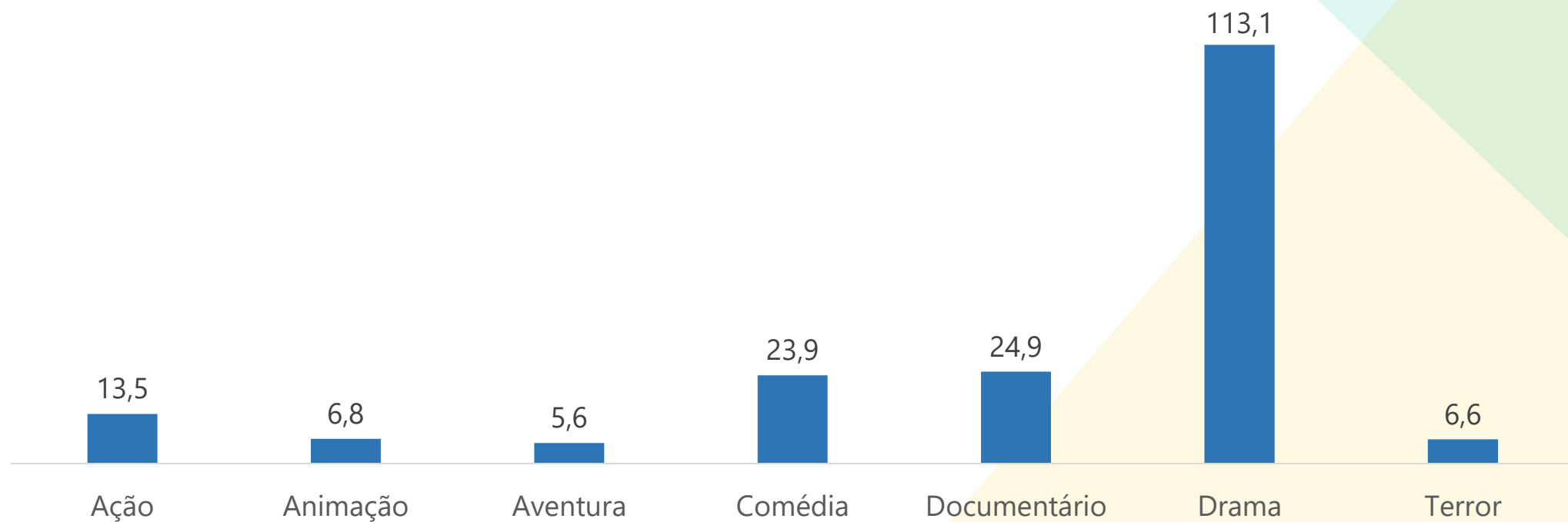
Fonte: Baladez (2018).

Participação de Público dos Filmes Coreanos por gênero Cinematográfico (2009-2016)

	Participação Títulos	Participação Público
Ação	14,4%	68,4%
Animação	8,1%	6,2%
Aventura	7,3%	16,4%
Comédia	26,8%	85,9%
Documentário	51,4%	70,1%
Drama	30,7%	83,9%
Romance	46,3%	58,5%
Terror	12,4%	49,6%
Thriller	28,8%	86,9%
Total Geral	24,5%	55,3%

Fonte: Baladez (2018).

Lançamentos por Ano dos Filmes Nacionais por Gênero Cinematográfico (2009-2016)



EME 10

6

5

20

22

100

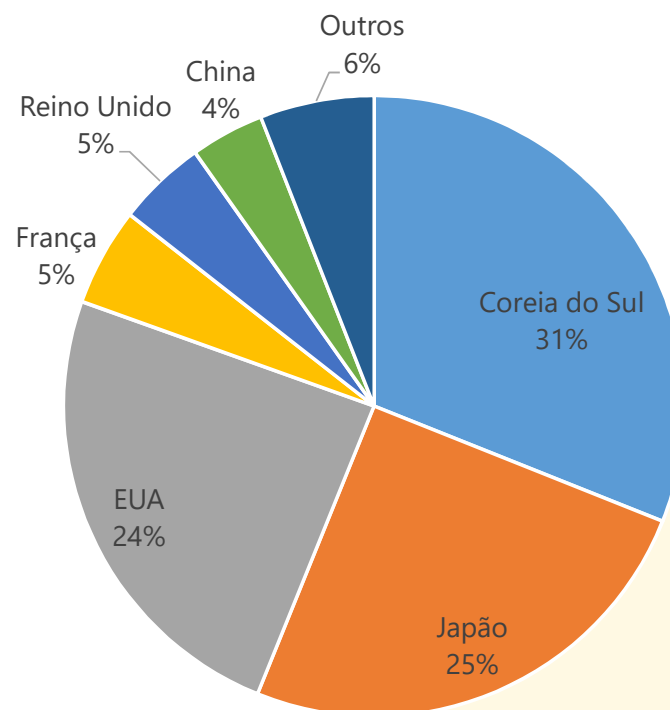
6

Escala Mínima de Eficiência

Fonte: Baladez (2018).

Renda e quantidade filmes lançados na Coreia do Sul por país de origem (2017)

Filmes Lançados



Fonte: Baladez (2018).

Políticas de Promoção à Economia Criativa do Audiovisual na Coreia do Sul

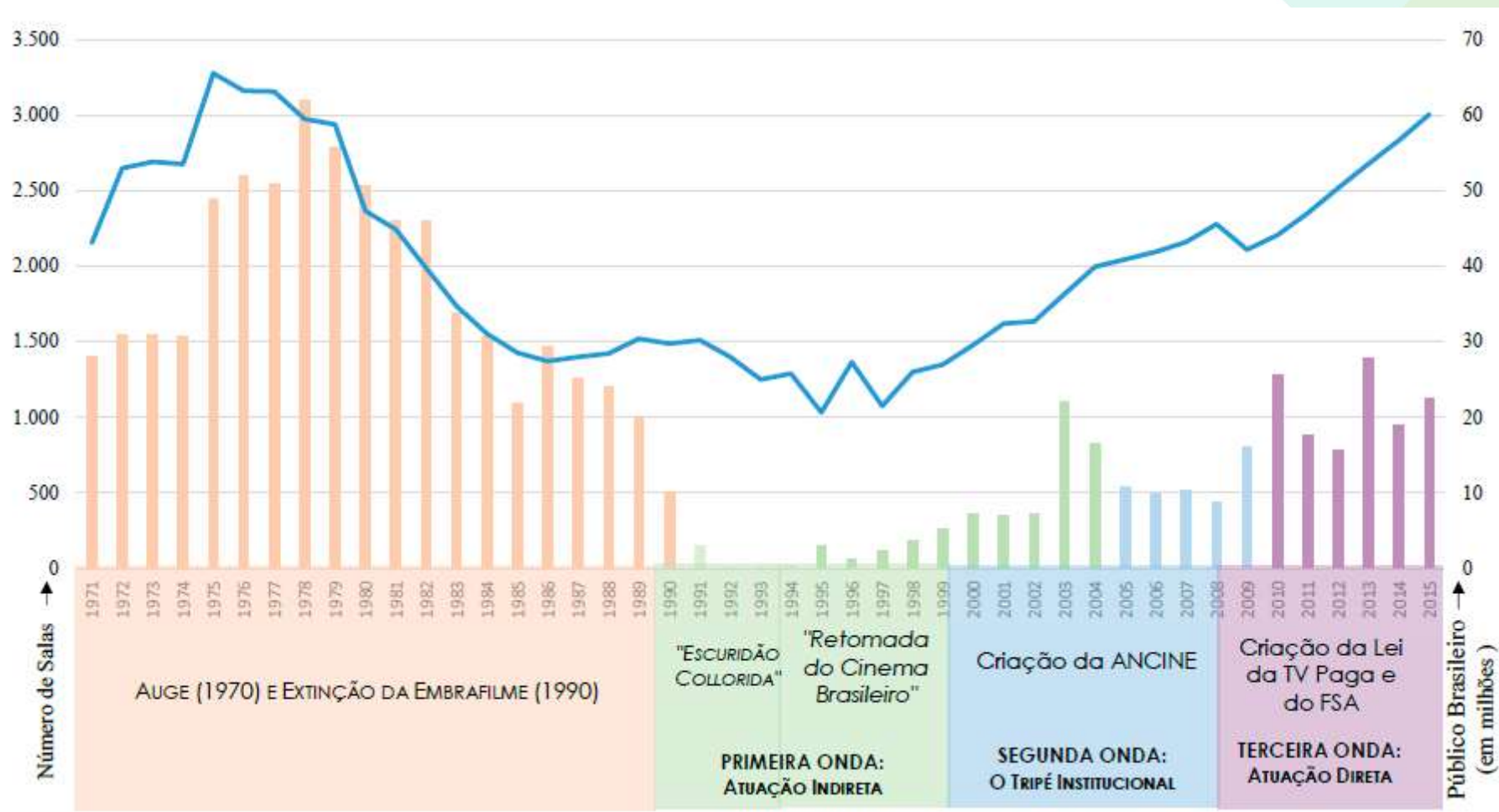
	<i>Política de Promoção e Regulação</i>	<i>Esboços e objetivos das medidas de apoio</i>	<i>Orçamento para o Programa e Desempenho Real/Resultado</i>	<i>Ano de Início</i>
<i>Produção</i>	Sistema de Apoio à Produção Digital	Equipar as salas de exibição e estúdios, assim como promover a produção no formato digital para transmissão na televisão	\$12.5 bilhões de won. 536 obras 1.776 horas	2001
	Programa de Suporte a sistemas pilotos	Subsídio para 80% do orçamento para produção	\$810 milhões de won. 17 programas	2002
<i>Distribuição e Exibição</i>	Digital Magic Space (DMS)	Fornecer instalações de produção para atender a um único planejamento, produção e comercialização de vídeos de transmissão digital	\$48.4 bilhões de won	2006
	Apoio para infraestrutura de distribuição e exibição	Fornecer subsídios para investimentos de alto valor agregado para cinema e televisão	\$53 bilhões de won. 91 projetos	2002
	Sistema de Cota de Tela	Cota de Tela para Exibição de Obras Nacionais na Televisão (Aberta e Fechada) e no Cinema	Exibição de obras sul-coreanas na grade televisa e nos cinemas	1991
	Financiamento para Exportação de Obras Nacionais	Financiamento para os gastos na distribuição de obras audiovisuais coreanas para o mercado internacional	\$400 milhões de won gastos. \$26.4 bilhões de won de retorno com exportação	1999
	Fundo de Desenvolvimento do Audiovisual	Até no máximo 6% das receitas das grandes distribuidoras e operadoras, definida a cada ano	\$115 million won para o Fundo	2002
	Programa de Adaptação das Obras para Exportação	Financiamento para adaptação (<i>remaking</i>) à dublagem ou gravação separada de M&E para melhor colocação da obra no mercado externo	\$880 milhões. 2.651 obras audiovisuais exportadas.	2003
<i>Qualificação</i>	Programa de Desenvolvimento Pessoal (Parceria com o Ministério da Educação)	Financiamento a programas de treinamento, bolsas de estudo, qualificações, especializações dentro de centros técnicos ou centros de treinamento, faculdades, escolas de negócios, pós-graduação e pesquisas	\$1.1 bilhão de won	2001

Fonte: Zubelli (2017).

Comparação Brasil



Evolução do Número de Salas de Exibição e Público de Filmes Brasileiros a partir das Ondas de Política do Audiovisual (1970 até 2015)



Fonte: Zubelli (2017).

Evolução do número de lançamentos brasileiros em salas de cinema (1995 – 2017)

104 títulos

1995 – 1999

Lei Rouanet e Lei do Audiovisual

356 títulos

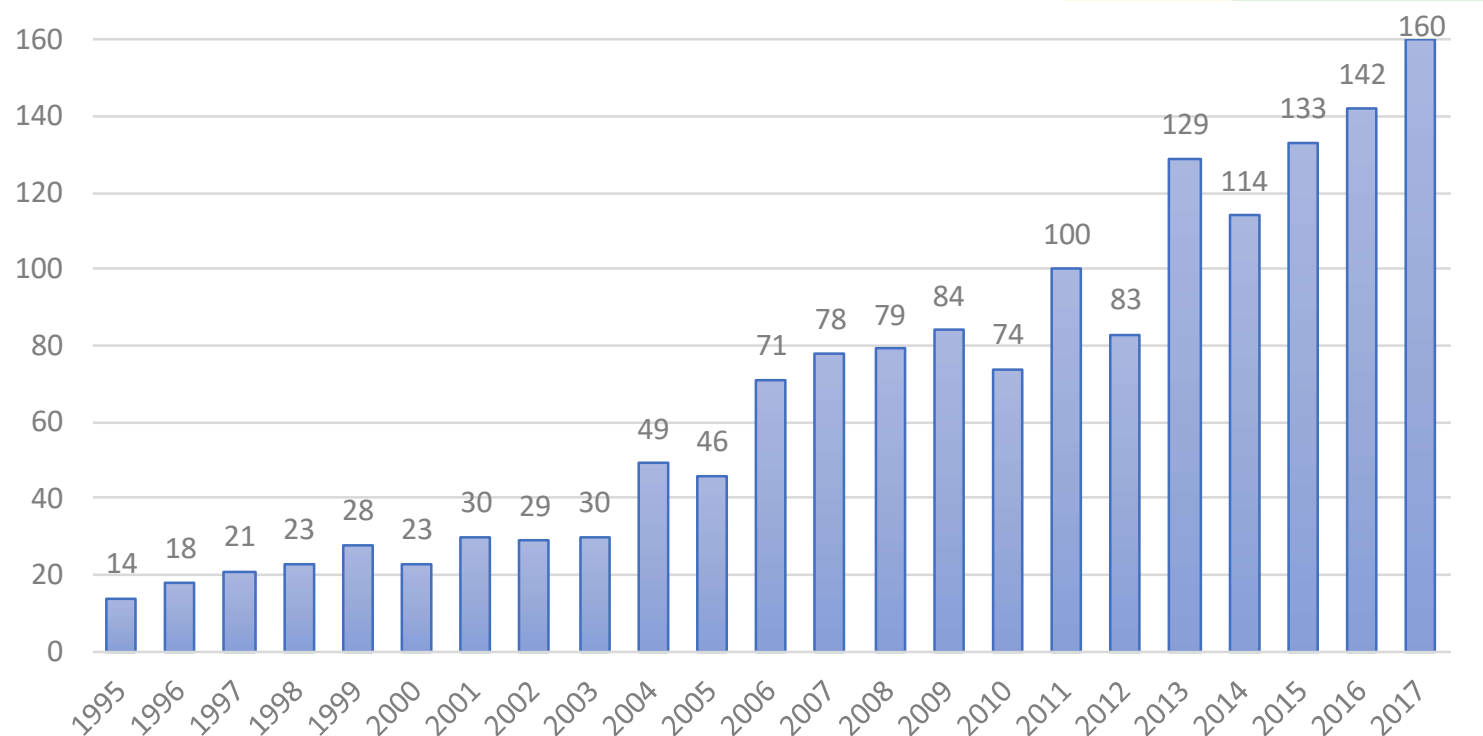
2000 – 2007

Criação da ANCINE

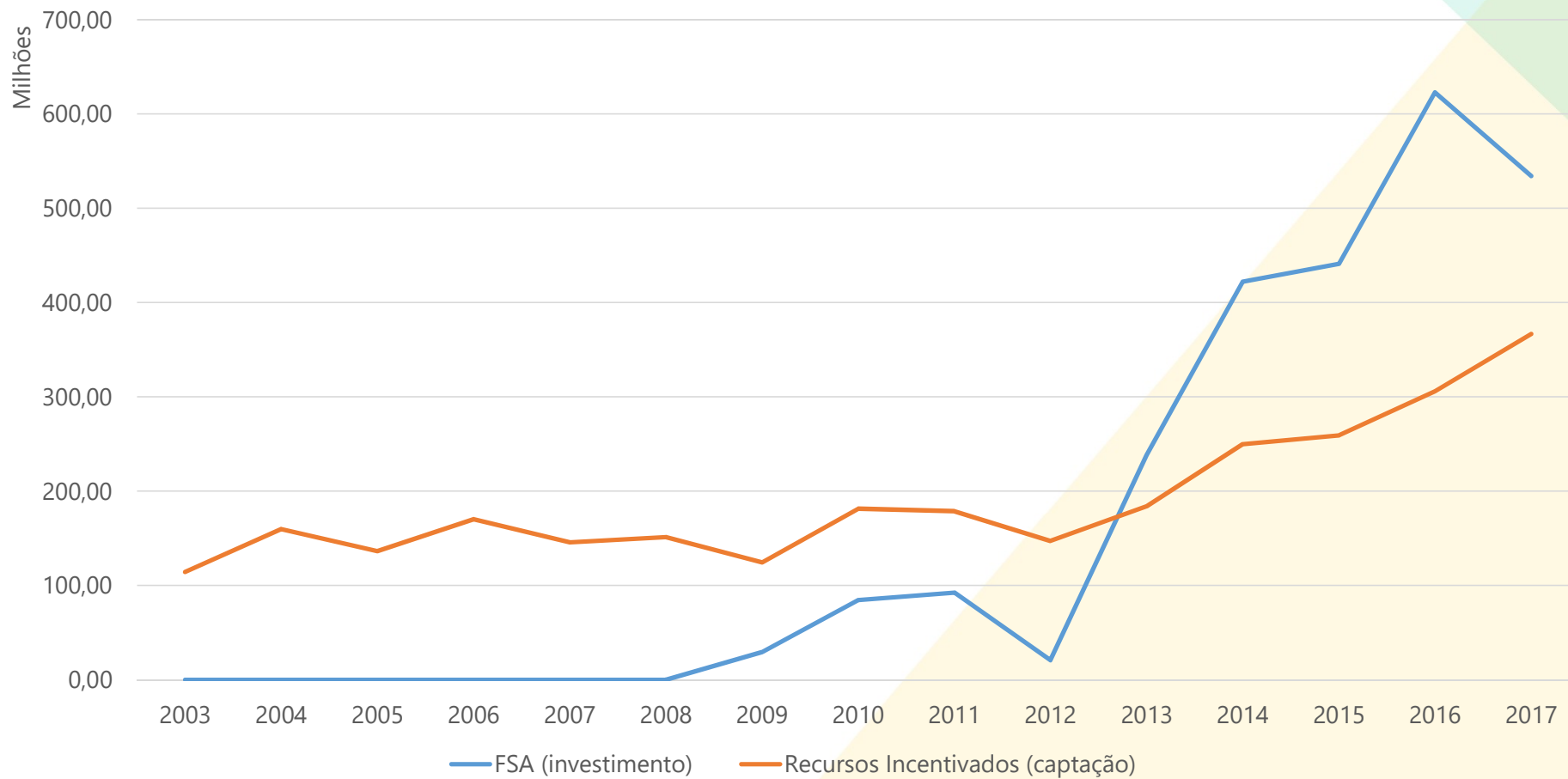
1.098 títulos

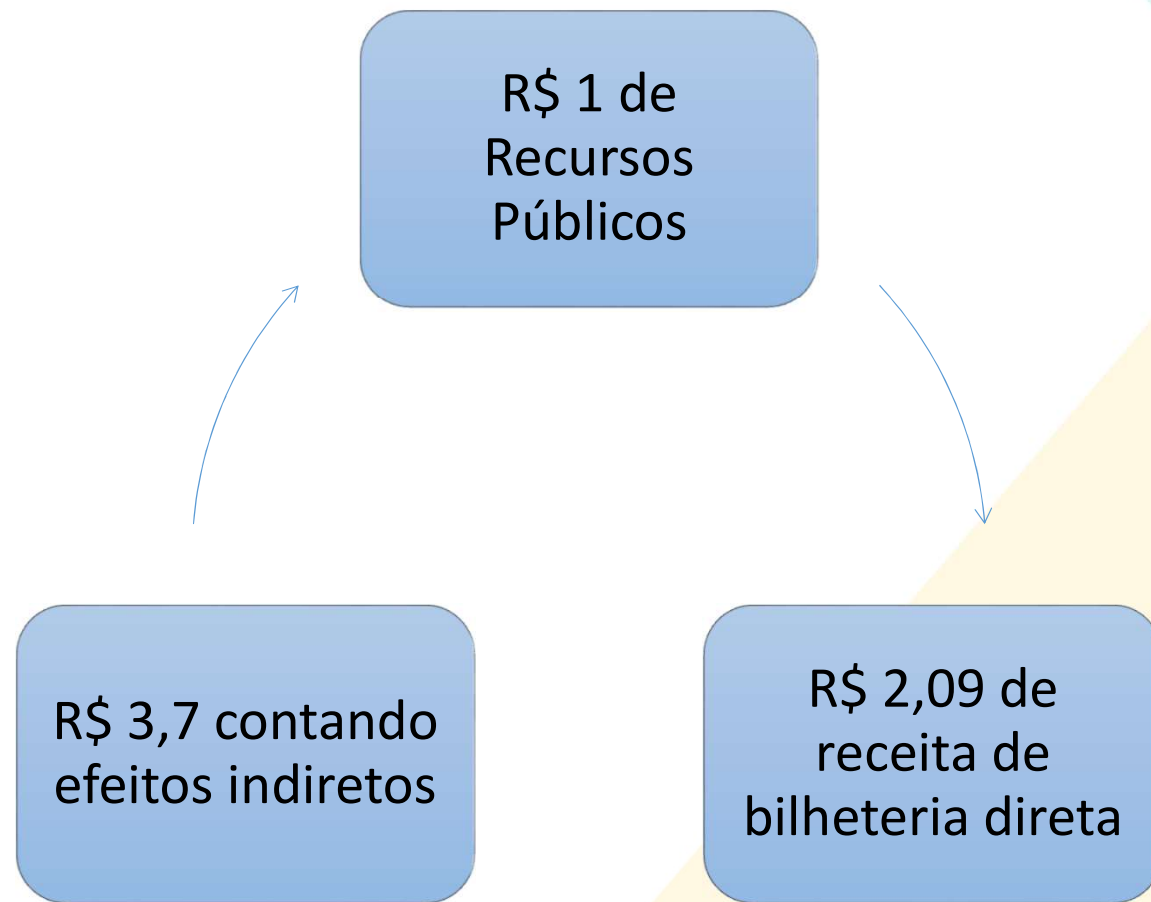
2008 – 2017

FSA e Lei da TV Paga

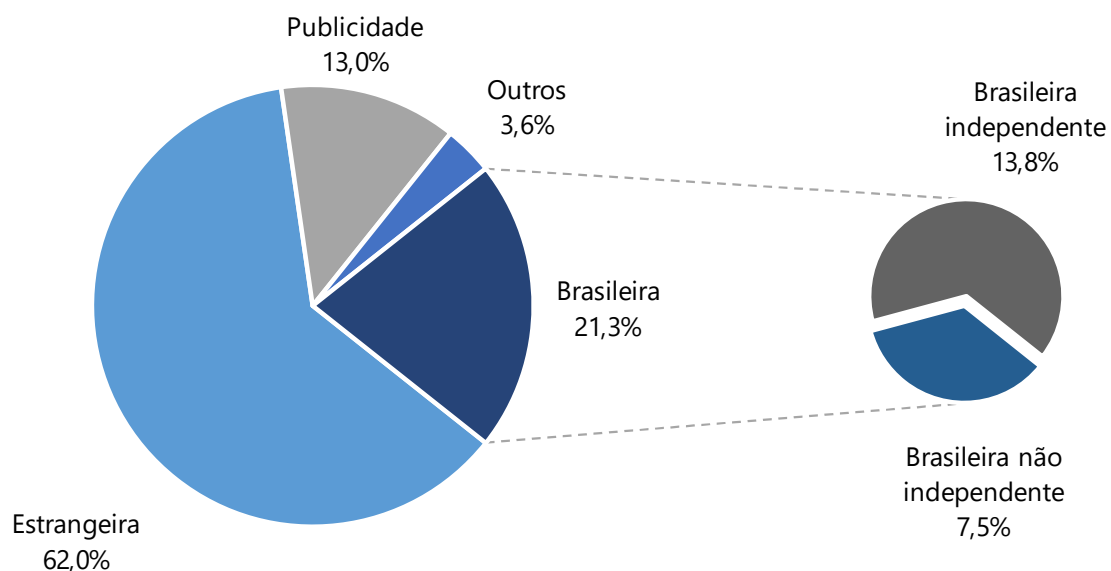


Valores totais de Investimento FSA e Recursos Incentivados (2003 – 2017)





Porcentagem de horas de programação por tipo de obra em canais CABEQ, CABEQ SB, CABEQ INFANTIL, CEQ3h30, CEQ3h30 INFANTIL - 2017

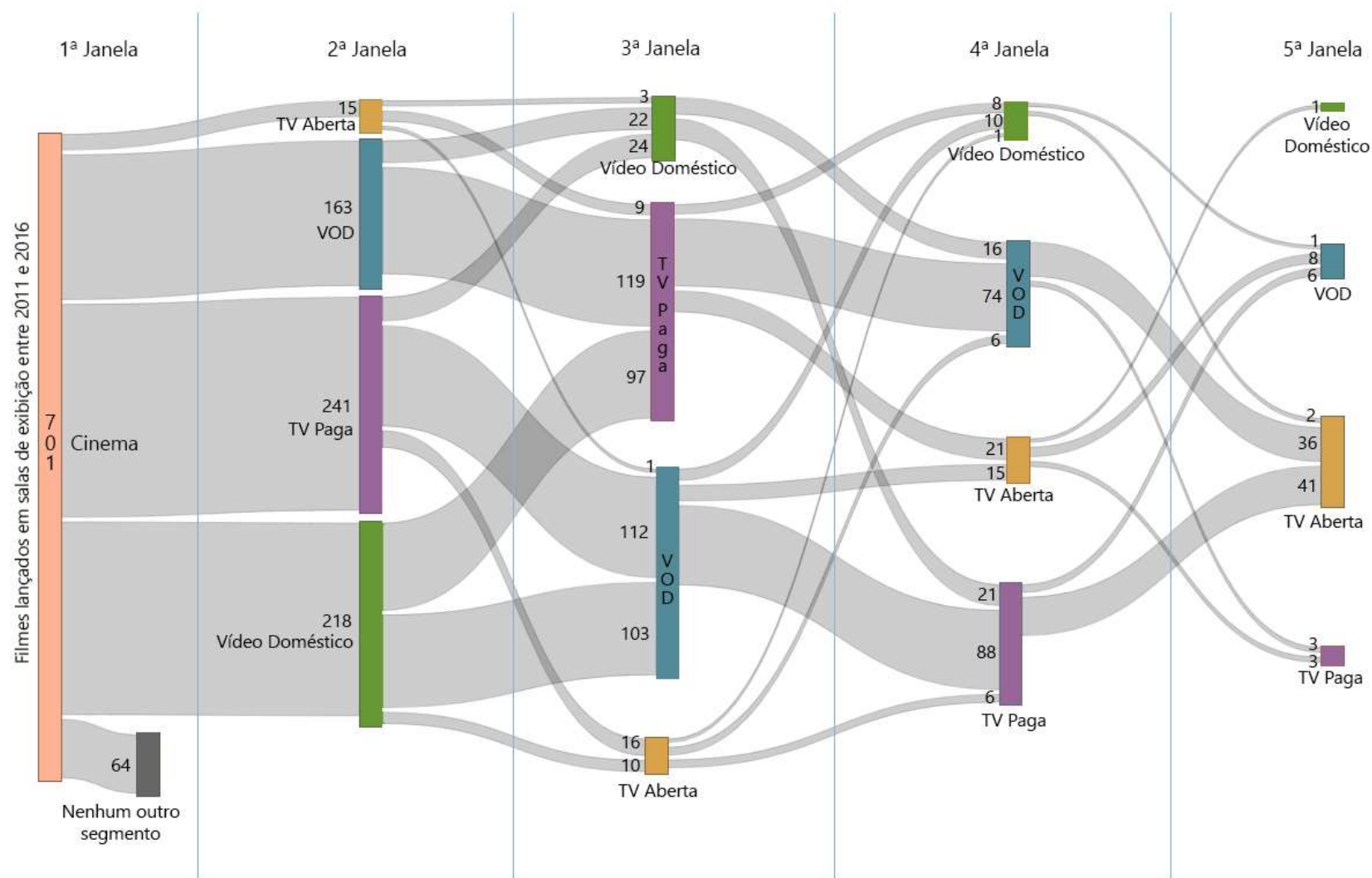


Foram veiculados 4.872 títulos brasileiros, sendo **3.934 obras brasileiras independentes**, em 92 canais monitorados.

Dos 21,3% de horas de programação brasileira veiculada em 2017, **13,8% foram de conteúdo brasileiro independente**.

Episódios de obras seriadas não foram contabilizados como títulos distintos.

Ordenamento e fluxo entre as janelas de exibição dos filmes brasileiros lançados entre 2011 e 2016 nos cinemas



Brasil e Coreia do Sul a partir da década de 1990

	CONTEXTO NACIONAL	VISÃO	TIPOS DE POLÍTICA	OBJETIVOS	INSTRUMENTOS
BRASIL	- Sucateamento da produção nacional em face à ruptura provocada pelo fim da Embrafilme e da "Escuridão Collorida" provocada pelo pensamento neoliberal do governo Collor - Movimentos dos Estados Unidos e Japão para liberalização do mercado audiovisual internacional	Necessidade de retomada da produção do setor através da formulação de políticas voltadas à produção de conteúdo por isenção fiscal	- Fomento - Regulação - Isenção Fiscal	- Ocupação da produção audiovisual nacional nas diferentes janelas de exibição	- Fomento Indireto Lei Rouanet; Art.1º, Art.1º-A, Art.3º, Art. 3º-A da Lei do Audiovisual; Art. 39 e FUNCINEs da MP 2.221-8/01 - Fomento Direto PRODECINEs: 01, 02, 03, 04, 05, 06; PRODAVs: 01, 02, 03, 04, 05, 06, 07, 08, 09, 10, 11, 12; 13 - Infraestrutura de exibição PCPV: Linha de Crédito e Investimento; RECINE, PAR Exibição - Cota de Tela Cinematográfica para Cinema; de Programação e de Empacotamento para TV Paga
COREIA DO SUL	- Dificuldade de transmissão do produto audiovisual nacional na TV e no cinema, efeito das políticas liberalizantes do setor à época: ruptura do sistema de Cota de Tela, das políticas de reserva de mercado e fim do 'Quality-based reward System' - Crise Financeira Asiática - Ocupação massiva do audiovisual americano e japonês no cinema e na TV	Percepção do presidente sul-coreano da importância da indústria criativa no novo ciclo de inovação que iria liderar a economia nacional: "Learning from Jurassic Park"	- Fomento - Regulação - Isenção Fiscal - Internacionalização da produção - Desenvolvimento e Difusão da Tecnologia nacional	- Retomar o crescimento nacional através dessa nova indústria centro do novo ciclo de inovação - Internacionalização da produção nacional - Ocupação da produção nacional nas diferentes janelas de exibição	- Internacionalização da produção Financiamento para exportação de obras nacionais; Programa de Adaptação das Obras para Exportação - Fomento Direto Sistema de apoio à produção digital; Programa de suporte a sistemas pilotos - Infraestrutura de distribuição Digital Magic Space; Programa de apoio à infraestrutura de distribuição e exibição - Cota de Tela Cinematográfica; de Programação para TV Aberta e TV Paga - Qualificação Programas de Treinamento; P&D junto às universidades e centros técnicos; escola de negócios

Brasil e Coreia do Sul a partir da década de 1990

	ELO PRINCIPAL DA CADEIA ATINGIDO	ABORDAGEM TEÓRICA	ARRANJO INSTITUCIONAL	ENVOLVIMENTO COM EMPRESAS PRIVADAS	REGIME MACROECONÔMICO
BRASIL	Produção: 26 instrumentos voltados à produção do total de 32 (81,3% do total)	- Política Cultural - <i>Na concepção do setor:</i> modelo linear da cadeia de valor; - <i>Na formulação de política:</i> modelo neoclássico de Economia da Cultura de Baumol e Bowen	Criação da ANCINE e sua articulação com a SAV do MinC e com o CSC	- Fomento Indireto Pouco envolvimento com as empresas que utilizam os mecanismos pelos seus benefícios fiscais - Fomento Direto Pagamento de CONDECINE que acumula recursos para o FSA - Infraestrutura de exibição Busca de benefício fiscal e colocação de recursos a depender da classificação do projeto - Cota de Tela Busca de produtos nacionais para cumprimento da obrigação regulatória	Maligno*: - Taxa de Juros Alta (11,25% a.a.) - Taxa de Câmbio Sobrevalorizada (R\$ 3,19/US\$1)
COREIA DO SUL	Distribuição: 10 instrumentos que envolvem a Distribuição (nacional e internacional) do total de 15 iniciativas (apenas 2 iniciativas para produção)	- Política Industrial - <i>Na concepção do setor:</i> modelo hierárquico de organização da indústria, onde as grandes corporações estruturam e organizam a demanda por conteúdo produtivo; - <i>Na formulação de política:</i> sistema integrado que tem como foco da roda inovativa a distribuição e internacionalização da produção	Criação do KMPPC, KOFIC e do Ministério da Cultura, Esporte e Turismo para formulação e acompanhamento das políticas	- Internacionalização da produção A geração de subsidiárias dentro das grandes companhias de distribuição e exibição para dar conta das cotas de tela gerou sinergias para exportação de produto nacional que não tinha seu conteúdo limitado à exibição externamente ao país - Fomento Direto 6% das receitas das grandes empresas do setor (algumas <i>Chaebols</i>) para o Fundo de Desenvolvimento do Audiovisual - Infraestrutura de distribuição Por conta da rigorosa cota nacional as próprias empresas tiveram que investir na tecnologia de distribuição e programação para garantia de cumprimento da obrigação regulatória	Benigno*: - Taxa de Juros Baixa (1,25% a.a.) - Taxa de Câmbio Subvalorizada (KRW 1.128,58/1US\$)

Fonte: Zubelli (2017).

Brasil e Coreia do Sul a partir da década de 1990

	RESULTADO DA POLÍTICA	DIFERENCIAÇÃO DO CAPITAL (NACIONAL OU ESTRANGEIRO)	INTERNACIONALIZAÇÃO DA PRODUÇÃO	CLASSIFICAÇÃO DA POLÍTICA
BRASIL	Média de 12% de <i>market share nacional</i> no cinema e 10% na TV Paga em 2015	Apenas no que envolve a produção de conteúdo: seja por política de cota de tela, seja por pagamento de Condecine ou mecanismo de incentivo	Não há políticas voltadas à comercialização das obras audiovisuais nacionais no exterior. O que há são iniciativas isoladas por acordos de coprodução que visam apenas a produção conjunta nacional e estrangeira por acordos bilaterais. Outras políticas estão voltadas à participação da produção nacional em festivais, novamente sem interesse por colocação comercial do produto nacional.	Política Industrial Defensiva de fomento (de sobrevivência) com ênfase na ECONOMIA CLÁSSICA
COREIA DO SUL	Média de 57% de <i>market share</i> no cinema e 82% na TV em 2014	Além da diferenciação da nacionalidade por origem da produção, há políticas que diferenciam a origem do capital por: - Isenção Fiscal (apenas feita para compra de conteúdo nacional); - Desenvolvimento Tecnológico (financiamento somente para produção de tecnologia nacional); - Internacionalização da produção nacional	Interesse real da política de colocação das obras nacionais no mercado estrangeiro, através de diferentes frentes: seja por incentivo às distribuidoras nacionais, por financiamento às exportações e por programas específicos voltados tanto à adaptação do produto nacional ao mercado externo, quanto à produção específica aos dois mercados (interno e externo)	Política Industrial Ofensiva (estruturante) com ênfase na ECONOMIA CRIATIVA



**Em comemoração aos 10 anos do
OCA (Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual),
a ANCINE convida para as apresentações:**

- do novo painel interativo com dados de bilheteria do Parque Exibidor Brasileiro; e
- do estudo inédito sobre gêneros cinematográfico de filmes lançados entre 2009 e 2017.

Data e Horário: 12/11/2018 às 10h

**Local: Escritório Central da ANCINE no Rio de Janeiro
Avenida Graça Aranha, 35, Centro – Sala Gustavo Dahl, 11º andar**

Confirmar presença até 9 de novembro pelo e-mail: cerimonial@ancine.gov.br



OBRIGADA!

luana.zubelli@ancine.gov.br

Superintendente de Análise de Mercado – ANCINE

Entre no OCA (Observatório do Cinema e Audiovisual):

oca.ancine.gov.br

