



Fundo Setorial
do Audiovisual

POLÍTICAS, AÇÕES E RESULTADOS

O FSA FOI INSTITUÍDO PELA **LEI 11.437**, DE 28 DE DEZEMBRO DE 2006, E REGULAMENTADO PELO **DECRETO 6.299**, DE 12 DE DEZEMBRO DE 2007.

TEVE SUAS PRIMEIRAS AÇÕES FINANCEIRAS LANÇADAS NO FINAL DE 2008 E CONSOLIDOU-SE COMO PRINCIPAL INSTRUMENTO FINANCEIRO DO AUDIOVISUAL COM A **LEI 12.485**, DE 12 DE SETEMBRO DE 2011.



Fundo Setorial
do Audiovisual

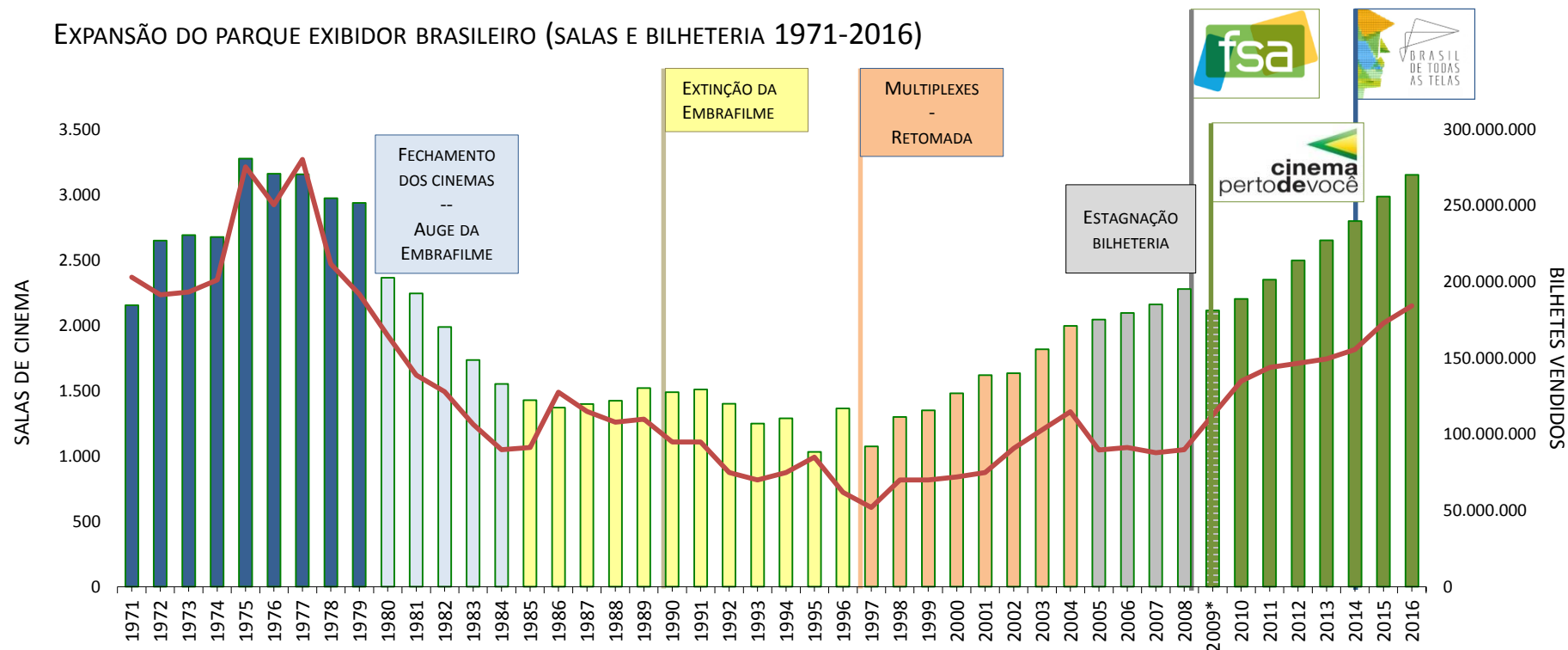
DURANTE ESTE PERÍODO INICIAL, O PLANEJAMENTO DO FSA FOI FEITO SOB UM AMBIENTE DE MUITAS **FRAGILIDADES** E **OPORTUNIDADES**.



A OFERTA DE CINEMA ESTAVA **DEPRIMIDA**.

APÓS A PRIMEIRA ONDA DA RETOMADA (1997-2004), HAVIA **POUCAS SALAS**,
BAIXA TAXA DE EXPANSÃO E **BILHETERIA ESTAGNADA** ENTRE 2005 E 2008.

EXPANSÃO DO PARQUE EXIBIDOR BRASILEIRO (SALAS E BILHETERIA 1971-2016)

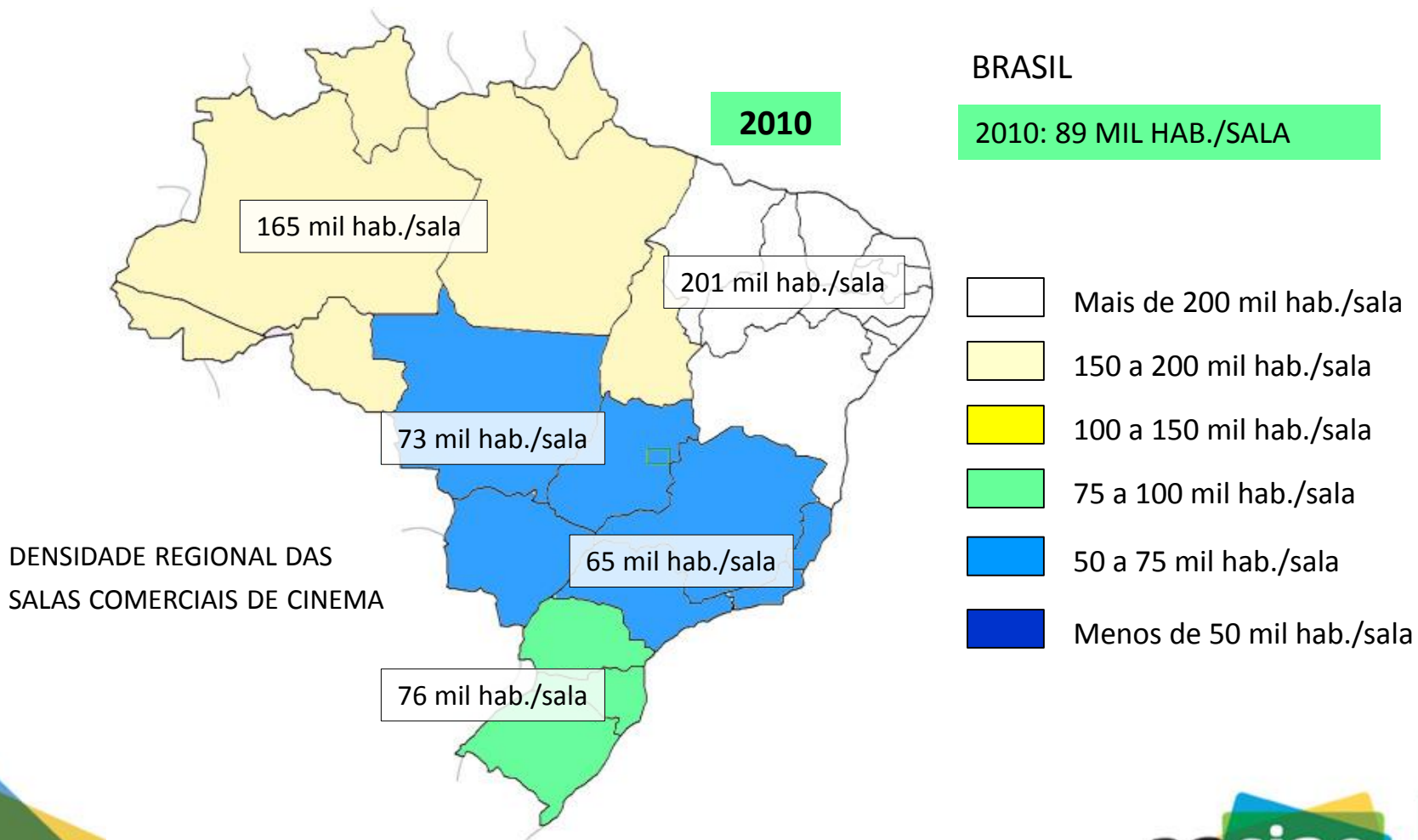


FONTES: ATÉ 2005 (SALAS) OU 2008 (BILHETERIA): EMBRAFILME, FILME B, IBGE E FONTES SECUNDÁRIAS; 2006 (2009) EM DIANTE: ANCINE.

*Em 2009, FOI REALIZADA RECONTAGEM DOS CINEMAS EM OPERAÇÃO PARA O PROGRAMA CINEMA PERTO DE VOCÊ, COM BASE EM CARACTERIZAÇÃO MAIS RÍGIDA DAS SALAS COMERCIAIS.

**2016: ESTIMATIVAS.

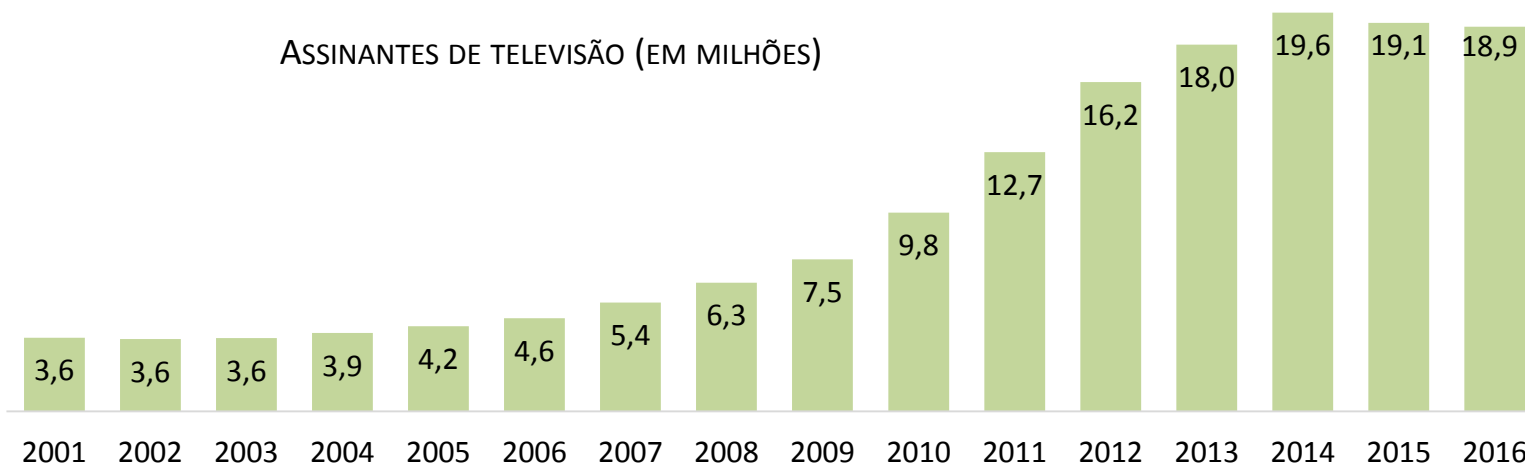
OS CINEMAS ERAM POUCOS E **CONCENTRADOS**.



A TV POR ASSINATURA INICIAVA A EXPANSÃO

QUE MUDARIA SUA **RELEVÂNCIA** SOCIAL E ECONÔMICA.

ASSINANTES DE TELEVISÃO (EM MILHÕES)



FONTE: ANATEL.

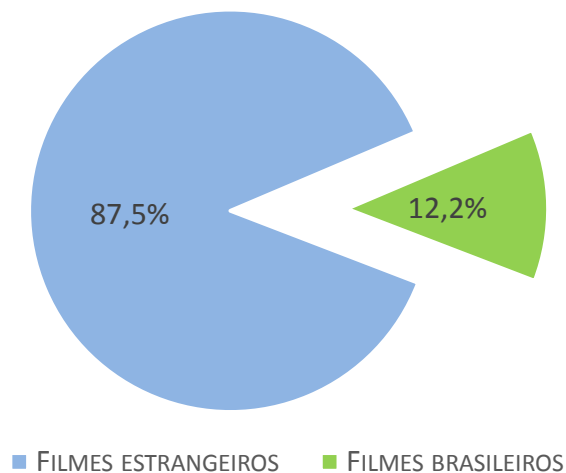
A BASE DE ASSINANTES MUDOU DE PATAMAR.

O SERVIÇO PASSOU A ATINGIR **70 MILHÕES** DE BRASILEIROS.

A PRODUÇÃO INDEPENDENTE ENFRENTAVA **GRANDES OBSTÁCULOS** NA TV.

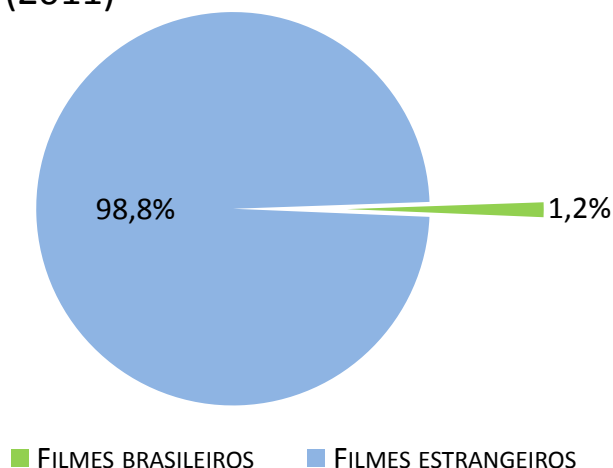
ESPAÇOS PARA SÉRIES E FILMES AFETAM O FINANCIAMENTO DA PRODUÇÃO.

BILHETES VENDIDOS EM CINEMA (2011)



Fonte: SAM/ANCINE.

FILMES EM CANAIS MONITORADOS DE **TV PAGA** (2011)



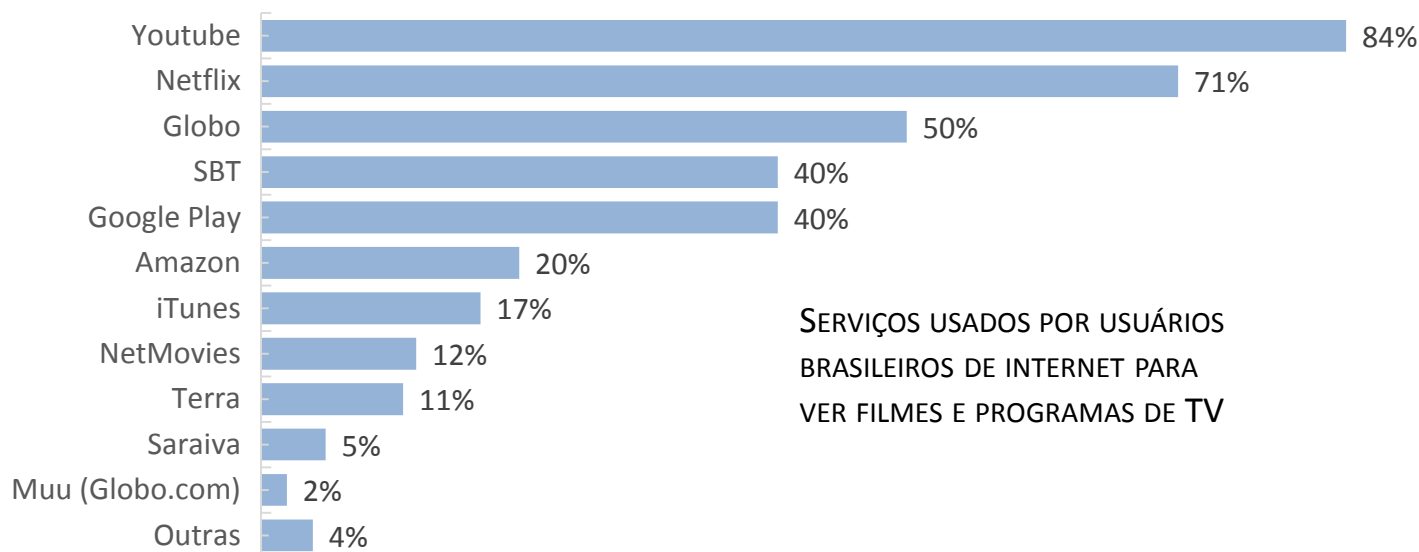
Fonte: SAM/ANCINE. Monitorados 15 canais (TV paga) com programação predominantemente de longas.

EM PAÍSES COM MERCADO AUDIOVISUAL MAIS MADURO, A **TELEVISÃO** PARTICIPA EFETIVAMENTE DO FINANCIAMENTO DA PRODUÇÃO INDEPENDENTE POR MEIO DE **PRÉ-LICENCIAMENTOS**.

O **VÍDEO SOB DEMANDA** DAVA SEUS PRIMEIROS PASSOS.

HOJE, JÁ APRESENTA **ESTRUTURA SOFISTICADA** NO BRASIL.

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.

NESSE AMBIENTE, O AUDIOVISUAL **PACTUOU** SEU CAMINHO PARA O DESENVOLVIMENTO.

E DEFINIU SEUS TRÊS PRINCIPAIS **DESAFIOS**.

OS TRÊS DESAFIOS DEFINIDOS NO PDM SÃO:

- (1) **EXPANDIR** O MERCADO INTERNO
- (2) UNIVERSALIZAR O **ACESSO** AOS SERVIÇOS AUDIOVISUAIS
- (3) TRANSFORMAR O BRASIL NUM FORTE CENTRO **PRODUTOR** E PROGRAMADOR DE CONTEÚDOS

O PLANO DE DIRETRIZES E METAS PARA O AUDIOVISUAL É UM **MAPA DO CAMINHO** PARA O DESENVOLVIMENTO DESEJADO.

INICIATIVA DO CONSELHO SUPERIOR DO CINEMA, O PDM VISA DESENHAR UMA TRAJETÓRIA DE **REFERÊNCIA** PARA AS **POLÍTICAS PÚBLICAS** E O PLANEJAMENTO DOS AGENTES PRIVADOS.



NA **PRODUÇÃO INDEPENDENTE**, OS PRINCIPAIS **PROBLEMAS** FORAM IDENTIFICADOS.

BAIXO VOLUME DE PRODUÇÃO

RIGIDEZ DO
FINANCIAMENTO À
PRODUÇÃO

OFERTA
INSUFICIENTE DE
MÃO DE OBRA

FALTA DE ROTEIROS
E PROJETOS

BAIXA
PARTICIPAÇÃO DE
PROGRAMADORAS
E DISTRIBUIDORAS
NA PRODUÇÃO

DIVERSIDADE
REGIONAL
LIMITADA

CARÊNCIAS EM
INOVAÇÃO,
TECNOLOGIA E
SERVIÇOS PARA
PRODUÇÃO

A **LEI 12.485** TROUXE SIGNIFICATIVA AMPLIAÇÃO DO FSA,

A PARTIR DE RECURSOS GERADOS PELA PRÓPRIA **ATIVIDADE AUDIOVISUAL**.

O FSA TORNOU-SE O PRINCIPAL **INSTRUMENTO FINANCEIRO** DO AUDIOVISUAL

E UM DOS FUNDOS FEDERAIS DE **MELHOR EXECUÇÃO** DO PAÍS.

ARRECADAÇÃO CONDECINE E EXECUÇÃO FSA (EM R\$ MILHARES)						
	2012	2013	2014	2015	2016	2017 (ATÉ 30/04)
ARRECADAÇÃO CONDECINE	906.558	1.008.336	982.965	1.064.202	1.219.760	1.044.885
CONDECINE-TELES	819.590	889.453	877.845	949.951	1.097.516	1.021.124
CONDECINE-TÍTULO	80.721	105.196	93.578	102.178	109.745	20.924
CONDECINE-REMESSA	6.248	13.687	11.542	12.073	12.500	2.837
DRU CONDECINE	181.312	201.667	196.593	212.840	246.931	313.466
CONDECINE - ARRECADAÇÃO MENOS DRU	725.246	806.669	786.372	851.362	972.829	731.420
FSA - LOA	819.525	868.098	1.036.668	996.657	838.202	748.690
PROGRAMADO LOA - FONTE 130 (CONDECINE)	689.110	778.277	877.034	872.032	773.541	672.883
PROGRAMADO LOA - OUTRAS FONTES	130.415	89.821	159.634	124.625	64.661	75.807
EXECUÇÃO FSA TOTAL (EMPENHADO)	186.661*	609.236	495.229	653.004	744.601	-
EXECUTADO - FONTE 130 (CONDECINE)	170.358*	574.442	440.999	634.138	679.940	-
EXECUTADO - OUTRAS FONTES	16.303*	34.794	54.230	18.866	64.661	-
EXECUTADO FSA / CONDECINE MENOS DRU	23%	71%	56%	74%	70%	-

FONTES: SIAFI E SIOP.

OBS.: (*) CONSIDERA RESTOS A PAGAR CANCELADOS.

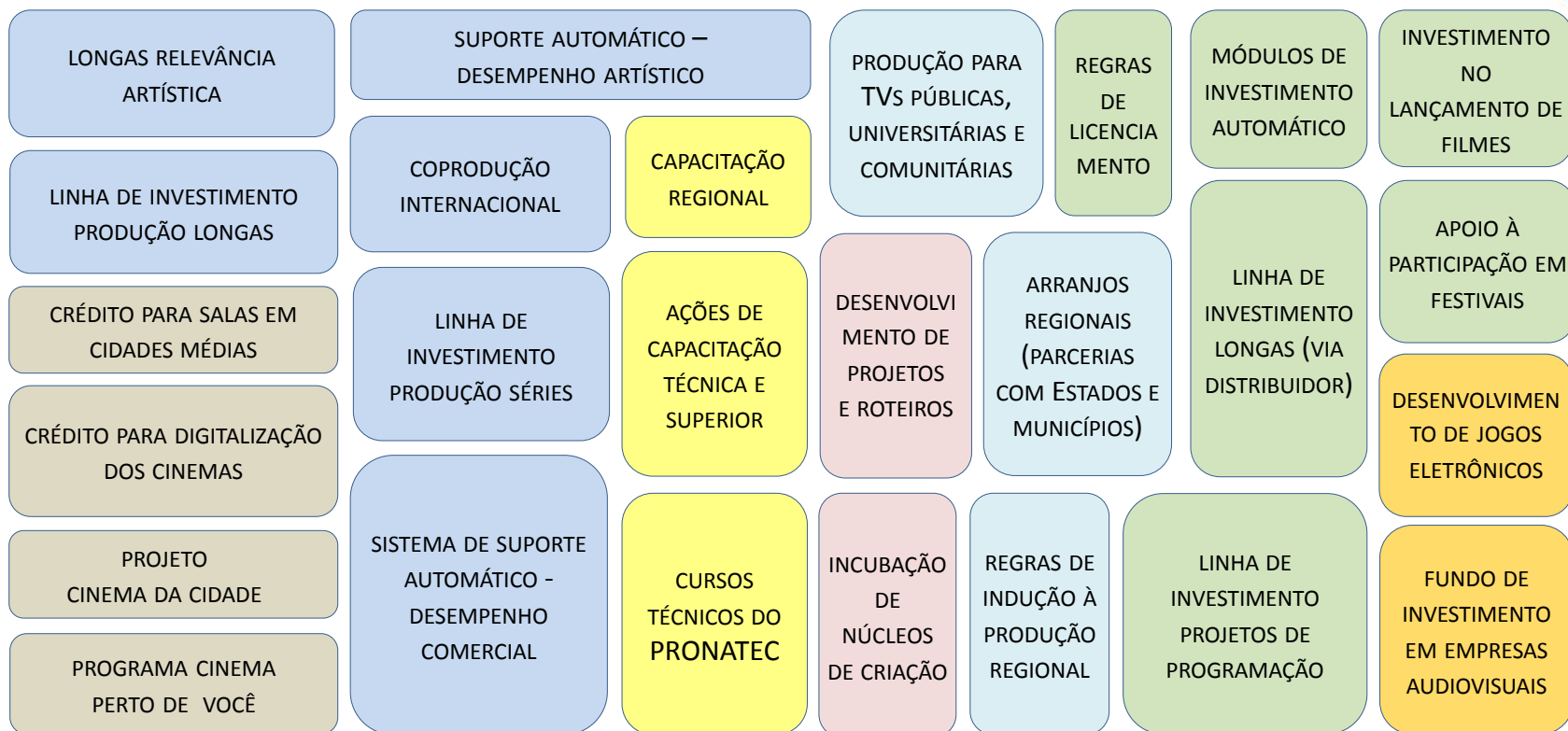
ESSES ELEMENTOS SÃO ALGUNS DOS CONDICIONANTES PARA O PLANEJAMENTO DAS AÇÕES FINANCEIRAS DO FSA.

A MODELAGEM DO FINANCIAMENTO REFLETE, HOJE, O MELHOR DA **EXPERIÊNCIA INTERNACIONAL** E O **AMADURECIMENTO** DO AUDIOVISUAL BRASILEIRO.

O FSA PASSOU A REALIZAR AÇÕES **MULTIFOCAIS** E EM **LARGA ESCALA** REUNIDAS NO **PROGRAMA BRASIL DE TODAS AS TELAS.**



ALGUMAS AÇÕES DO PROGRAMA



DESAFIOS

EXPANDIR O MERCADO E UNIVERSALIZAR O ACESSO

RIGIDEZ DO FINANCIAMENTO

OFERTA DE MÃO DE OBRA

FALTA DE ROTEIROS E PROJETOS

DESIGUALDADE REGIONAL

PARTICIPAÇÃO DE PROGRAMADORAS E DISTRIBUIDORAS

INOVAÇÃO, TECNOLOGIA E SERVIÇOS

TORNAR O BRASIL UM FORTE CENTRO PRODUTOR E PROGRAMADOR

PROBLEMAS

A IMPLANTAÇÃO DESSAS LINHAS FINANCEIRAS PERSEGUE OS OBJETIVOS E METAS TRAÇADOS PELO **CONSENSO** CONSTRUÍDO.

UM RESUMO DAS **POLÍTICAS AUDIOVISUAIS** E DOS PILARES DESSE CONSENSO PODE SER FEITO EM **CINCO FRASES**.

AS POLÍTICAS AUDIOVISUAIS EM CINCO ELEMENTOS:

PRODUÇÃO NÃO SE SUSTENTA SEM **PARQUE EXIBIDOR** E **TELEVISÃO**.

EXPANDIR OS SERVIÇOS AUDIOVISUAIS É VITAL PARA POTENCIALIZAR A DEMANDA E GARANTIR A SUSTENTAÇÃO DA PRODUÇÃO INDEPENDENTE.

O DESMANTELAMENTO DO PARQUE EXIBIDOR NOS ANOS 1980 FOI UM DOS **PRINCIPAIS MOTIVOS** DA EXTINÇÃO DA ESTRUTURA PÚBLICA DO CINEMA EM 1990.

O **PROGRAMA CINEMA PERTO DE VOCÊ** FOI CONSTRUÍDO PARA **ACCELERAR A EXPANSÃO** DOS CINEMAS, COM A PERCEPÇÃO DA NECESSIDADE URGENTE DE DAR **SUORTE AOS EXIBIDORES NACIONAIS**.

ENTRE OUTRAS MEDIDAS, O **RECINE** AJUDOU A REDUZIR O CUSTO DOS INVESTIMENTOS.

O MODELO DE **DIGITALIZAÇÃO** FOI DESENHADO E VIABILIZOU O PROCESSO DE MODERNIZAÇÃO DOS CINEMAS MAIS RÁPIDO E ABRANGENTE DA HISTÓRIA.

A REGULAMENTAÇÃO DA LEI 12.485 PERSEGUIU O OBJETIVO DE AMPLIAR VIGOROSAMENTE A **DEMANDA** POR CONTEÚDOS INDEPENDENTES.

AS POLÍTICAS AUDIOVISUAIS EM CINCO ELEMENTOS:

DINÂMICA E DIVERSIDADE DEMANDAM **VISÃO SISTÊMICA** E EQUILÍBRIO.

ATUAR EM **TODOS OS ELOS** DAS CADEIAS PRODUTIVAS É O CAMINHO PARA INDUZIR QUALIDADE, DIVERSIDADE E INOVAÇÃO NO SETOR AUDIOVISUAL.

O **PROGRAMA BRASIL DE TODAS AS TELAS** DEU ESCALA ÀS POLÍTICAS DE FINANCIAMENTO À PRODUÇÃO. O PROGRAMA FOCALIZOU OS MÚLTIPLOS GARGALOS DO SETOR, EM AÇÕES DIRIGIDAS QUE:

- COMEÇAM POR UM APOIO MACIÇO AO **DESENVOLVIMENTO DE PROJETOS** E AOS NÚCLEOS DE CRIAÇÃO.
- AVANÇAM PELO **SUPORTE À PRODUÇÃO** DE OBRAS EM FORMATOS DIVERSOS DESTINADAS A MÚLTIPLAS JANELAS.
- ENVOLVEM A FORMAÇÃO DE MÃO DE OBRA E A GERAÇÃO DE **OPORTUNIDADES** DE TRABALHO.
- CONTINUAM PELO APOIO À **DISTRIBUIÇÃO** E À INDUÇÃO DE PARCERIAS ENTRE PRODUTORES, **PROGRAMADORES** E DISTRIBUIDORES.
- REGULAM AS **RELAÇÕES CONTRATUAIS** PARA MAIOR CIRCULAÇÃO DAS OBRAS E AUTONOMIA DOS PRODUTORES.
- QUALIFICAM-SE COM UMA INOVADORA POLÍTICA DE **DESENVOLVIMENTO REGIONAL** QUE MOBILIZA GOVERNOS ESTADUAIS E MUNICIPAIS E AS TVS PÚBLICAS, COMUNITÁRIAS E UNIVERSITÁRIAS.

AS POLÍTICAS AUDIOVISUAIS EM CINCO ELEMENTOS:

INTERDEPENDÊNCIA DAS ATIVIDADES EXIGE SOLIDARIEDADE E **PARCERIA**.

INTEGRAR OS AGENTES DAS DIVERSAS ATIVIDADES AUDIOVISUAIS TENDE A GERAR PROJETOS E EMPRESAS MAIS FORTES E AMPLIA AS ALTERNATIVAS DE CRESCIMENTO.

HOUE UMA **RUPTURA** NAS POLÍTICAS DE FINANCIAMENTO, ANTES LIMITADAS AO INCENTIVO FISCAL À PRODUÇÃO DE LONGAS-METRAGENS.

ALÉM DA AÇÃO MULTIFOCAL, O FSA E A REGULAÇÃO DA TV PAGA INCIDIRAM SOBRE O **ANTIGO MODELO** ORGANIZADO SOBRE A **PRODUÇÃO PRÓPRIA** DAS TVs.

HOJE, AS PARCERIAS SE MULTIPLICAM INDUZIDAS PELAS OBRIGAÇÕES DA LEI 12.485 E POR UM SUPORTE FINANCEIRO CONSTRUÍDO SOBRE RELAÇÕES COMERCIAIS QUE PRESERVAM A **INDEPENDÊNCIA** E O **EQUILÍBRIO CONTRATUAL** DOS AGENTES.

PERSONAGENS, MARCAS, PROJETOS E DISTRIBUIÇÃO DO CINEMA INDEPENDENTE FORAM CONSTRUÍDOS OU FORTALECIDOS NESSAS PARCERIAS.

AS POLÍTICAS AUDIOVISUAIS EM CINCO ELEMENTOS:

REGULAÇÃO DEMOCRÁTICA É TAREFA DO ESTADO, NÃO DAS CORPORAÇÕES.

OPTAR PELO CRESCIMENTO IMPLICA CONSIDERAR AS AÇÕES DE FINANCIAMENTO COMO **COMPLEMENTARES À AÇÃO REGULATÓRIA** E NÃO O CONTRÁRIO.

UM AMBIENTE **AVESSO À REGULAÇÃO** RETIRA DAS POLÍTICAS AUDIOVISUAIS OS INSTRUMENTOS MAIS IMPORTANTES PARA A GARANTIA DA **EFICIÊNCIA** E DO **CRESCIMENTO** DO SETOR AUDIOVISUAL.

AS POLÍTICAS CENTRADAS EM INCENTIVO FISCAL E AUSÊNCIA DO ESTADO **REDUZIRAM A AUTONOMIA** DE PRODUTORES E CINEASTAS, PROVOCARAM ATROFIA E BARREIRAS À ENTRADA NA TV POR ASSINATURA E DESEQUILÍBRIOS NA RELAÇÃO ENTRE AS EMPRESAS COM DESINCENTIVO AO INVESTIMENTO.

EM SUAS AÇÕES REGULATÓRIAS, A ANCINE PERSEGUIU OS **PRINCÍPIOS** DE EFICIÊNCIA, AÇÃO PLANEJADA, PROPORCIONALIDADE, FOCO NO RESULTADO, PROTEÇÃO AO CONTEÚDO BRASILEIRO, TRANSPARÊNCIA E COMPETITIVIDADE, ENTRE OUTROS.

AS POLÍTICAS AUDIOVISUAIS EM CINCO ELEMENTOS:

A **DIMENSÃO E DIVERSIDADE DO BRASIL** SÃO SEU PRINCIPAL ATIVO.

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

COM O PROGRAMA BRASIL DE TODAS AS TELAS, FOI INAUGURADA UMA **POLÍTICA DE DESENVOLVIMENTO REGIONAL** QUE MOBILIZOU **TODAS** AS UNIDADES FEDERATIVAS E MAIS DE **200 CANAIS** DE TV PÚBLICA.

A VALORIZAÇÃO DO TRABALHO E DOS **INVESTIMENTOS** DOS GOVERNOS ESTADUAIS E MUNICIPAIS E O RESGATE DA **TV PÚBLICA** SÃO FATORES DETERMINANTES DESSA POLÍTICA.

COMO RESULTADOS, OS INVESTIMENTOS EM PRODUÇÃO FORAM AMPLIADOS E O **NÚMERO DE EMPRESAS**, FORA DE RIO E SP, CONTRATADAS PELO FSA FOI MULTIPLICADO POR **24 VEZES** EM 3 ANOS.

OS GANHOS EM **DIVERSIDADE**, INOVAÇÃO E NA PERCEPÇÃO DE UM AMBIENTE DE OPORTUNIDADE E CRESCIMENTO SÃO DIFÍCEIS DE QUANTIFICAR.

OS CENTROS DE PRODUÇÃO PODEM HOJE TRAÇAR **PLANOS DE DESENVOLVIMENTO** MAIS ABRANGENTES.

A REPRESENTAÇÃO E A **IMAGEM** DO PAÍS E DO AUDIOVISUAL, INTERNAMENTE E NO **EXTERIOR**, SE RETROALIMENTAM COM ESSE AMBIENTE.

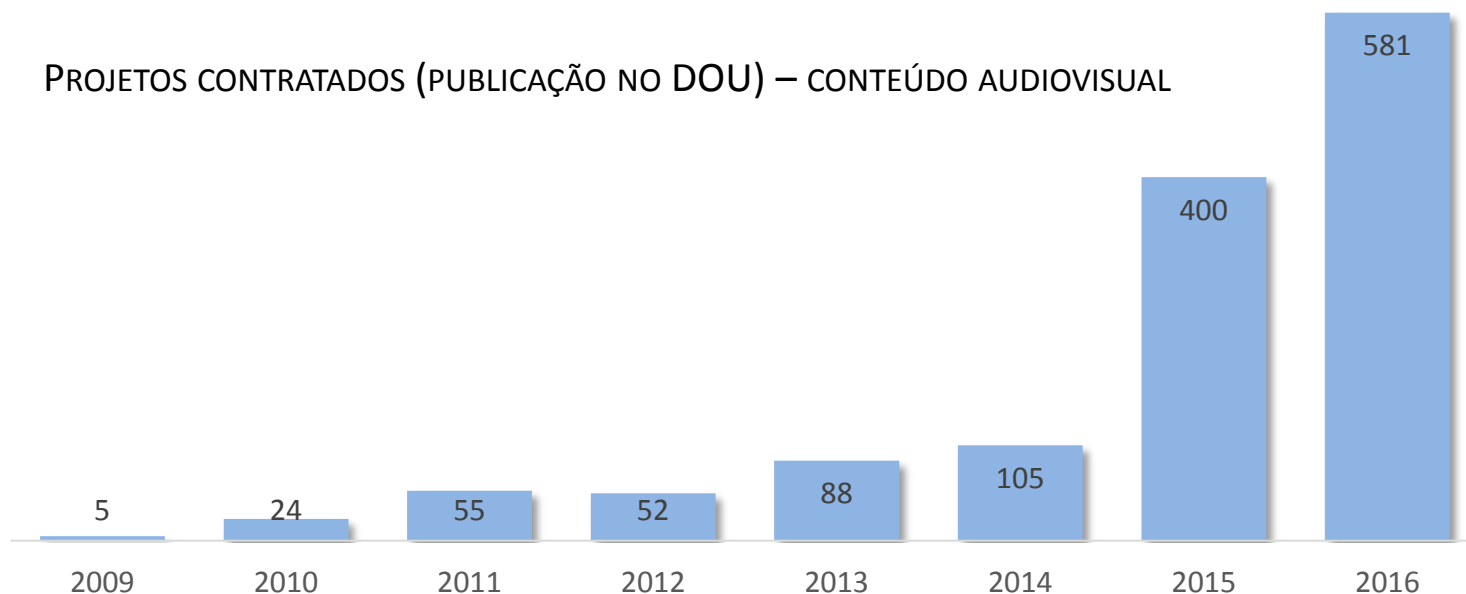
A MODELAGEM E ACOMPANHAMENTO DAS AÇÕES FINANCEIRAS É FEITA PELO **COMITÊ GESTOR** DO FSA, DE QUE PARTICIPAM VÁRIOS MINISTÉRIOS E **REPRESENTANTES DO SETOR AUDIOVISUAL**.

A EXECUÇÃO DAS AÇÕES É REALIZADA PELO **CORPO TÉCNICO** E DIRIGENTE DA ANCINE E DOS **AGENTES FINANCEIROS** CREDENCIADOS.

ESSA ESTRUTURA TÊM RESPONDIDO A UM **INCREMENTO EXPONENCIAL** NAS OPERAÇÕES.

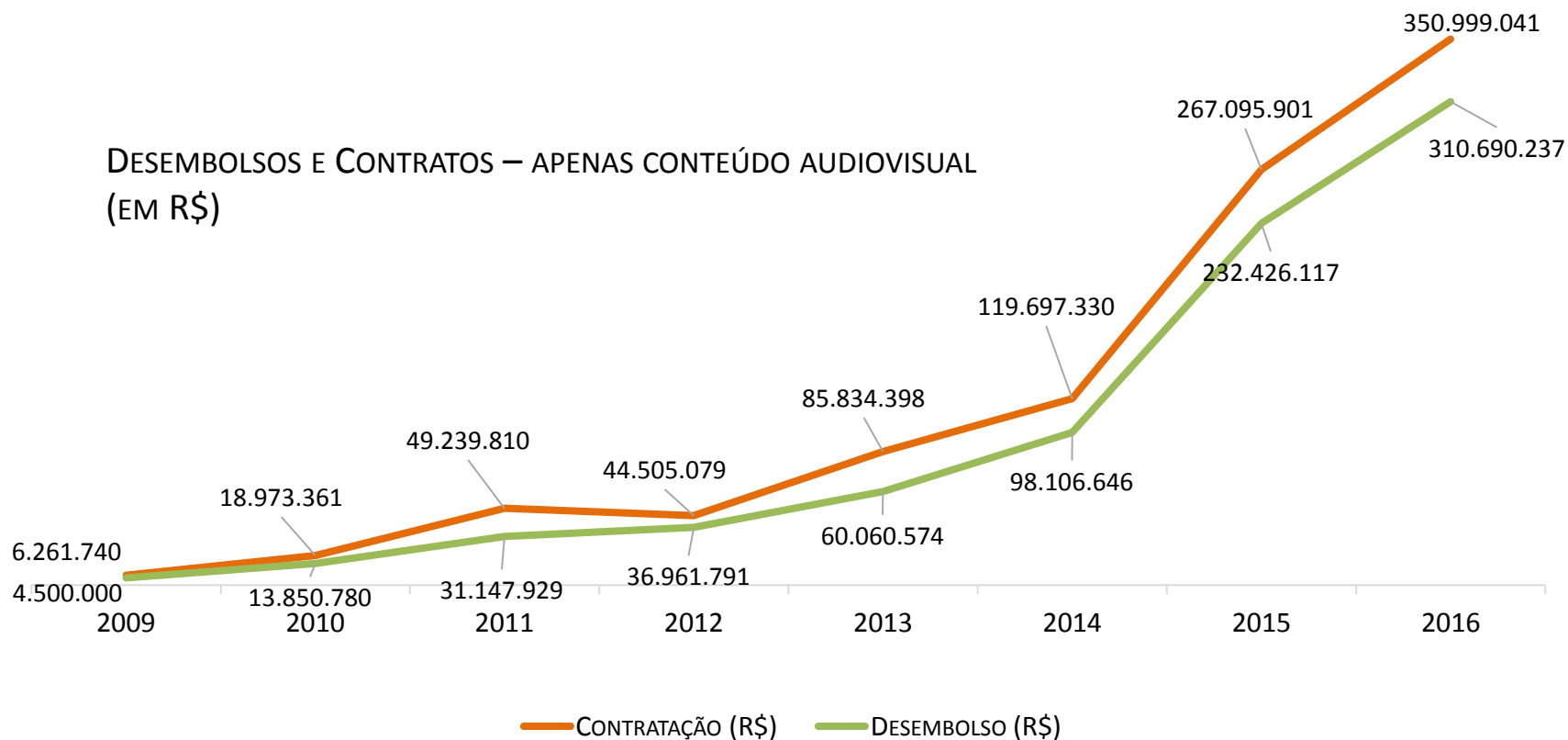
NÃO HOUVE AMPLIAÇÃO NA ESTRUTURA DA ANCINE PARA ISSO.

PROJETOS CONTRATADOS (PUBLICAÇÃO NO DOU) – CONTEÚDO AUDIOVISUAL



A MESMA EVOLUÇÃO VERIFICA-SE NO **VOLUME FINANCEIRO**.

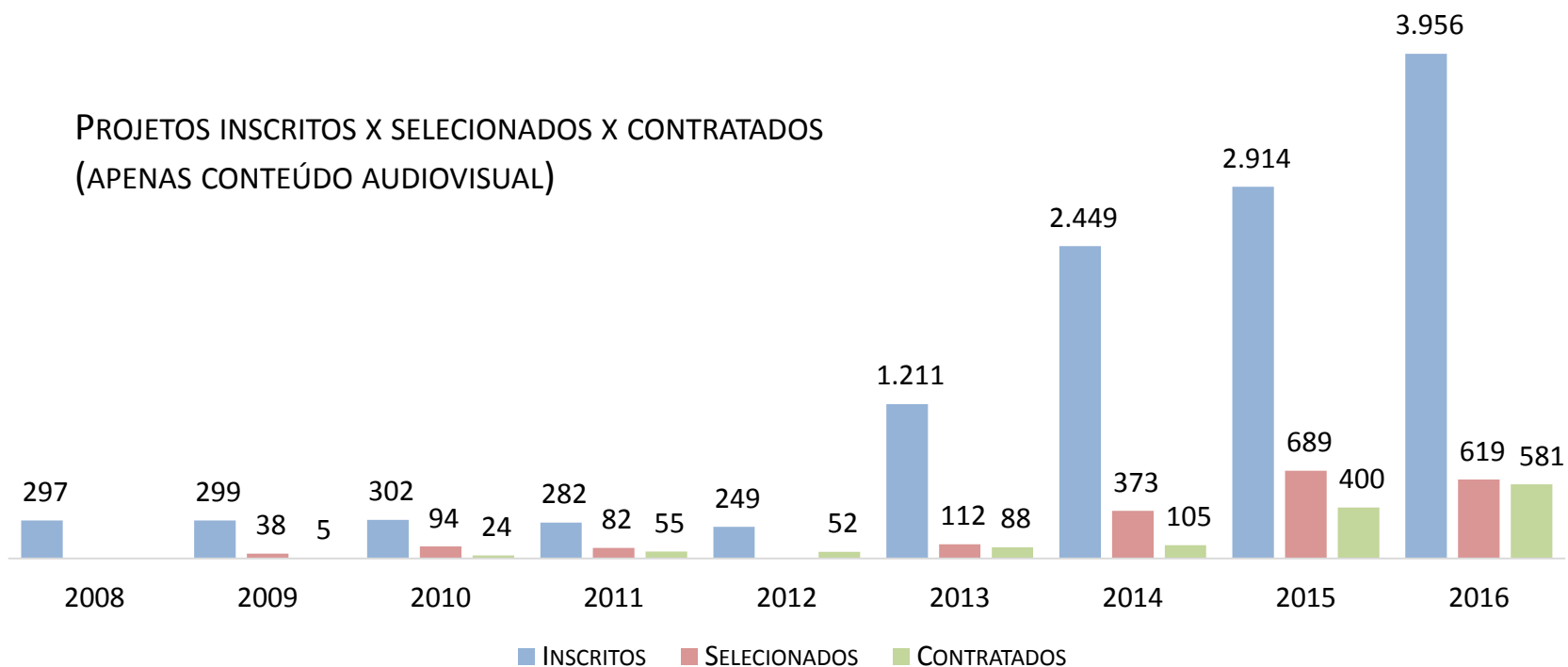
DESEMBOLSOS E CONTRATOS – APENAS CONTEÚDO AUDIOVISUAL (EM R\$)



O NÚMERO DE **PROJETOS INSCRITOS** NAS DIVERSAS CHAMADAS

É UM DOS INDICADORES DO **AQUECIMENTO** DO MERCADO AUDIOVISUAL.

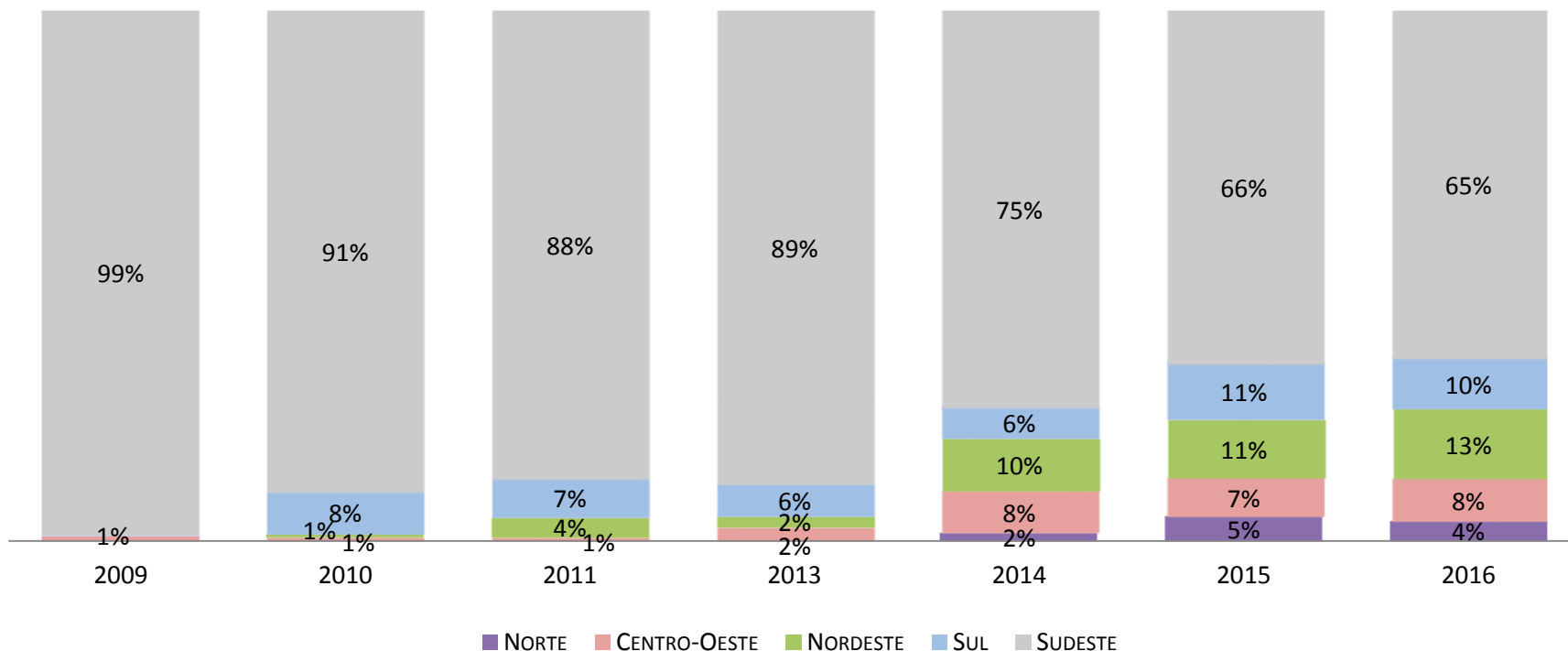
PROJETOS INSCRITOS X SELECIONADOS X CONTRATADOS
(APENAS CONTEÚDO AUDIOVISUAL)



A **DISTRIBUIÇÃO REGIONAL** DOS RECURSOS TEM RESPONDIDO ÀS AÇÕES POLÍTICAS.

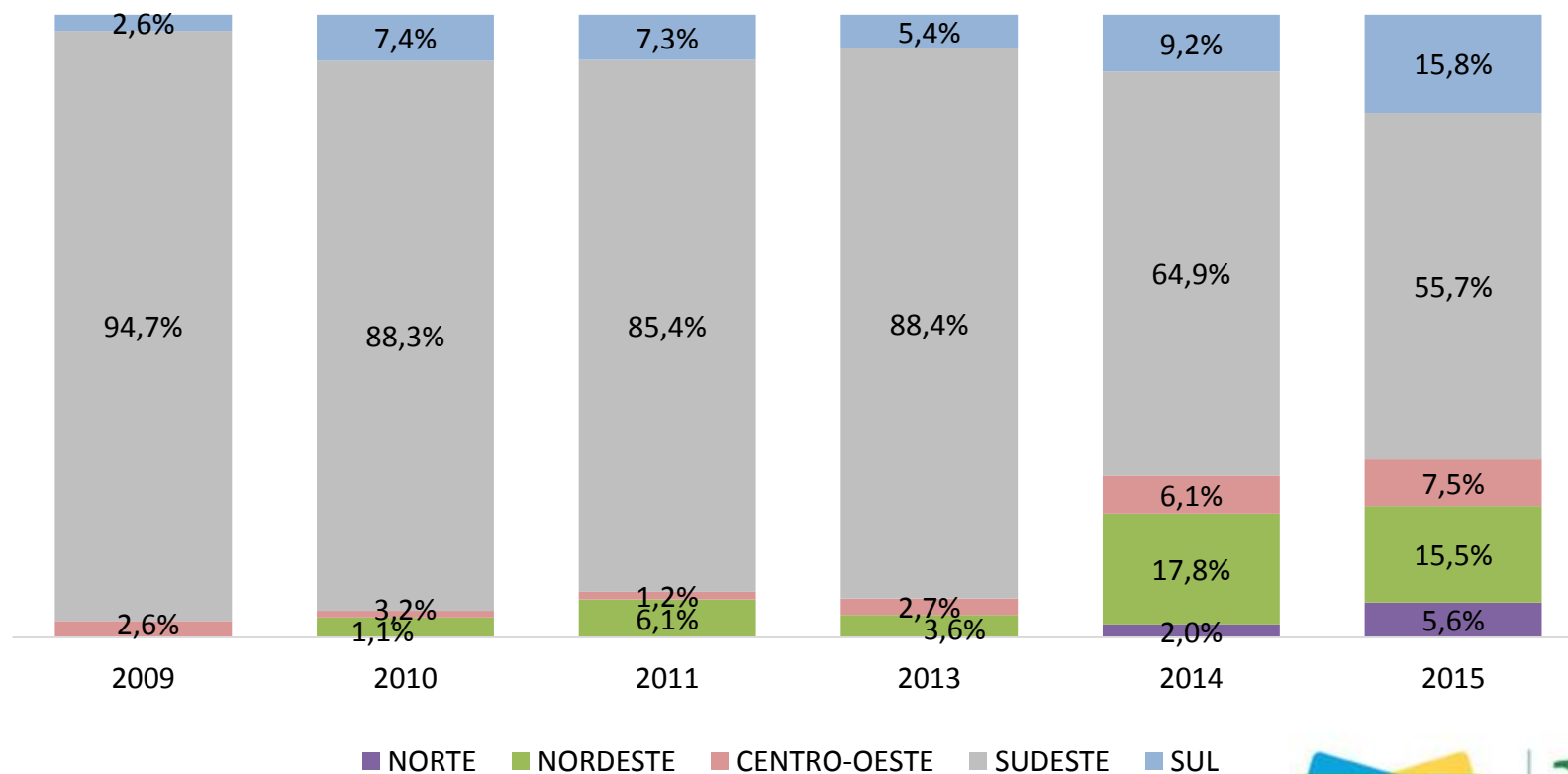
OBRAS DO **NORTE, NORDESTE E CENTRO-OESTE** AMPLIARAM MUITO SUA PARTICIPAÇÃO.

DISTRIBUIÇÃO REGIONAL DOS RECURSOS PARA OS PROJETOS SELECIONADOS – CONTEÚDO AUDIOVISUAL



ESSA EVOLUÇÃO FICA AINDA MAIS CLARA NOS **PROJETOS** SELECIONADOS.

PROJETOS SELECIONADOS PELO FSA POR REGIÃO

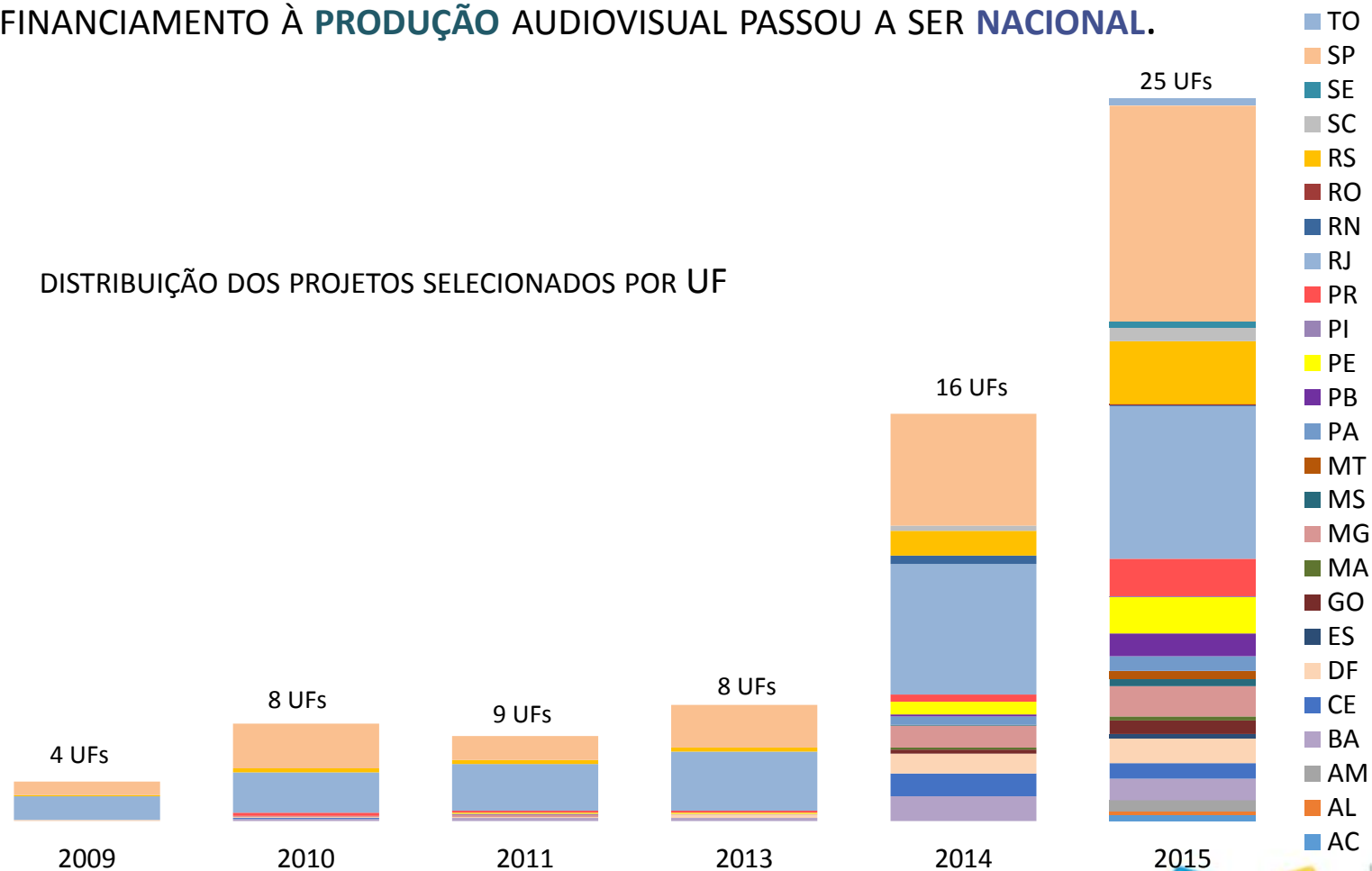


FONTES: SEF E SDE/ANCINE

COM A POLÍTICA DESENVOLVIDA,

O FINANCIAMENTO À **PRODUÇÃO** AUDIOVISUAL PASSOU A SER **NACIONAL**.

DISTRIBUIÇÃO DOS PROJETOS SELECIONADOS POR UF



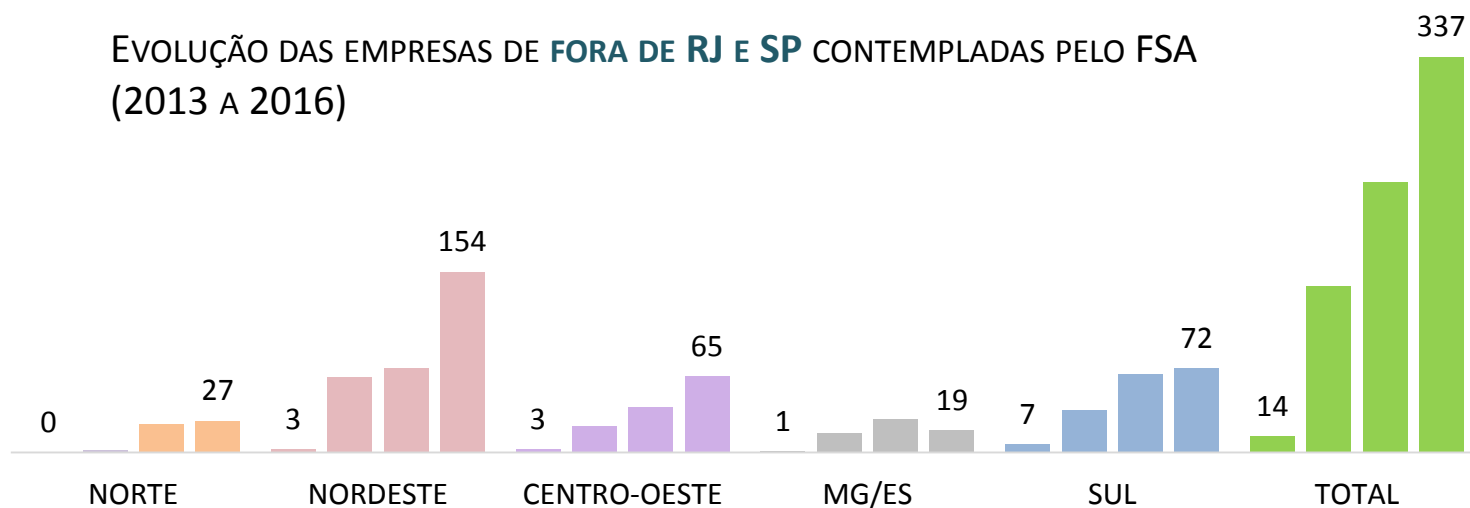
FONTES: SEF/ANCINE

DESENVOLVIMENTO REGIONAL:

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

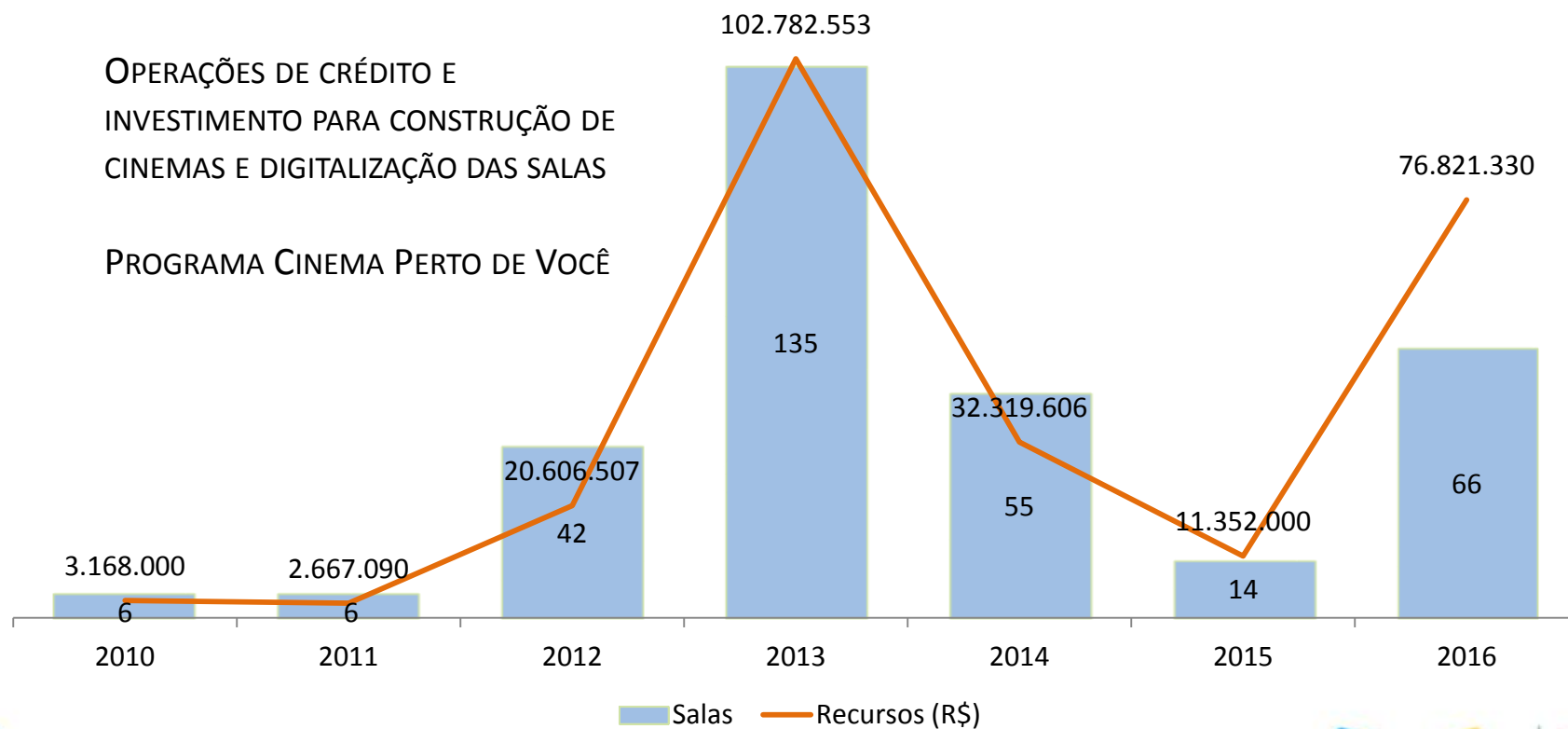
ESSE NÚMERO CRESCEU **24 VEZES** EM 3 ANOS.

EVOLUÇÃO DAS EMPRESAS DE **FORA DE RJ E SP** CONTEMPLADAS PELO FSA
(2013 A 2016)



O FSA TAMBÉM DÁ SUPORTE PARA OS **EXIBIDORES BRASILEIROS**.

A **DIGITALIZAÇÃO**, CONCLUÍDA COM RAPIDEZ E SUCESSO, DEVE-SE AO CRÉDITO DO FSA E AO MODELO DE OPERAÇÃO CONSTRUÍDO.



AS **PARCERIAS** COM ESTADOS E MUNICÍPIOS TAMBÉM SE ESTENDEM À EXIBIÇÃO.

PROJETO CINEMA DA CIDADE

ÓRGÃO CONVENENTE	MUNICÍPIOS CONTEMPLADOS	COMPLEXOS /SALAS PREVISTOS	VALOR DOS CONVÊNIOS		
			FSA	LOCAL	TOTAL
SECRETARIA DE ESTADO DA CULTURA - RJ	SAQUAREMA, SÃO FIDELIS, CORDEIRO, SÃO PEDRO DA ALDEIA, BOM JARDIM E MIRACEMA	6/12	15.000.000	3.750.000	18.750.000
SECRETARIA DE ESTADO DA CULTURA - CE	AMONTADA, AQUIRAZ, CANINDÉ, CEDRO, CRATEÚS, CRATO, IGUATU, ITAITINGA, SÃO BENEDITO E TAUÁ	10/20	20.000.000	5.000.000	25.000.000
SECRETARIA DE ESTADO DA CULTURA - MA	EM PROCESSO DE SELEÇÃO	3/6	9.600.000	2.400.000	12.000.000
TOTAL		19/38	44.600.000	11.150.000	55.750.000

ESSAS INICIATIVAS E O TRABALHO REALIZADO AJUDARAM A COMPOR UM **CENÁRIO DE CRESCIMENTO**, EM MEIO À RECESSÃO.

O AUDIOVISUAL VIVE UM **MOMENTO ESPECIAL**, O SEU MELHOR MOMENTO, E ISSO TEM **CAUSAS**:

A **EXPANSÃO** E A MODERNIZAÇÃO DOS CINEMAS

AS **PARCERIAS** E **DEMANDA** POR FILMES E SÉRIES INDEPENDENTES NA TV

A IMPLANTAÇÃO DO **VoD** E AS ALTERNATIVAS DE LICENCIAMENTO DE CONTEÚDOS

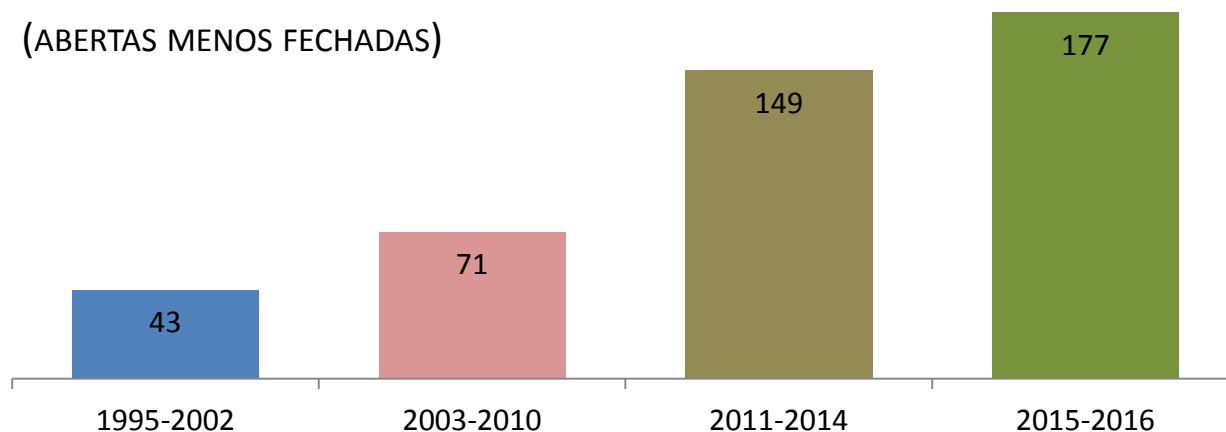
O AMBIENTE DE OPORTUNIDADES NA **DINÂMICA REGIONAL**

A AMPLIAÇÃO DA **FUNÇÃO** SOCIAL DO AUDIOVISUAL E DA COMUNICAÇÃO PESSOAL

AS POLÍTICAS AUDIOVISUAIS PROCURARAM ATUAR SOBRE CADA UMA DELAS.

O SERVIÇO DE CINEMA TEM SE **EXPANDIDO** PELO BRASIL
DE FORMA CONTÍNUA, CONSISTENTE E DESCONCENTRADA.

MÉDIA ANUAL DE SALAS INCORPORADAS AO CIRCUITO
(ABERTAS MENOS FECHADAS)

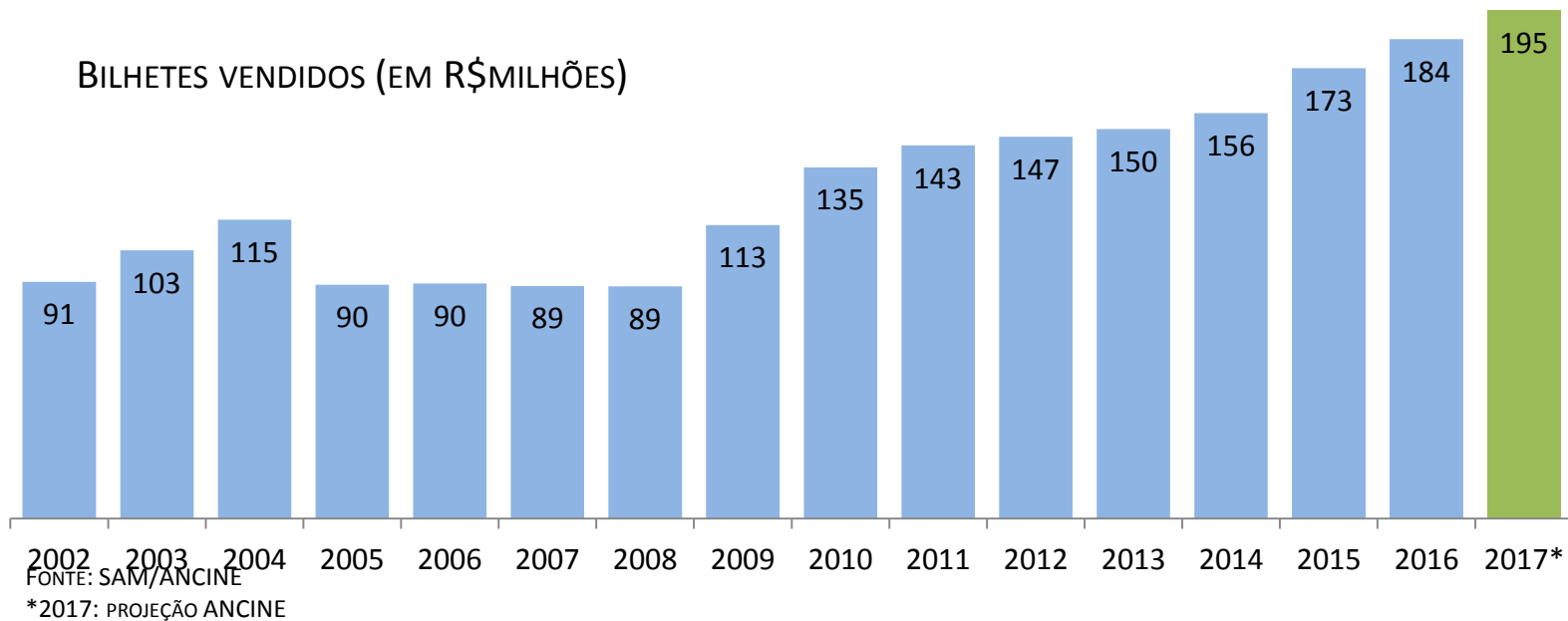


FONTE: ANCINE

ESSE RITMO VAI DESACELERAR EM 2017, O QUE EXIGIRÁ MAIS ATENÇÃO E ESTÍMULO AOS
NOVOS VETORES E POSSIBILIDADES DE EXPANSÃO.

2017 SERÁ O **NONO ANO CONSECUTIVO** DE CRESCIMENTO REAL DAS BILHETERIAS DOS CINEMAS.

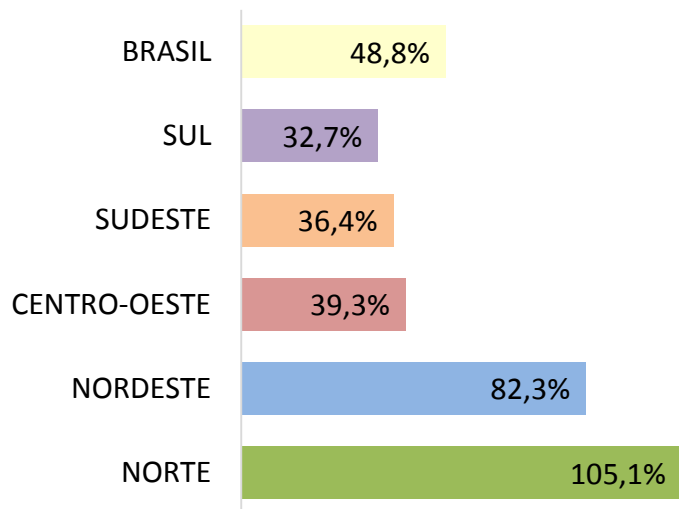
BILHETES VENDIDOS (EM R\$ MILHÕES)



EM 2016, O BRASIL FOI O **OITAVO MERCADO MUNDIAL** DE CINEMA, EM BILHETES VENDIDOS.

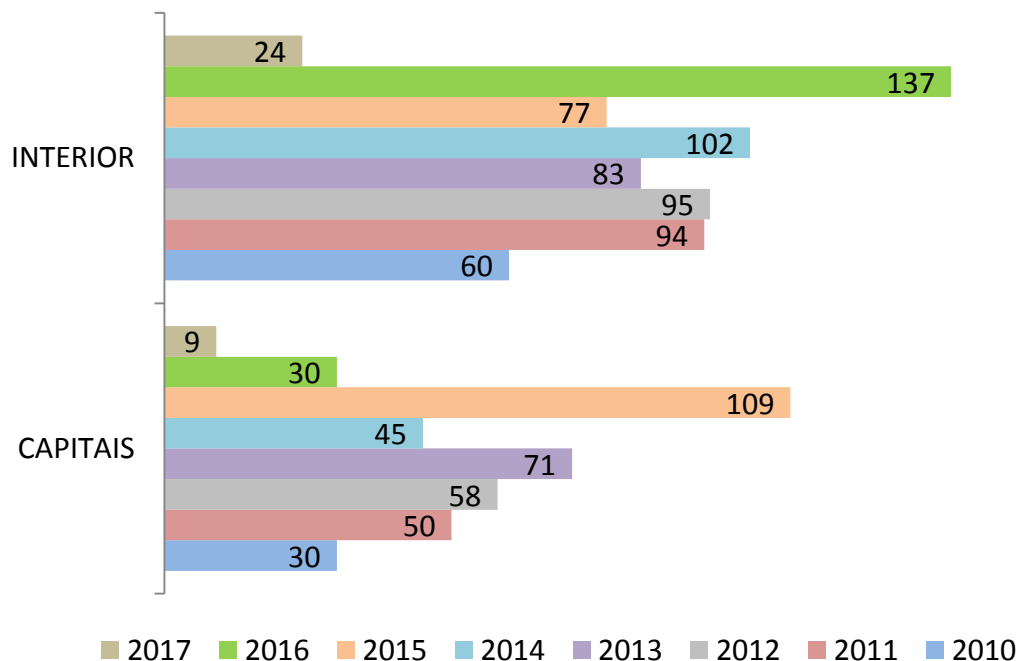
A EXPANSÃO TEM SIDO MAIS FORTE NAS CIDADES DO **INTERIOR** E NAS REGIÕES **NORTE** E **NORDESTE**.

CRESCIMENTO Nº SALAS DE CINEMA POR REGIÃO
(2017/2010)

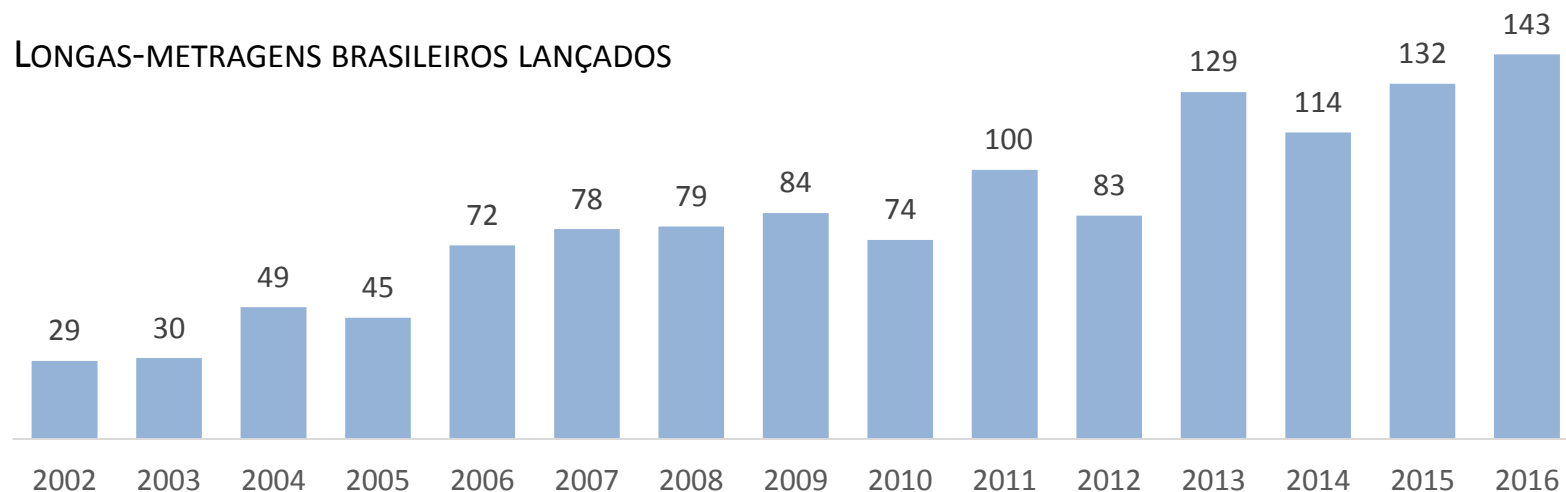


FONTE: ANCINE
2017: ATÉ 30/ABRIL

ACRÉSCIMO ANUAL DE SALAS NAS CAPITAIS E NO INTERIOR



A PRODUÇÃO DE FILMES BRASILEIROS **QUADRUPLICOU**,
COM **DIVERSIDADE**, QUALIDADE E PRESTÍGIO INTERNACIONAL.



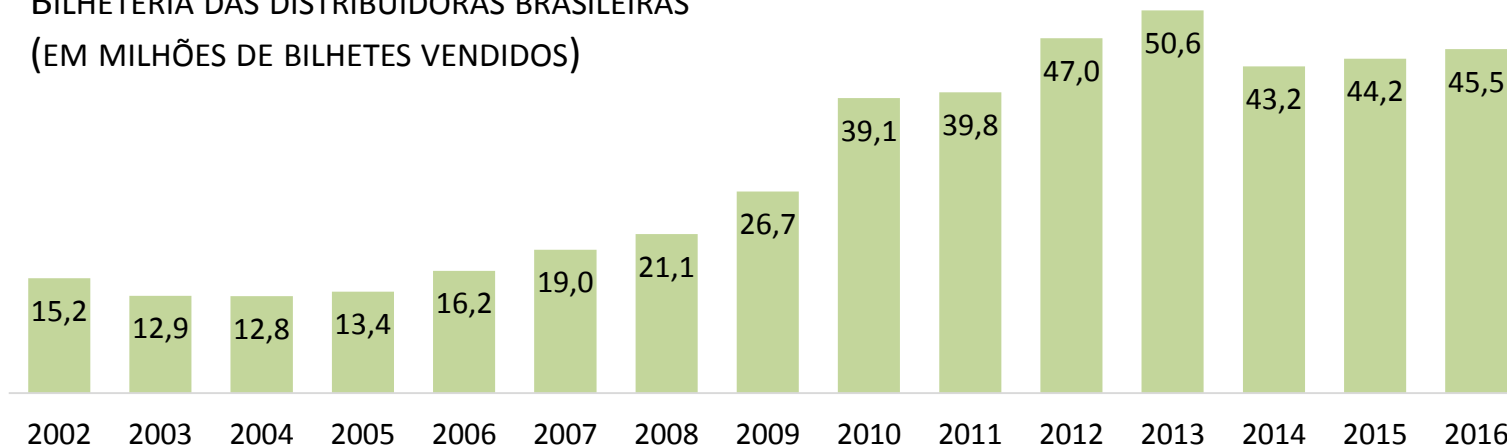
FONTE: SAM/ANCINE

EM 2017, É PROVÁVEL NOVO RECORDE DE LANÇAMENTOS,
COM UM DESTAQUE ESPECIAL PARA OS **FILMES DE ANIMAÇÃO**.

A DISTRIBUIÇÃO BRASILEIRA TORNOU-SE **FORÇA EXPRESSIVA** E

A PRINCIPAL RESPONSÁVEL PELO LANÇAMENTO DOS FILMES BRASILEIROS.

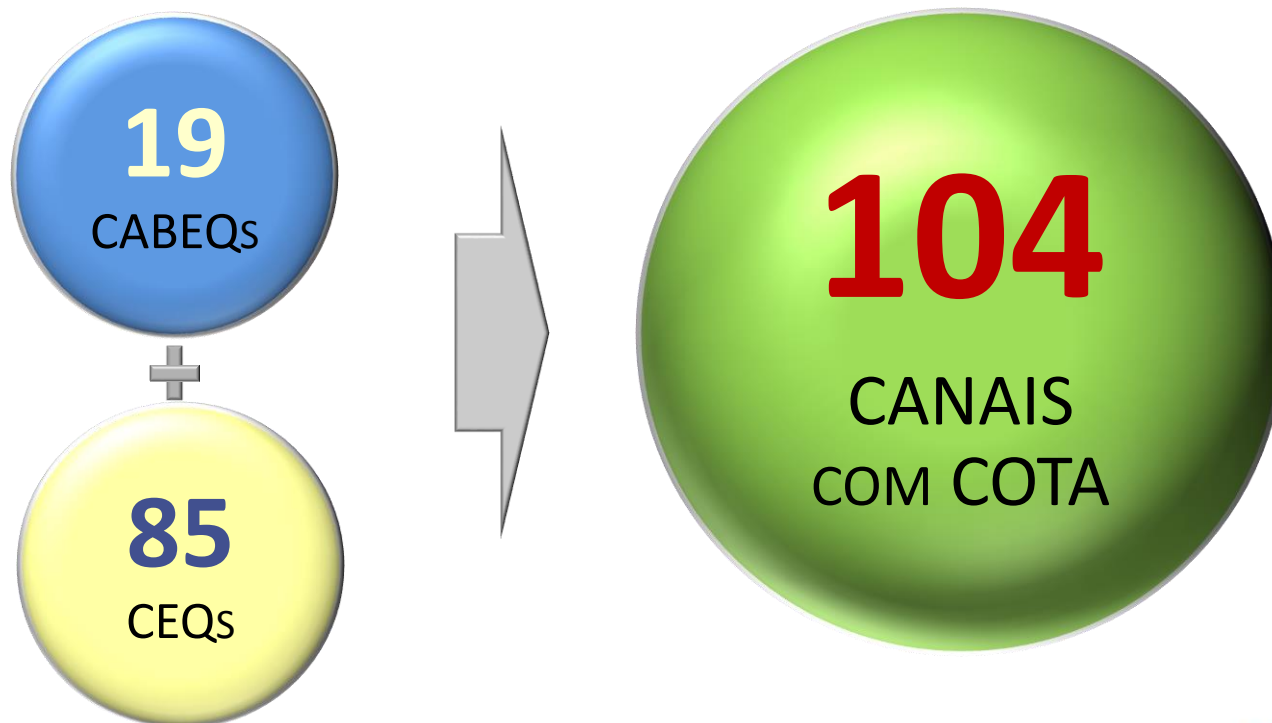
BILHETERIA DAS DISTRIBUIDORAS BRASILEIRAS
(EM MILHÕES DE BILHETES VENDIDOS)



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

MAS O AUMENTO E DIVERSIDADE DA PRODUÇÃO EXIGEM **NOVAS ALTERNATIVAS** DE DISTRIBUIÇÃO.

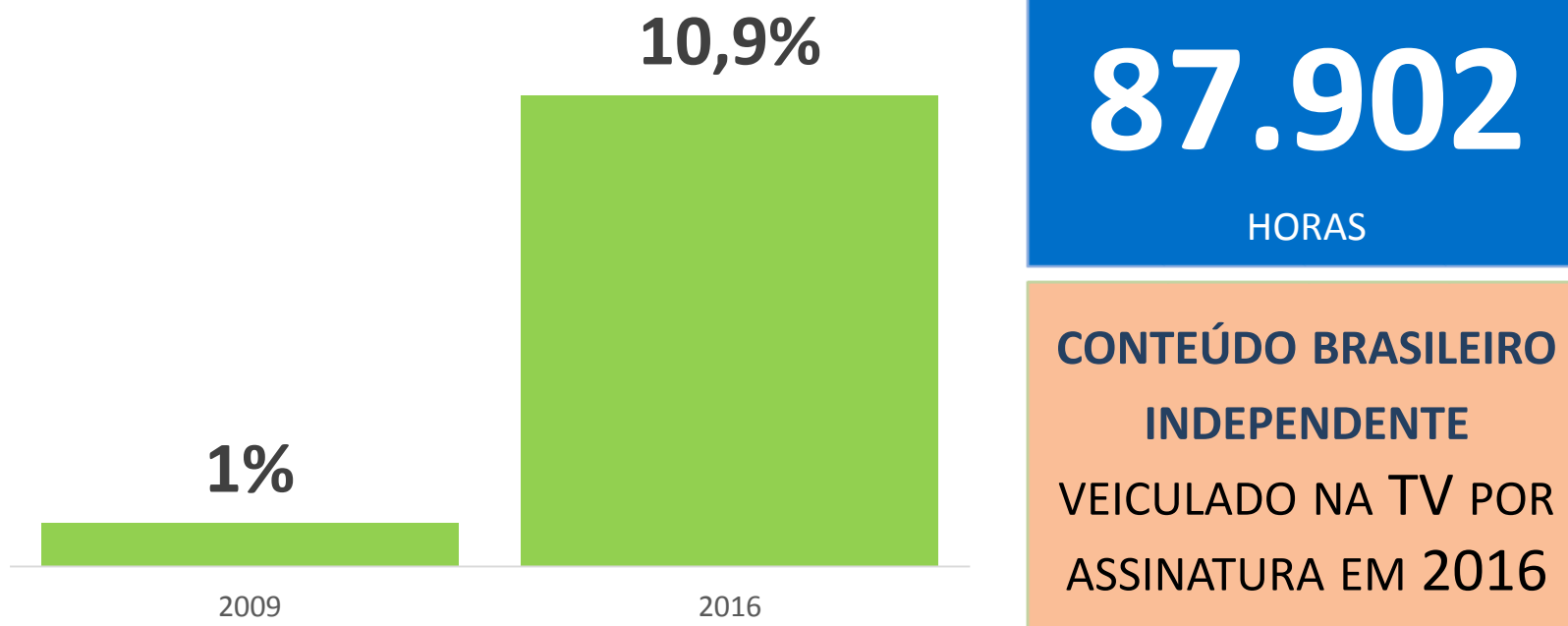
A LEI 12.485 **GEROU DEMANDA** POR CONTEÚDOS BRASILEIROS,
QUE TEM SUPORTE EFETIVO NO FINANCIAMENTO À PRODUÇÃO.



AS **PARCERIAS** ENTRE TV E PRODUÇÃO INDEPENDENTE

TORNARAM-SE REALIDADE.

CONTEÚDO BRASILEIRO INDEPENDENTE NA **PROGRAMAÇÃO DA TV POR ASSINATURA**



2016: PESQUISA SAM/ANCINE. AMOSTRAS MENSAS COM EM MÉDIA 91 CANAIS DE TV POR ASSINATURA DE ESPAÇO QUALIFICADO.
2009: ESTIMATIVA COM BASE NO MONITORAMENTO DE 11 CANAIS DE LONGAS-METRAGENS REFERENTE AOS TÍTULOS DE LONGAS E AO TEMPO DE EXIBIÇÃO DAS SÉRIES. CONSIDERADOS OUTROS CONTEÚDOS, ESTIMA-SE EM 1% A PARTICIPAÇÃO DAS OBRAS BRASILEIRAS INDEPENDENTES NA PROGRAMAÇÃO TOTAL DAQUELES CANAIS.

O **VÍDEO SOB DEMANDA** É A PRÓXIMA FRONTEIRA.

PRECISA DE UM MARCO REGULATÓRIO.

O CRESCIMENTO DO VoD NO BRASIL TEM SIDO **SUPERIOR** AO DESEMPENHO MUNDIAL.

O VOD **COMPLEMENTA** E **COMPETE** COM A TELEVISÃO. E AS CONDIÇÕES DE **COMPETIÇÃO** EXIGEM ATENÇÃO.

HOJE, HÁ **DESEQUILÍBRIOS** QUE 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** SEM ATENÇÃO A ESSAS CONDIÇÕES. E O CONTEÚDO BRASILEIRO INDEPENDENTE É A PEÇA MAIS FRÁGIL DESSE 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**

VoD: UM MARCO REGULATÓRIO QUE GARANTA

SEGURANÇA, ISONOMIA E DINAMISMO

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

AS POLÍTICAS AUDIOVISUAIS MATERIALIZADAS PELO FSA SÃO EXPRESSÃO DE **TRABALHO** COLETIVO, **EQUILÍBRIO** NA AÇÃO, ATENÇÃO AOS OBSTÁCULOS E FIRMEZA DE **PROPÓSITOS**.

O **CONGRESSO NACIONAL** É PARTE E PARCEIRO DESSA OBRA.