



---

## 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.

---



---

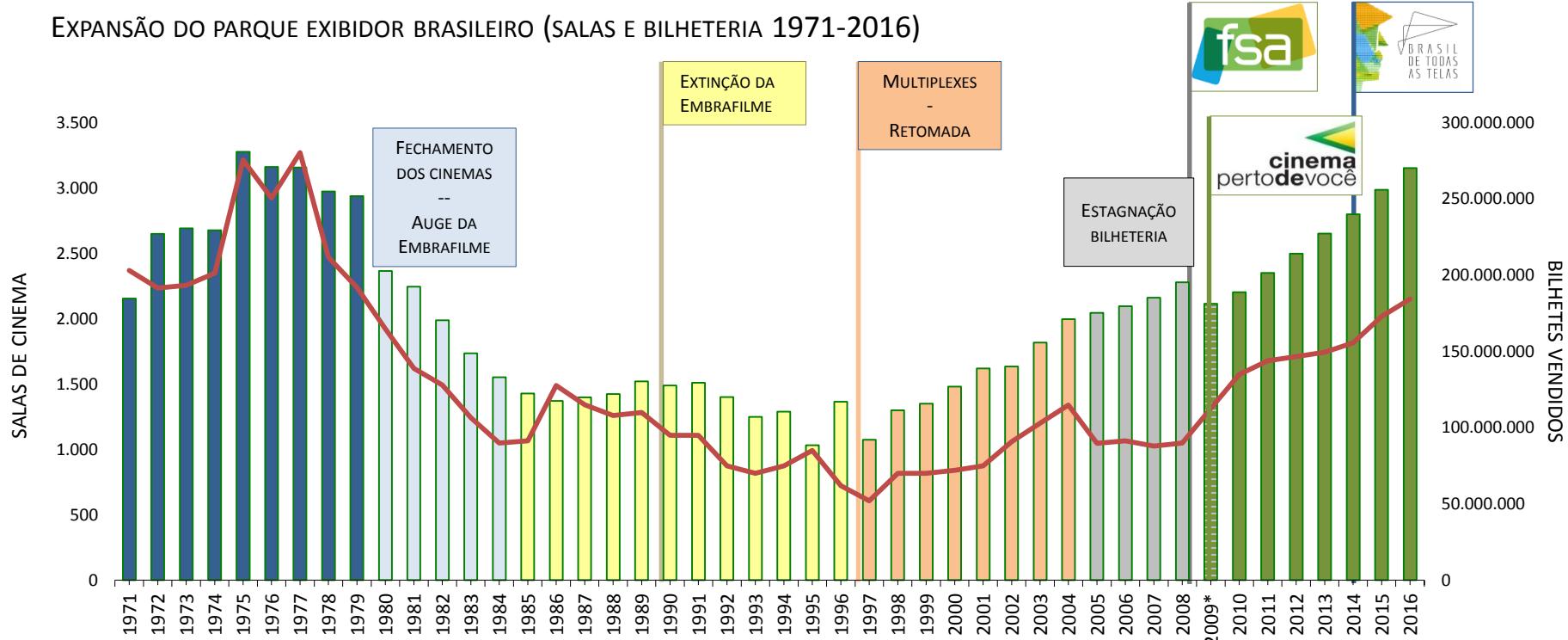
DURANTE ESTE PERÍODO INICIAL, O PLANEJAMENTO DO FSA FOI FEITO SOB UM AMBIENTE DE MUITAS **FRAGILIDADES** E **OPORTUNIDADES**.



## 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)

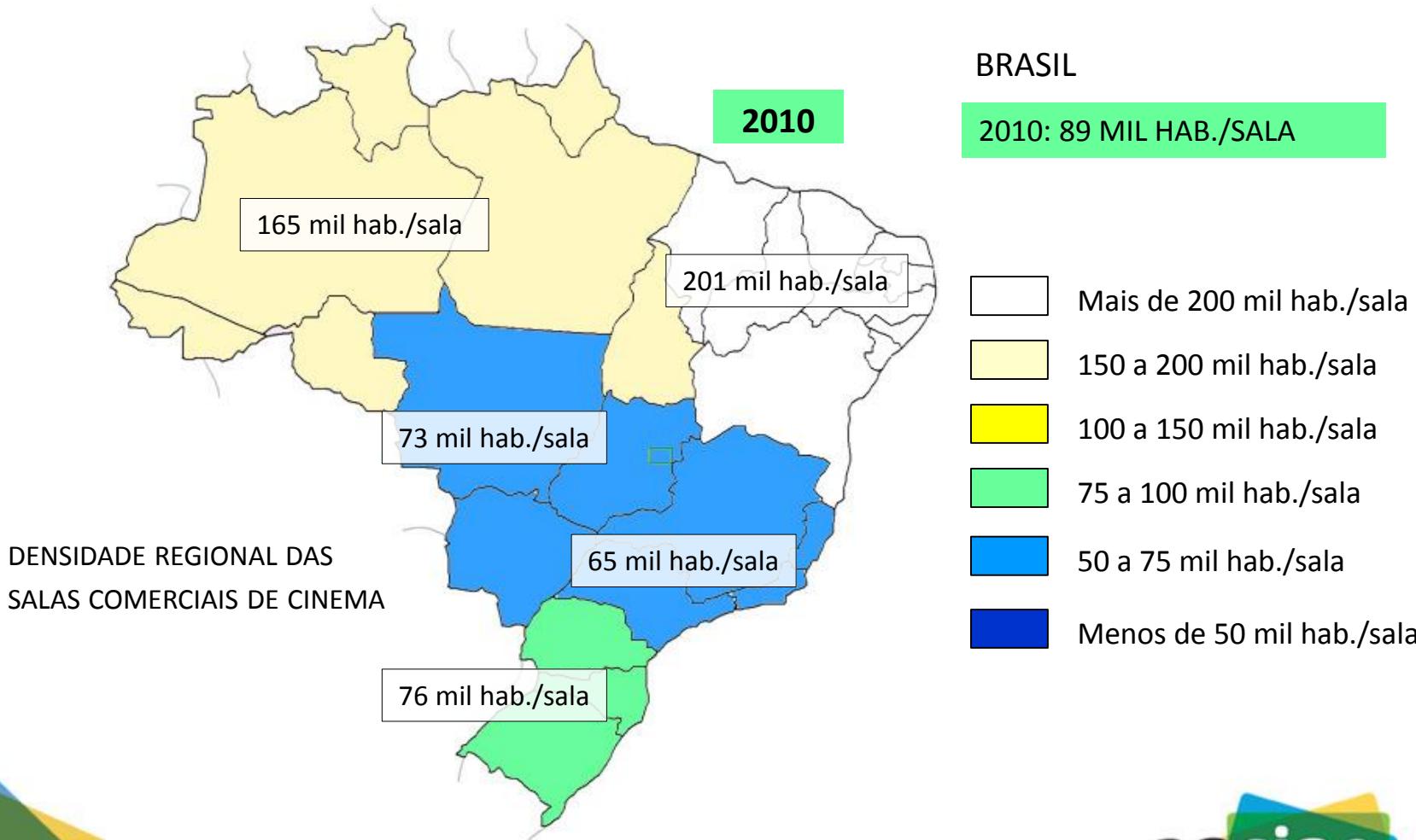


FONTES: ATÉ 2005 (SALAS) OU 2008 (BILHETERIA): EMBRAFILME, FILME B, IBGE E FONTES SECUNDÁRIAS; 2006 (2009) EM DIANTE: ANCINE.

\*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 ERAVAM POCOS E **CONCENTRADOS**.



A **TV POR ASSINATURA** INICIAVA A EXPANSÃO

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



FONTE: ANATEL.

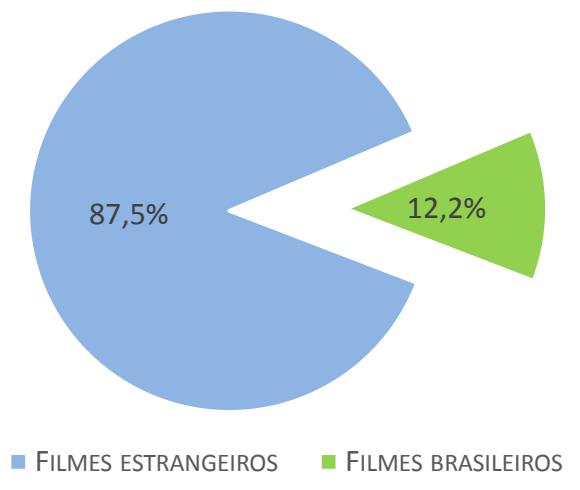
A BASE DE ASSINANTES MUDOU DE PATAMAR.

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

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

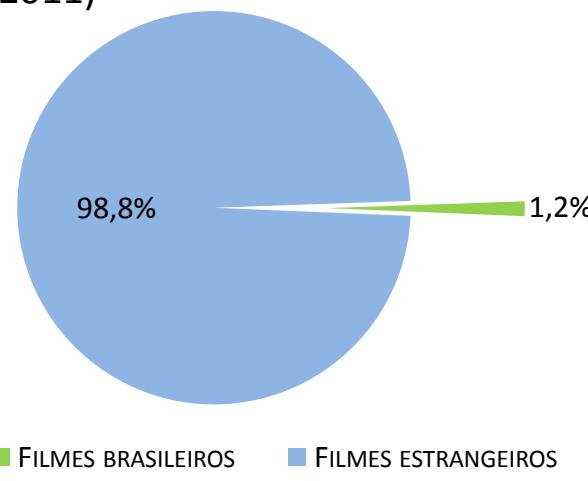
### ESPAÇOS PARA SÉRIES E FILMES AFETAM O FINANCIAMENTO DA PRODUÇÃO.

BILHETES VENDIDOS EM CINEMA (2011)



Fonte: SAM/ANCINE.

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



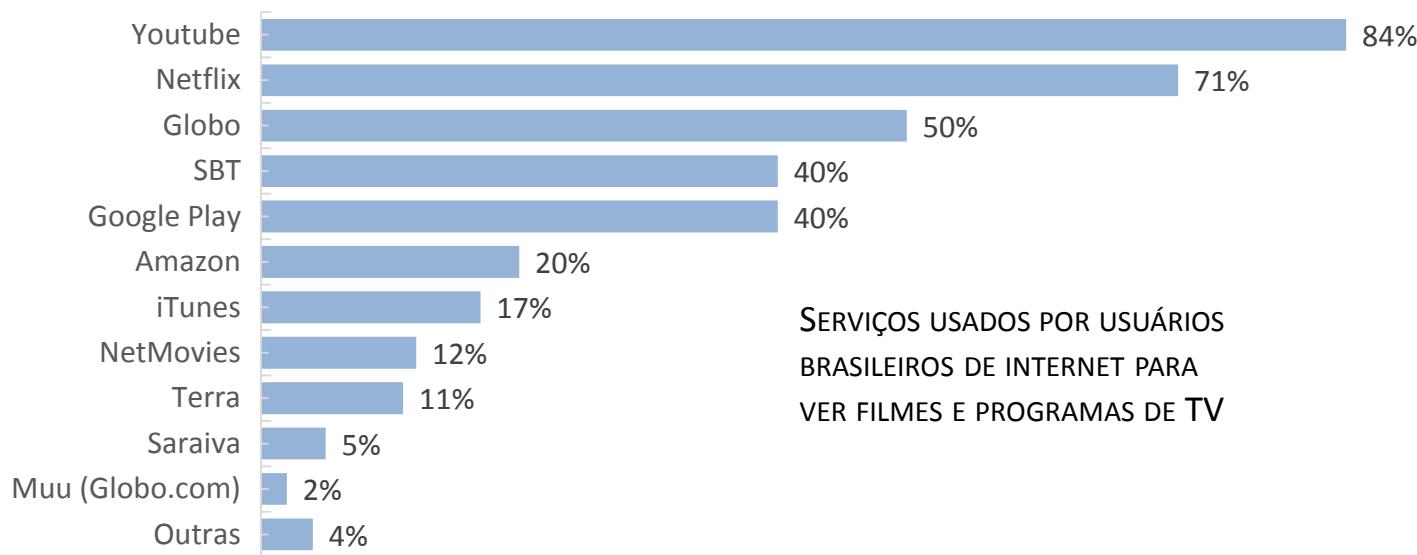
Fonte: SAM/ANCINE. Monitorados 15 canais (TV paga) com programação predominantemente de longas.

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.



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:

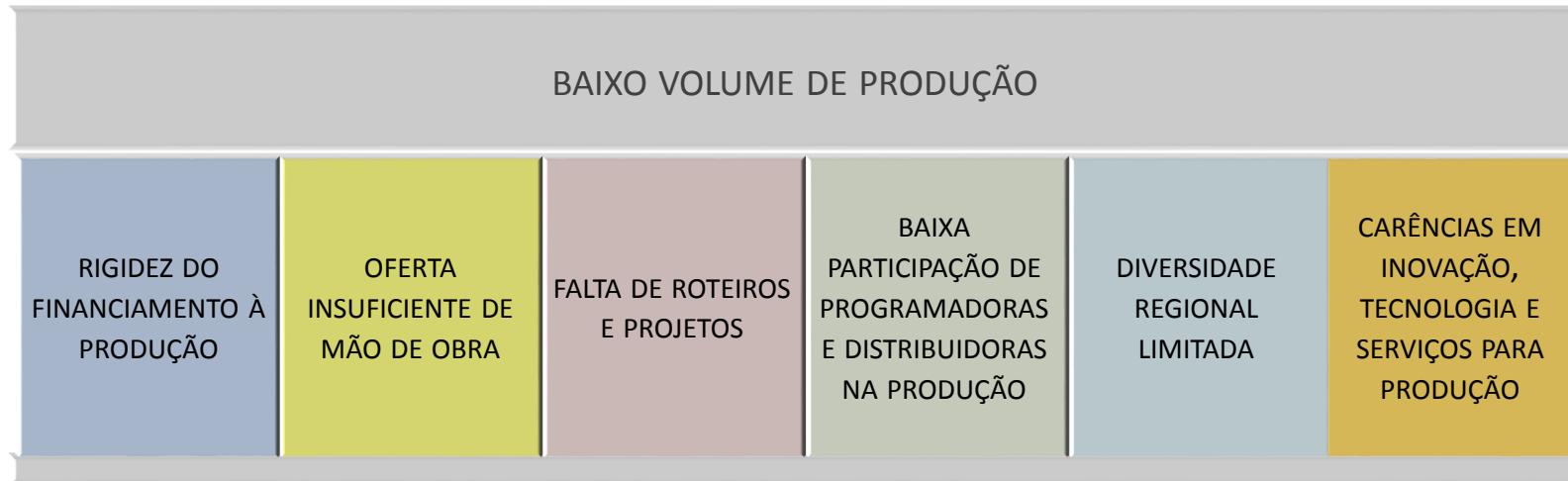
- (1) **EXPANDIR** O MERCADO INTERNO
- (2) UNIVERSALIZAR O **ACESSO** AOS SERVIÇOS AUDIOVISUAIS
- (3) TRANSFORMAR O BRASIL NUM FORTE CENTRO **PRODUTOR**  
E PROGRAMADOR DE CONTEÚDOS

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.



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          |
| <br>   |          |           |           |           |           |                  |
| 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           |
| <br>   |          |           |           |           |           |                  |
| 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    | -                |
| <br>   |          |           |           |           |           |                  |
| EXECUTADO FSA / CONDECINE MENOS DRU                    | 23%      | 71%       | 56%       | 74%       | 70%       | -                |

FONTES: SIAFI E SIOP.

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

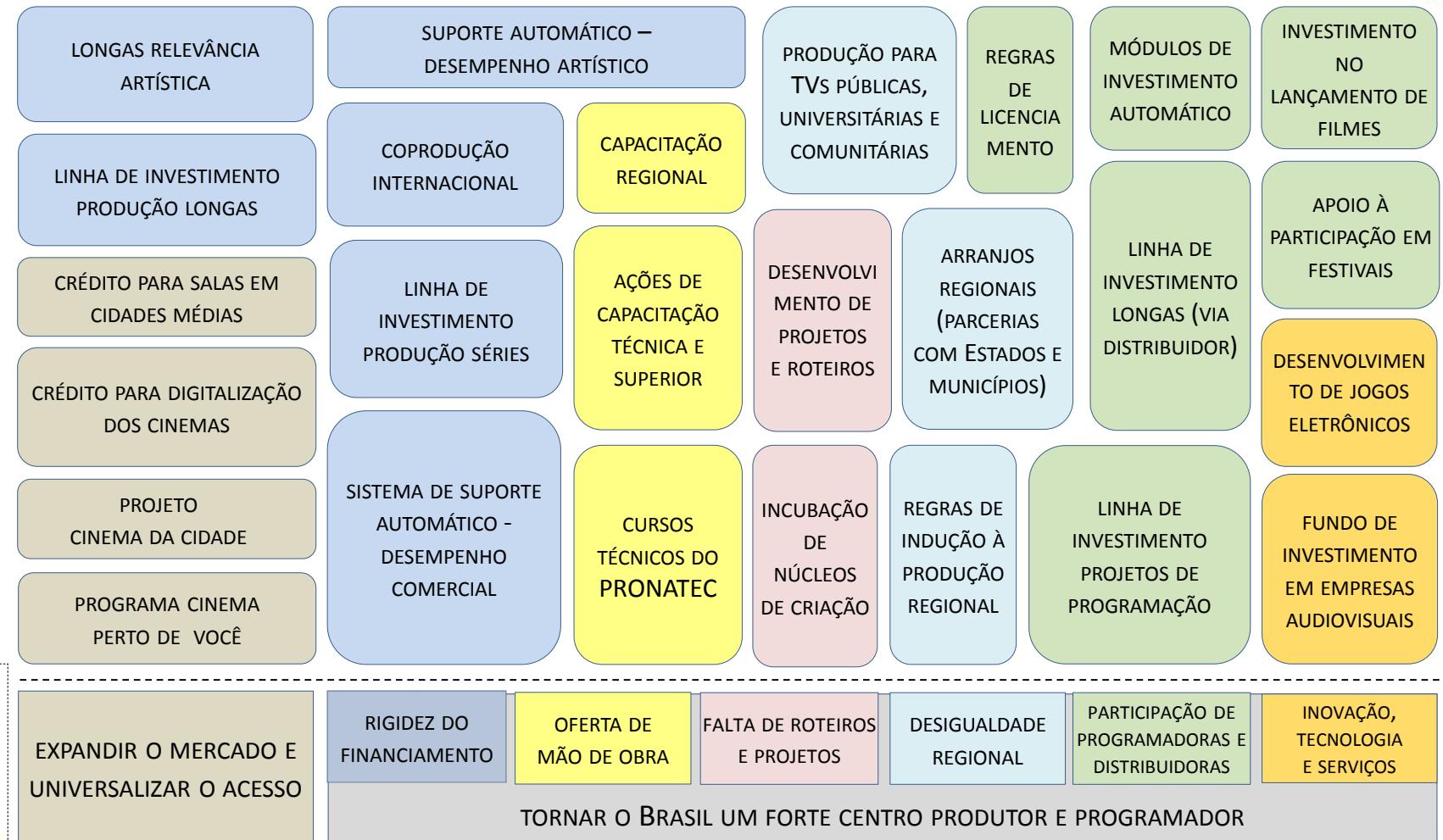
ESSES ELEMENTOS SÃO ALGUNS DOS CONDICIONANTES PARA O PLANEJAMENTO DAS AÇÕES FINANCEIRAS DO FSA.

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



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 **ACELERAR A EXPANSÃO** DOS CINEMAS, COM A PERCEPÇÃO DA NECESSIDADE URGENTE DE DAR **SUporte 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.

HOUVE 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 **EQUILÍBRIOS 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**.

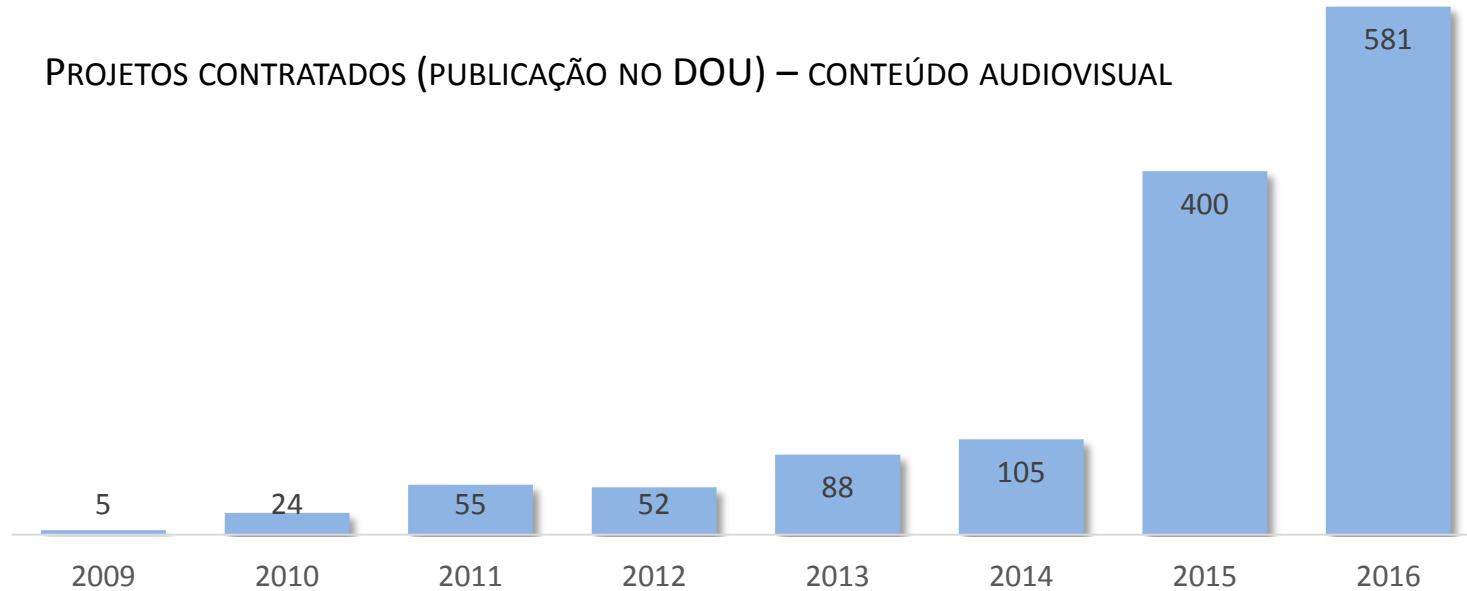
---

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

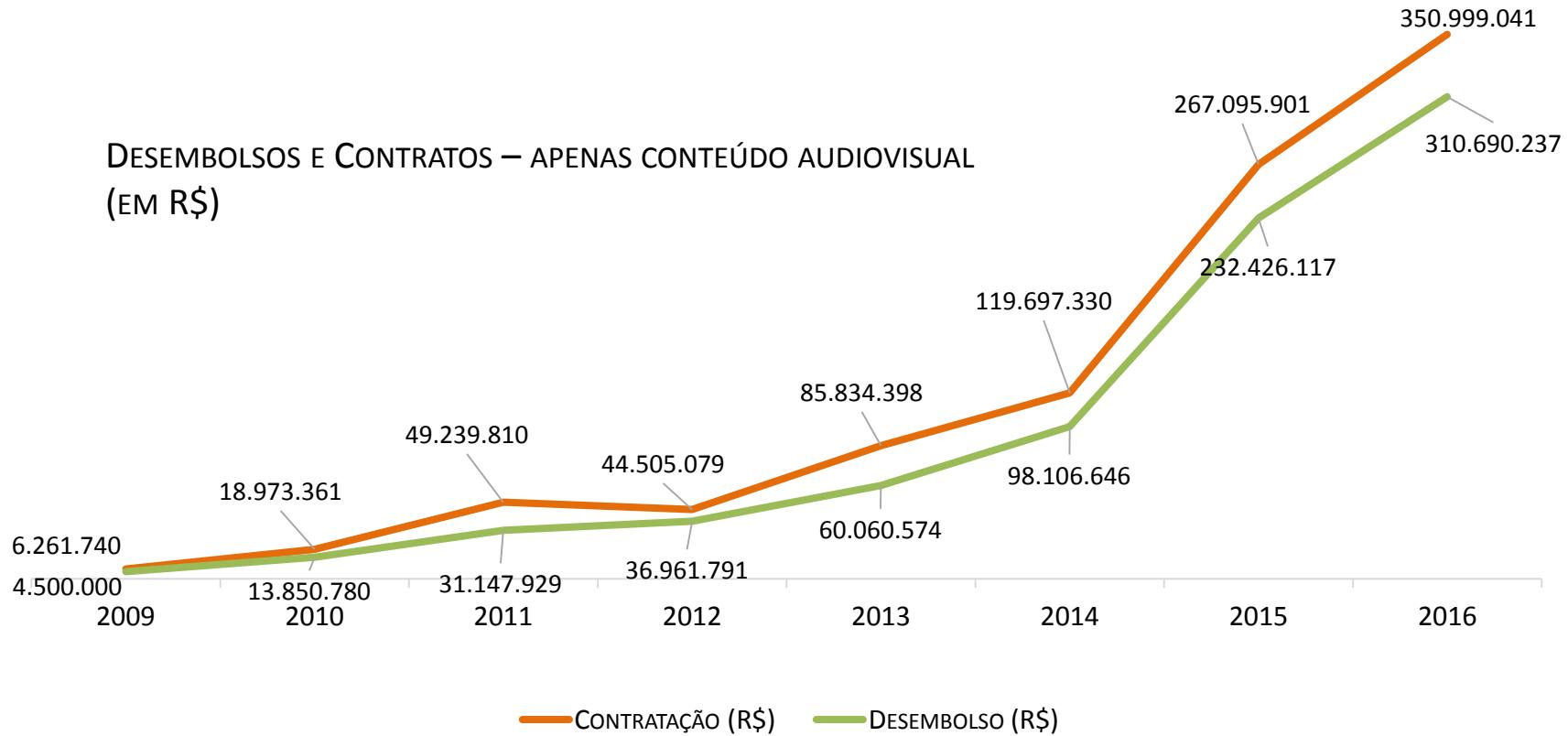
ESSA ESTRUTURA TÊM RESPONDIDO A UM **INCREMENTO EXPONENCIAL** NAS OPERAÇÕES.

**NÃO HOUVE** AMPLIAÇÃO NA ESTRUTURA DA ANCINE PARA ISSO.

PROJETOS CONTRATADOS (PUBLICAÇÃO NO DOU) – CONTEÚDO AUDIOVISUAL



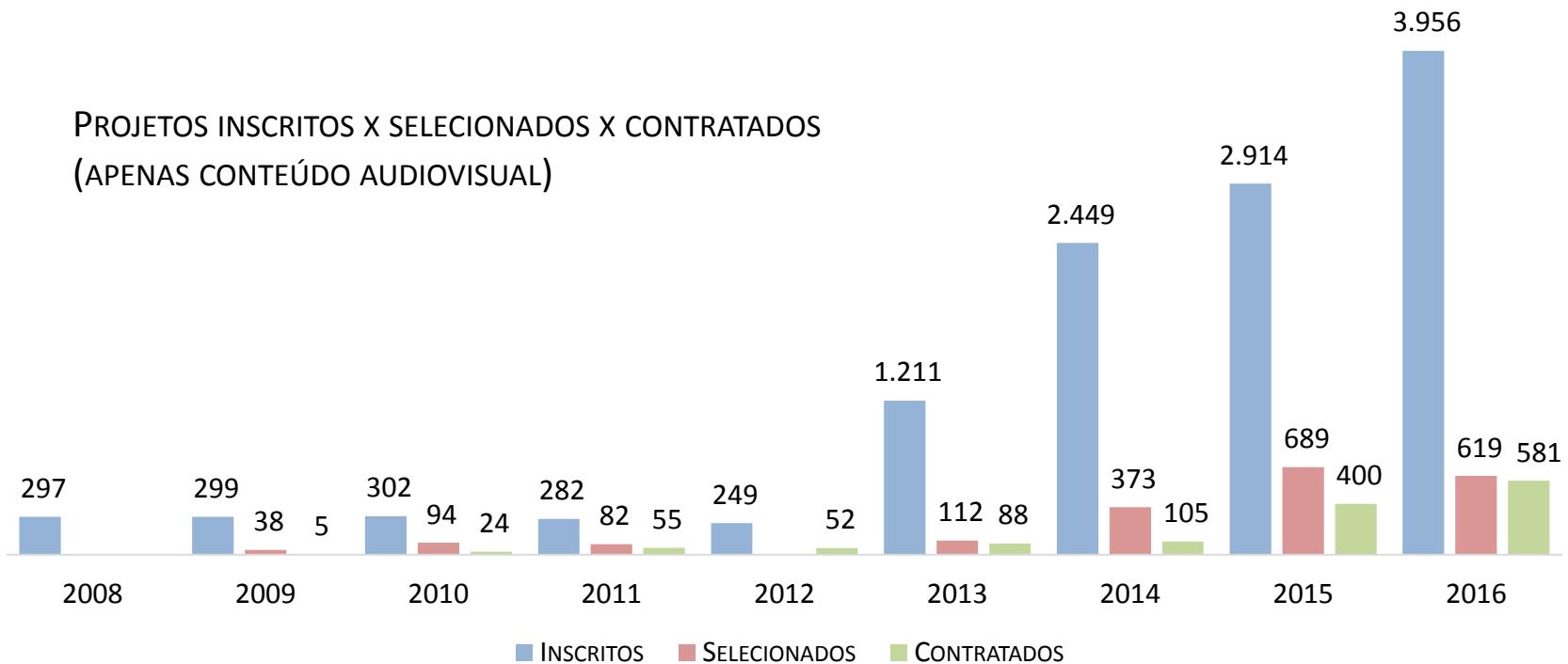
## A MESMA EVOLUÇÃO VERIFICA-SE NO **VOLUME FINANCEIRO**.



## O NÚMERO DE PROJETOS INSCRITOS NAS DIVERSAS CHAMADAS

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

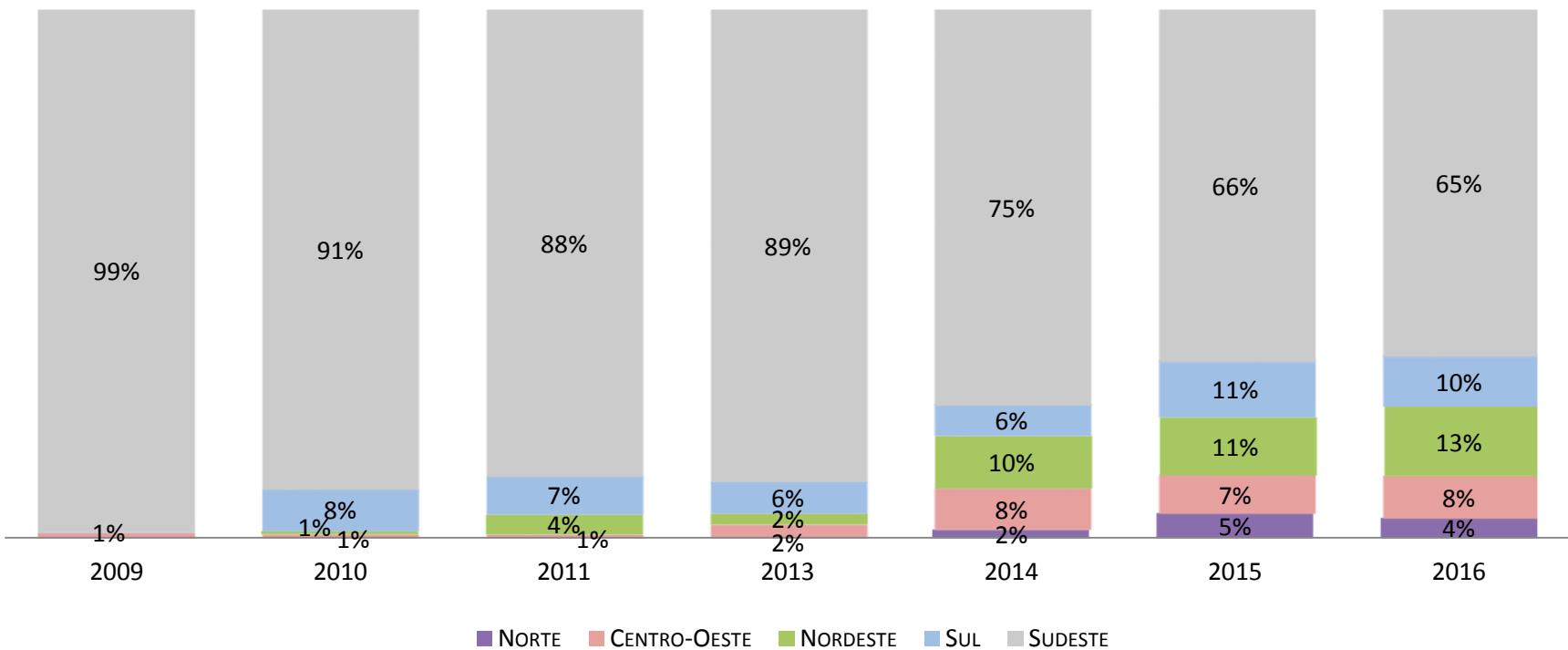
PROJETOS INSCRITOS X SELECIONADOS X CONTRATADOS  
(APENAS CONTEÚDO AUDIOVISUAL)



A DISTRIBUIÇÃO REGIONAL DOS RECURSOS TEM RESPONDIDO ÀS AÇÕES POLÍTICAS.

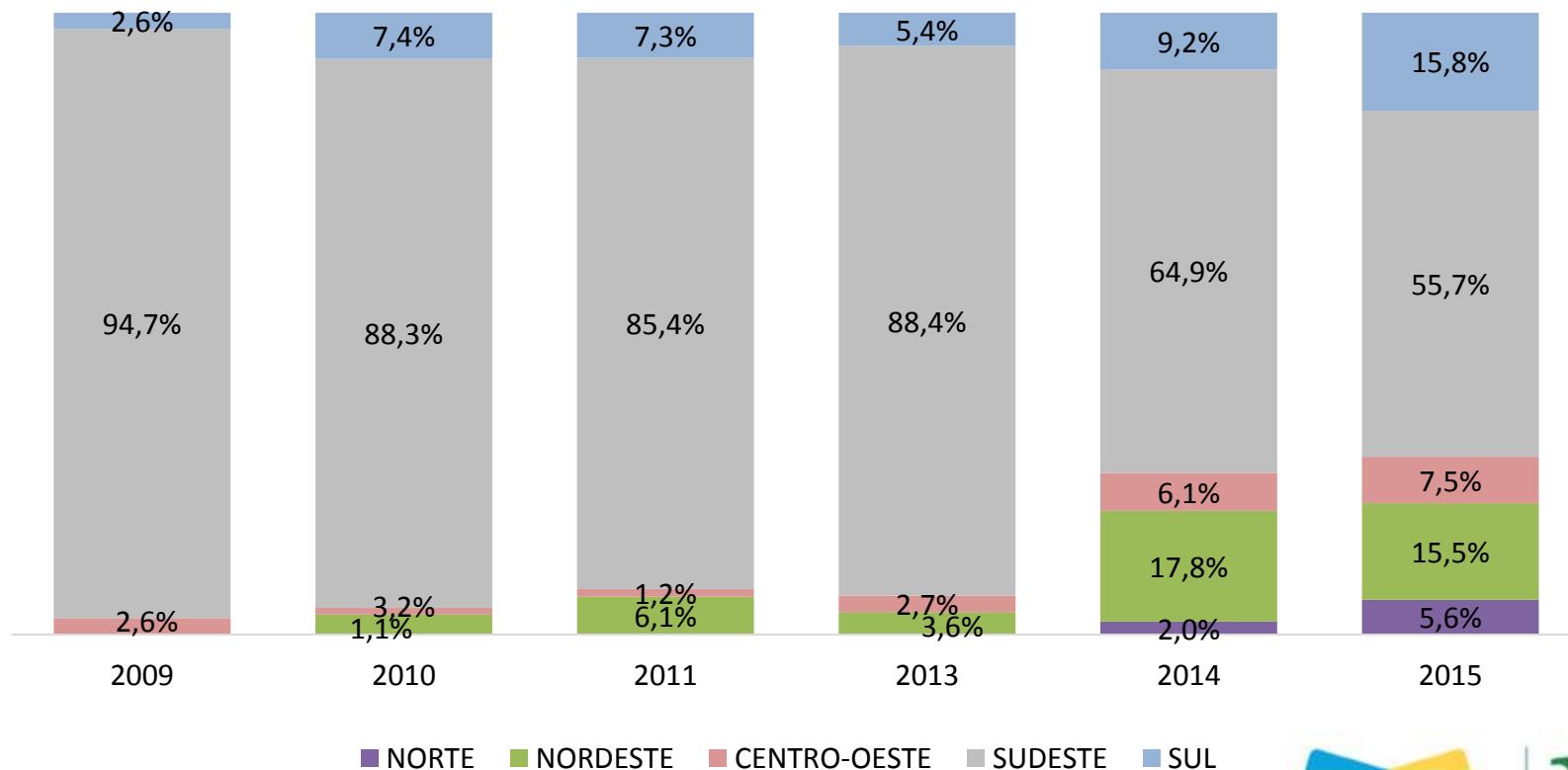
OBRAS DO NORTE, NORDESTE E CENTRO-OESTE AMPLIARAM MUITO SUA PARTICIPAÇÃO.

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

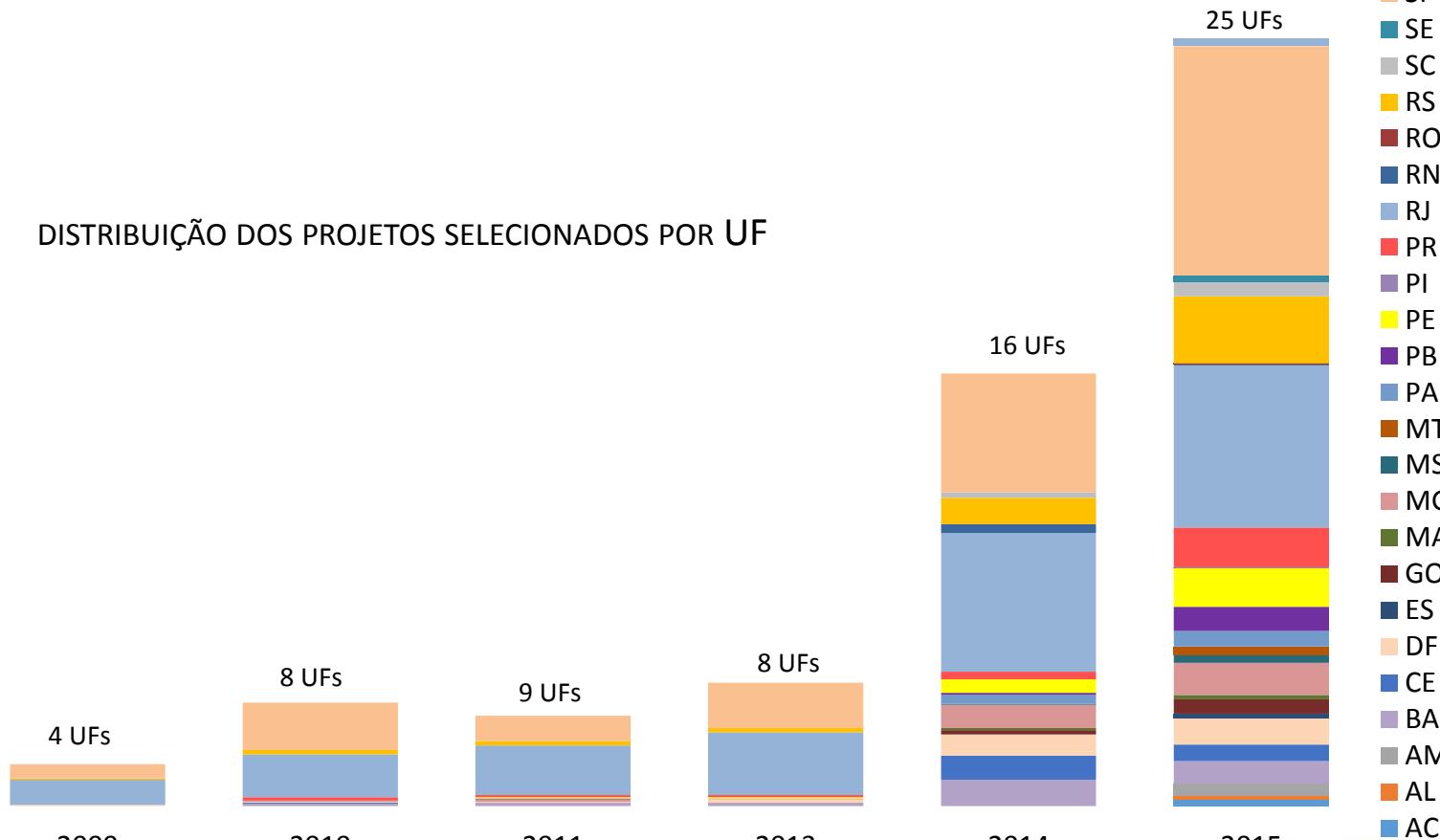


FONTES: SEF E SDE/ANCINE

COM A POLÍTICA DESENVOLVIDA,

O FINANCIAMENTO À PRODUÇÃO AUDIOVISUAL PASSOU A SER NACIONAL.

DISTRIBUIÇÃO DOS PROJETOS SELECIONADOS POR UF



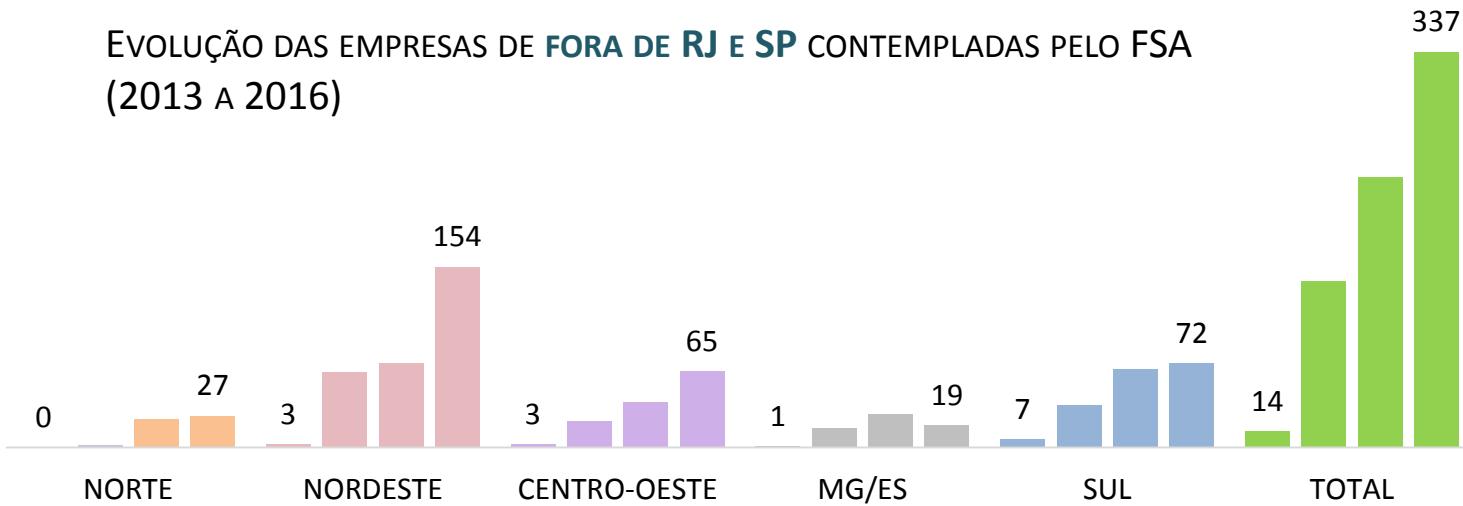
FONTES: SEF/ANCINE

## 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**.

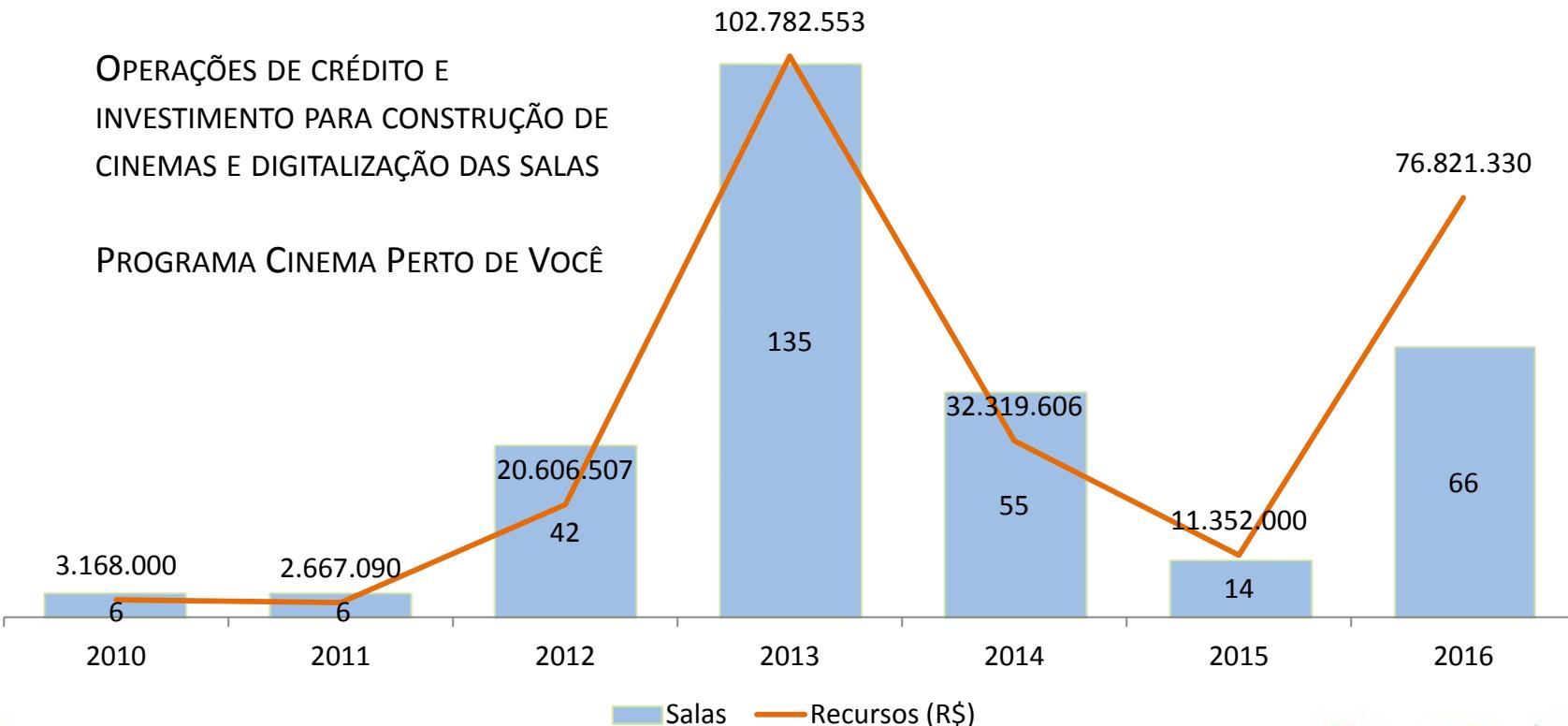
ESSE NÚMERO CRESCEU **24 VEZES** EM 3 ANOS.

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<br>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        |
| <b>TOTAL</b>                         |   | <b>19/38</b>                   | <b>44.600.000</b>   | <b>11.150.000</b> | <b>55.750.000</b> |

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**

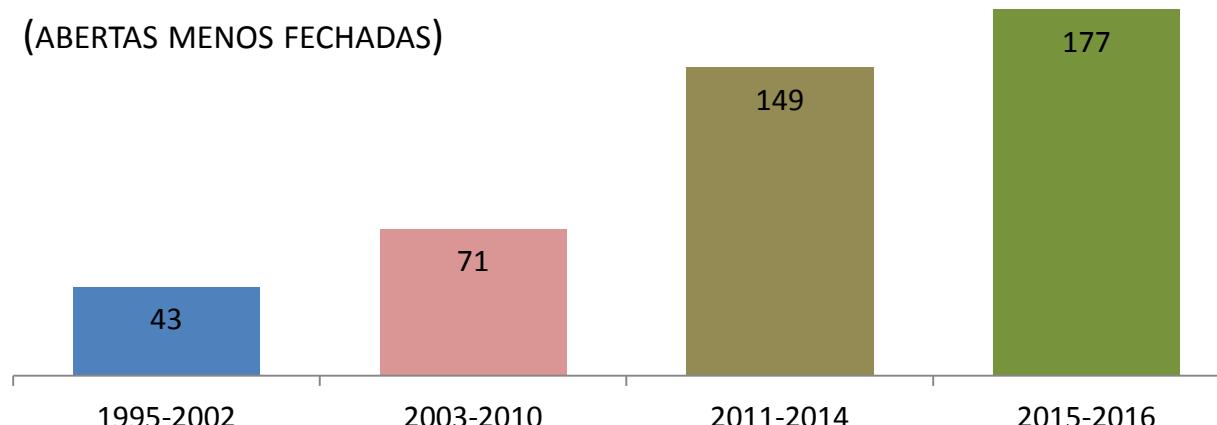
A AMPLIAÇÃO DA **FUNÇÃO** SOCIAL DO AUDIOVISUAL E DA COMUNICAÇÃO PESSOAL

AS POLÍTICAS AUDIOVISUAIS PROCURARAM ATUAR SOBRE CADA UMA DELAS.

O SERVIÇO DE CINEMA TEM SE **EXPANDIDO** PELO BRASIL

DE FORMA CONTÍNUA, CONSISTENTE E DESCONCENTRADA.

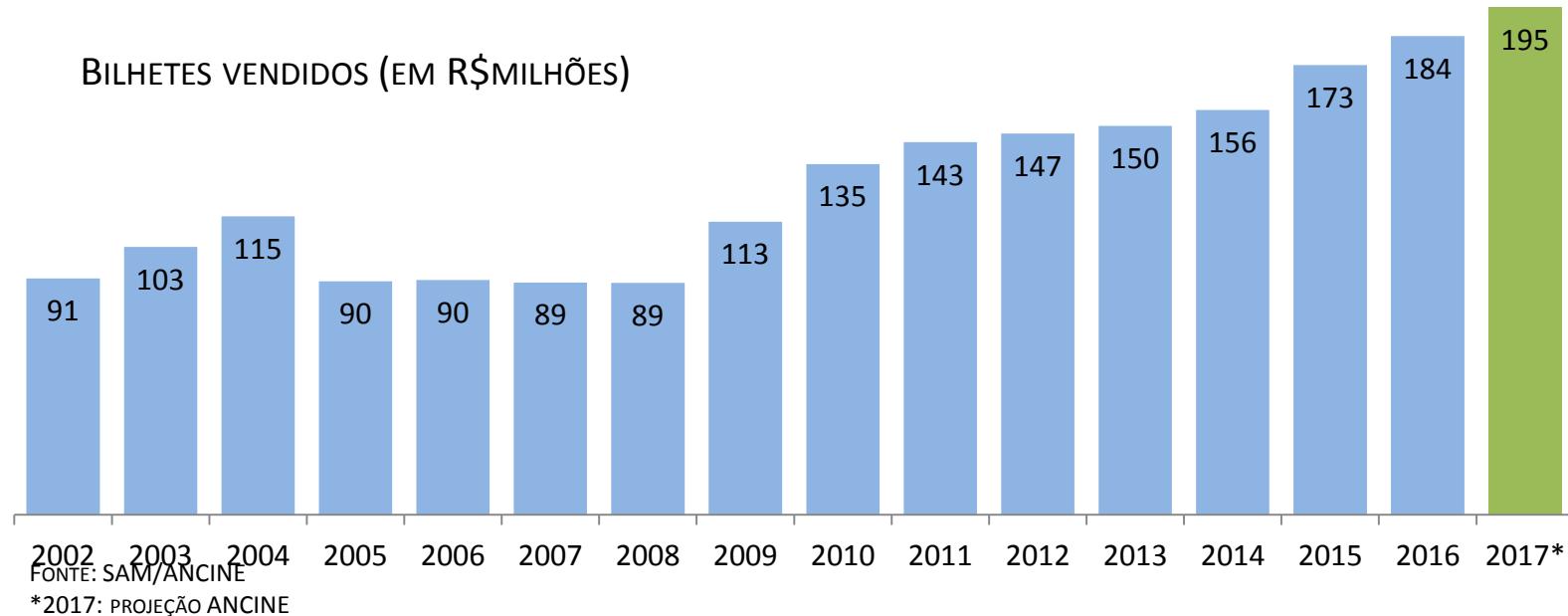
MÉDIA ANUAL DE SALAS INCORPORADAS AO CIRCUITO  
(ABERTAS MENOS FECHADAS)



FONTE: ANCINE

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

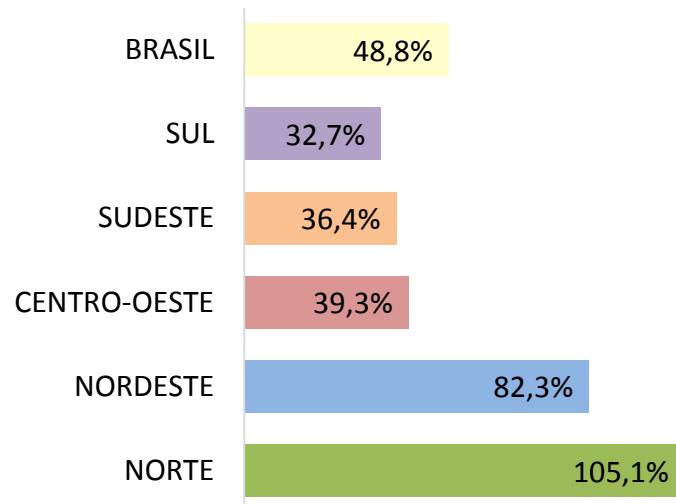
2017 SERÁ O **NONO ANO CONSECUTIVO** DE  
CRESCIMENTO REAL DAS BILHETERIAS DOS CINEMAS.



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

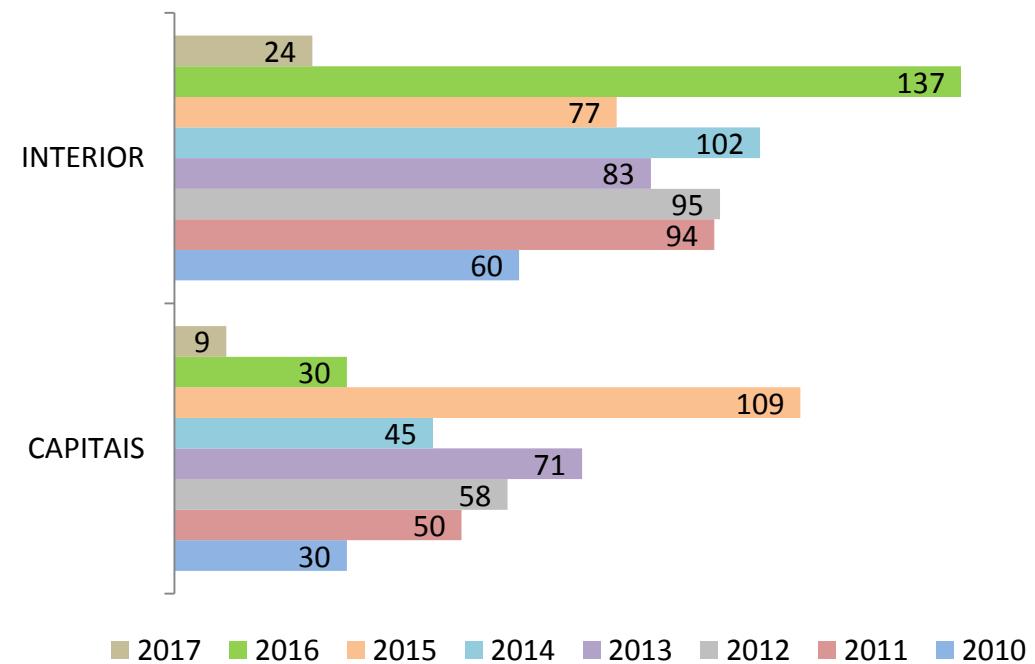
## A EXPANSÃO TEM SIDO MAIS FORTE NAS CIDADES DO **INTERIOR** E NAS REGIÕES **NORTE** E **NORDESTE**.

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



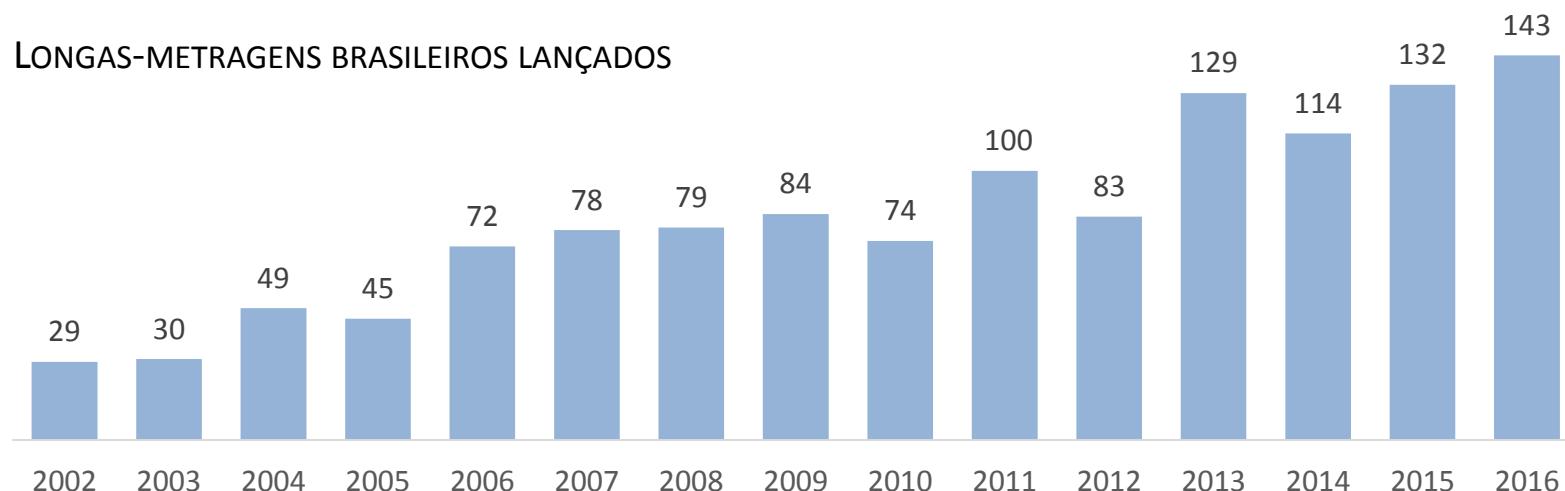
FONTE: ANCINE  
2017: ATÉ 30/ABRIL

ACRÉSCIMO ANUAL DE SALAS NAS CAPITAIS E NO INTERIOR



■ 2017 ■ 2016 ■ 2015 ■ 2014 ■ 2013 ■ 2012 ■ 2011 ■ 2010

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



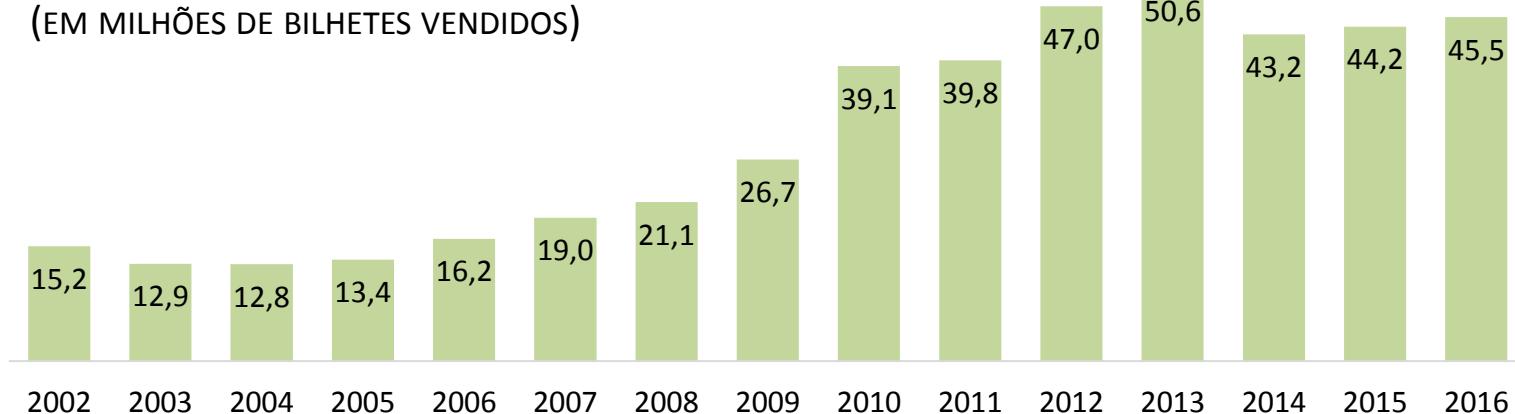
FONTE: SAM/ANCINE

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)

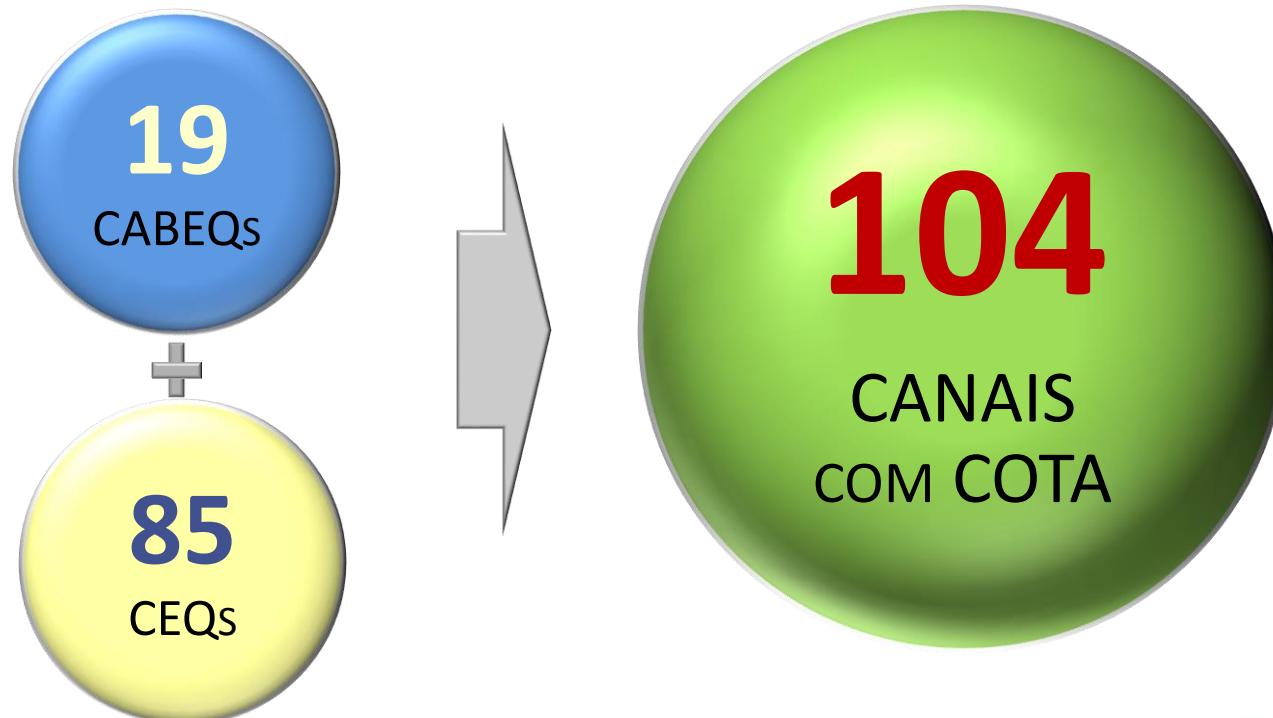


FONTE: SAM/ANCINE. OBS.: INCLUÍDAS AS CODISTRIBUIÇÕES.

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

A LEI 12.485 GEROU DEMANDA POR CONTEÚDOS BRASILEIROS,

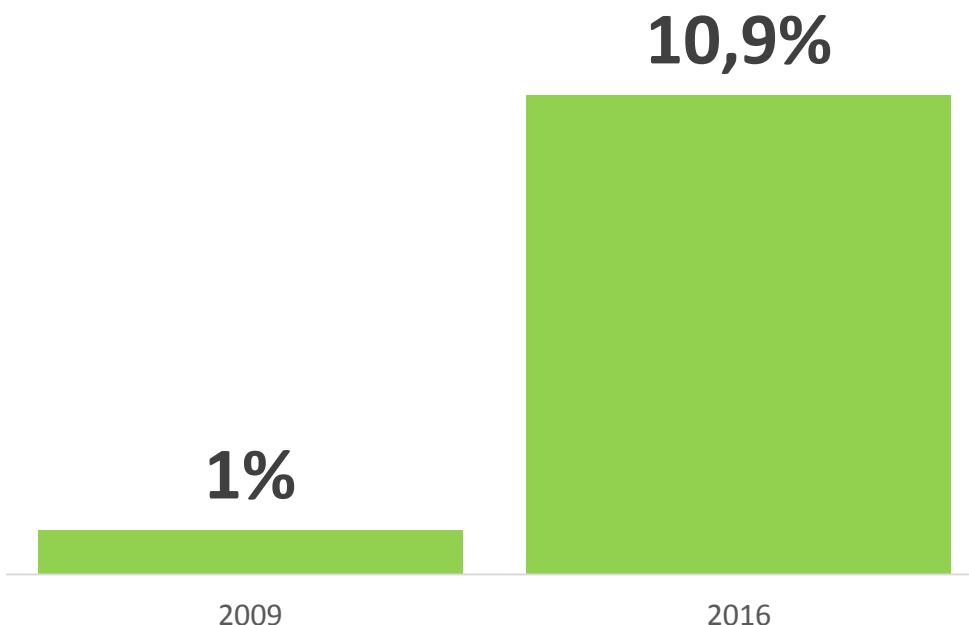
QUE TEM SUPORTE EFETIVO NO FINANCIAMENTO À PRODUÇÃO.



## AS PARCERIAS ENTRE TV E PRODUÇÃO INDEPENDENTE

TORNARAM-SE REALIDADE.

CONTEÚDO BRASILEIRO INDEPENDENTE NA PROGRAMAÇÃO DA TV POR ASSINATURA



87.902

HORAS

CONTEÚDO BRASILEIRO  
INDEPENDENTE  
VEICULADO NA TV POR  
ASSINATURA EM 2016

2016: PESQUISA SAM/ANCINE. AMOSTRAS MENSais 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.