



**CONGRESSO NACIONAL
CONSELHO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

*Aprovada na 7ª reunião
ordinária de 2016, realizada em
2 de maio de 2016.
Publique-se.*

**5ª REUNIÃO (EXTRAORDINÁRIA)
DIA 11 DE ABRIL DE 2016, SEGUNDA-FEIRA, ÀS 9H,
NO PLENÁRIO Nº 3 DA ALA SENADOR ALEXANDRE COSTA**

Ata Circunstanciada da 5ª reunião (extraordinária) de 2016 do Conselho de Comunicação Social do Congresso Nacional, realizada em 11 de abril de 2016, segunda-feira, às 9h, no Plenário nº 3 da Ala Senador Alexandre Costa do Senado Federal, sob a Presidência do Conselheiro Ronaldo Lemos, destinada ao Seminário "Incentivos para a produção cultural". Estiveram presentes os Srs. Conselheiros Titulares: RONALDO LEMOS, Vice-Presidente no exercício da presidência; WALTER VIEIRA CENEVIVA, representante das empresas de rádio; JOSÉ FRANCISCO DE ARAÚJO LIMA, representante das empresas de televisão; MARCELO ANTÔNIO RECH, representante das empresas de imprensa escrita; ROBERTO DIAS LIMA FRANCO, engenheiro com notórios conhecimentos na área de comunicação social; JOSÉ CATARINO DO NASCIMENTO, representante da categoria profissional dos radialistas; e SYDNEY SANCHES, representante da categoria profissional dos artistas. Estiveram presentes, também, os Conselheiros Suplentes: PAULO MACHADO DE CARVALHO NETO, representante das empresas de rádio; MARIA CÉLIA FURTADO, representante das empresas de imprensa escrita; MARIA JOSÉ BRAGA, representante da categoria profissional dos jornalistas; LUIZ ANTÔNIO GERACE DA ROCHA E SILVA, representante das categorias profissionais de cinema e vídeo; PATRÍCIA BLANCO, ISMAR DE OLIVEIRA SOARES e DAVI EMERICH, representantes da sociedade civil.



(Texto com revisão.)

O SR. PRESIDENTE (Ronaldo Lemos) – Bom dia a todos!

Sou Ronaldo Lemos, Vice-Presidente do Conselho de Comunicação Social. Estou aqui, hoje, substituindo nosso Presidente, Miguel Cançado, que está em viagem e, infelizmente, não pode participar desta reunião, já havia avisado há mais de três meses desse fato.

Gostaria de dar início aos trabalhos de hoje, já determinando que temos aqui o quórum necessário de Conselheiros presentes para dar início à reunião. Alguns Conselheiros ainda estão a caminho.

Começamos os trabalhos hoje com uma sugestão do Conselheiro Marcelo Cordeiro, uma proposição que foi feita por ele relativa à realização de um seminário a respeito de incentivos para a produção cultural. Esse seminário foi uma proposta acatada, muito relevante, da Comissão Temática de Publicidade e Propaganda.

Esse seminário vai acontecer agora pela manhã. E eu vou ler aqui rapidamente a lista dos participantes, já fazendo notar que alguns já nos comunicaram que estão a caminho, seja por atraso de voo ou por questão logística, mas a gente vai dar início com os presentes aqui.

Estamos contando hoje com a presença do Leonardo Hernandez, Diretor de Mecanismo de Fomento da Secretaria de Fomento e Incentivo à Cultura do Ministério da Cultura, que está a caminho. Temos a satisfação de receber aqui: o Dr. Ismar Barbosa Cruz, que é Secretário de Educação do Tribunal de Contas da União – muito obrigado, Dr. Ismar, por estar aqui conosco; é um prazer para o nosso conselho recebê-lo! –, e o Dr. Rodrigo de Medeiros Paiva, Diretor Comercial da Maurício de Sousa Produções. Agradeço muito a presença do Dr. Rodrigo e de todos os que vieram acompanhando, é uma satisfação recebê-los.

O Dr. Leonardo Edde, que é Vice-Presidente do Sindicato da Indústria Audiovisual, já nos avisou que o voo dele acabou de pousar. Ele está a caminho.

Informo também que foram convidados, mas não puderam comparecer ao nosso seminário: o Senador Lasier Martins, que é o Presidente da Comissão de Ciência, Tecnologia, Inovação, Comunicação e Informática do Senado Federal; o Manoel Rangel, Presidente da Agência Nacional de Cinema (Ancine); e também o Gilberto Gil, que infelizmente não pôde participar, mas nos mandou uma mensagem muito carinhosa, em razão de estar em turnê agora, fora do País, por isso também não foi possível a participação dele.

Outra mensagem muito importante é que nós aqui no Conselho temos avançado cada vez mais na interatividade por meio da internet. Este seminário está sendo realizado em caráter interativo com a possibilidade de participação e envio de perguntas por qualquer pessoa por meio da internet. Então, vamos ter não só a transmissão do seminário por meio da TV Justiça, mas também qualquer pessoa pode nos enviar perguntas. Inclusive, já aviso que recebemos duas perguntas. Nem começou o seminário e já temos perguntas realizadas.

Quem quiser divulgar essa possibilidade de interação por meio de seu Twitter, da sua rede social, enfim, quem quiser dizer *on-line* para as pessoas assistirem e participarem, o *link* é www.senado.leg.br/ecidadania. Repetindo: www.senado.leg.br/ecidadania. Quem tuitar esse *link* vai ter lá o canal para participar, assistir ao nosso seminário e participar com perguntas e interações. Daqui a pouquinho



vou colocar no meu Twitter, exatamente para chamar as pessoas para acompanhar as nossas falas e interagir aqui conosco.

Mais uma vez, agradeço a presença de todos os convidados.

Gostaria de compor a Mesa, primeiro, chamando o Dr. Ismar Barbosa Cruz para se juntar a nós – muito obrigado, Dr. Ismar, pela sua presença! –, e, em seguida, já gostaria de, por favor, convidar o Dr. Rodrigo de Medeiros Paiva para também compor a Mesa aqui conosco, agradecendo também a sua presença.

Dando, então, início ao nosso seminário, primeiro, darei a palavra ao Dr. Ismar e, logo em seguida, ao Dr. Rodrigo, mencionando que cada um tem dez minutos para a sua exposição. O Dr. Rodrigo já me avisou que vai exibir um vídeo de curta duração, então, a exibição desse vídeo vai além do seu tempo regimental.

Dr. Ismar, fique à vontade por favor. É uma satisfação tê-lo conosco.

Anunciamos aqui a chegada do Dr. Leonardo Hernandez, que é Diretor de Mecanismos de Fomento da Secretaria de Fomento e Incentivo à Cultura do Ministério da Cultura. Muito obrigado por sua presença, Dr. Leonardo.

Passo a palavra ao Sr. Ismar Barbosa Cruz.

O SR. ISMAR BARBOSA CRUZ – Bom dia a todos.

Eu queria cumprimentar todos da Mesa na pessoa do Dr. Ronaldo Lemos, agradecer o convite e dizer que, mais do que uma obrigação para nós, que somos servidores do TCU, é uma satisfação redobrada estar nesta Casa, todas as vezes, porque o nosso propósito é única e exclusivamente contribuir para a melhoria da política pública brasileira.

Hoje temos a grande honra de discutir uma política pública muito importante, mas até certo ponto deixada de lado historicamente em alguns momentos: a política cultural.

Eu trouxe uma apresentação – me foi avisado que eu teria 20 minutos, mas, como eu só tenho 10, serei breve.

Gostaria de pedir a caneta para passar os eslaides por gentileza.

Eu sou Secretário de Controle Externo da Educação, Esporte e Cultura do TCU. A nossa unidade coordena a atuação do TCU nessas áreas e, portanto, na área cultural.

A contribuição que trago para o debate é o acórdão que mais recentemente foi editado pelo TCU e que teve uma repercussão e uma reflexão no meio. A organização do evento nos pediu que explorássemos um pouco esse acórdão. Eu vou falar rapidamente sobre a nossa atuação na área da cultura, vou entrar direto no Acórdão 191, de 2016, do Plenário, falando dos seus fundamentos e do seu alcance, e de perspectivas de atuação conjunta do TCU com os representantes aqui presentes e com o próprio Senado Federal por intermédio deste Conselho.

De início, dizer para todos que o TCU atua, como é de conhecimento geral, fiscalizando os recursos de origem federal, dos orçamentos da União. Portanto, os principais processos de trabalho que nós temos são, primeiro, relacionados às contas das entidades e dos órgãos diretamente vinculados ao Ministério da Cultura, às contas de governo que ficaram bastante conhecidas, principalmente nesse ano passado, pela repercussão que houve. Há sempre uma abordagem da política cultural, e a última não foi diferente. Nós temos as conhecidas auditorias, fiscalizações em que são feitas análises sobre o cumprimento da legislação e seus resultados em vários aspectos. Inclusive, quanto à renúncia de receitas, há uma previsão explícita da nossa lei orgânica – está ali no §1º – nesse sentido.

Outro produto que nós temos é o chamado Fisc Cultura – eu não sei se alguém de vocês o conhecem. É um relatório sistêmico da área cultural. Eu trouxe alguns



exemplares para o Conselho – infelizmente ficaram retidos lá na recepção, mas vão chegar aqui. É um relatório que faz uma abordagem, do ponto de vista orçamentário, da função cultura, dos principais trabalhos que o TCU desenvolve e de um tema de destaque ao longo do ano. Eu trouxe a última edição impressa e os senhores vão receber um exemplar dela.

Por último, nós temos as tomadas de contas especiais, outros processos que o tribunal recebe, relacionados à área cultural, principalmente as leis de incentivo à cultura.

Vou contextualizar. Nós estamos no meio de pessoas que são absolutamente conhecedoras do que nós vamos falar. Então, a ideia é discutir, refletir sobre os incentivos aos projetos culturais, o chamado mecenato cultural. A Lei Rouanet dá duas possibilidades em seu art. 18 para os segmentos ali previstos, com abatimento de 100% do valor aplicado. No art. 26, há outras duas modalidades, patrocínio e doação – não vou me deter nessa definição conceitual. Nós vamos falar, então, exatamente sobre essa questão.

Bem, o acórdão do TCU é originado numa representação do Ministério Público que atua junto ao Tribunal de Contas da União naquele processo. Todos os acórdãos do TCU são públicos – pela internet, portanto, qualquer cidadão pode acessar todos, inclusive este. Foi trazida ao conhecimento do tribunal a possibilidade de avaliar o que poderia ter sido considerado irregular na autorização de incentivos fiscais, sendo focada a questão principal no apoio ao Rock in Rio, em 2011. Esse processo é de 2011; o acórdão saiu apenas agora.

A questão principal que o Tribunal enfrentou é a legalidade e legitimidade da concessão de incentivos culturais previstos na Lei Rouanet a projetos claramente lucrativos e que, em tese, não teriam problemas para obter patrocínios privados. Foi essa a questão central objeto da decisão do TCU.

Além dessa questão, outras foram trazidas e foram analisadas. A primeira delas, a distribuição de ingressos para o Rock in Rio a servidores do Ministério da Cultura. Servidores teriam sido contemplados com ingressos para o evento. A ECT teria participado do apoio ao projeto com R\$2 milhões. E a autorização para captação de recursos para o projeto Rock in Rio teria contrariado pareceres técnicos que contestaram o volume de verbas públicas destinadas ao projeto.

Ainda, os pareceres técnicos teriam alertado para o fato da lei ter como objetivo facilitar o acesso a eventos culturais e apoiar projetos com maiores dificuldades de conseguir financiamentos e o Ministério da Cultura estaria utilizando rol de categorias mais amplas do que aquele previsto no art. 18 da lei.

Isso é o que foi objeto da representação. Não foi o juízo do Tribunal.

O Tribunal considera, ao final de sua análise, realizada pela unidade técnica, no caso a Secretaria de Controle Externo responsável, que não houve evidências de ofensa aos princípios de impessoalidade e moralidade no que diz respeito à distribuição dos ingressos aos servidores. Isso não foi considerado irregular, em síntese.

Também foi considerado que não haveria nenhum impedimento ou óbice legal para concessão por uma empresa pública como a ECT a patrocínios com fundamentos na Lei Rouanet. Então, essas duas foram as primeiras conclusões endossadas pelo Ministério Público e pelo próprio TCU.

Na sequência, a autorização para captação de recursos para o projeto Rock in Rio não teria contrariado o parecer técnico, uma vez que esse foi favorável ao projeto, à aprovação da captação. Entretanto, o MinC e a Comissão Nacional de Incentivo à Cultura não fizeram qualquer crítica ou ponderação acerca da ressalva que constou daquele



parecer. Nós vamos explorar um pouco mais essa questão, foi o apontamento que o Tribunal fez como melhoria de procedimentos para o Ministério da Cultura.

Bom, o Relator, Ministro Sherman, que conduz, como todos sabem, a decisão, apresenta uma decisão ao Tribunal e o Plenário acaba referendando, entendeu que, com relação ao parecer técnico que alertava sobre algumas questões preliminares, deveriam ter sido tratadas e enfrentadas pelo Ministério da Cultura no momento da decisão. Ele considerou grave essa forma de despacho sem considerar essas ressalvas.

As ressalvas constantes do parecer técnico buscavam justamente maximizar o retorno social e exigiam medidas concretas por parte das instâncias competentes para autorizar a captação dos recursos.

Enfim, essa é uma conclusão que tem repercussão lá no Acórdão propriamente dito, e vou mostrar aos senhores, e que gera uma determinação ao Ministério.

Mas o que traz a nossa presença aqui é fundamentalmente essa questão principal em que eu extraio alguns trechos do voto que o Relator emitiu e que embasam a decisão do Tribunal. Então, ele faz uma ponderação trazendo da representação que uma área onde os recursos públicos disponíveis são tão escassos, um apoio ao um festival lucrativo como o Rock in Rio indicaria uma inversão de prioridades com possível desvirtuamento do sentido da lei de incentivos à cultura.

O Ministro traz outros casos que poderiam subsidiar essa discussão: Cirque du Soleil, *blog* de vídeos da Maria Bethânia, turnê do Caetano Veloso e a Festa do Peão de Barretos. Projetos beneficiados devem se amoldar às finalidades do Pronac, como contribuir para facilitar o livre acesso às fontes de cultura, promover e estimular a regionalização da produção e priorizar o produto cultural originário do País – também foi dito pelo Relator.

Então, ele vem, na sequência, fundamentando que as finalidades da lei que autoriza projetos da natureza estão previstas no art. 3º. E cita também o art. 2º...

(Soa a campainha.)

O SR. ISMAR BARBOSA CRUZ – É o meu tempo que acabou?

O SR. PRESIDENTE (Ronaldo Lemos. *Fora do microfone.*) – Pode continuar.

O SR. ISMAR BARBOSA CRUZ – Que somente serão concedidos projetos desde que atendido também o §1º do art. 2º da lei.

Na questão principal ainda, dos projetos incentivados, segundo o Tribunal, deverá constar formas para a democratização do acesso aos bens e serviços resultantes, com vistas a, entre outros, tornar o preço dos ingressos mais acessíveis à população em geral e promover a distribuição gratuita de obras ou de ingressos a beneficiários que atendam a condições estabelecidas.

Vou passar aqui e trazer a essência do fundamento. Diz lá o relator que embasou a decisão: "o TCU, ao analisar os atos de gestão de suas unidades, deve controlar o atendimento ao interesse público, ou seja, a legitimidade".

Então, quero dizer o seguinte: o Tribunal atua avaliando prioritariamente a legalidade. Porém, a legalidade transcende um pouco o que está na lei literalmente. O aspecto de legitimidade do ato de gestão é abordado pelo Tribunal e é constitucionalmente previsto, e a legitimidade é um princípio que exige que o recurso público seja utilizado cumprindo a lei, mas, mais do que isso, atendendo ao interesse público tutelado pela lei.

Ao atender os fins da norma jurídica foi quando o Tribunal apontou que, nesse caso, deveria também nortear a decisão do Ministério; deveria avaliar se, ao autorizar a



captação para projetos eminentemente lucrativos, com potencial altíssimo de lucro, o Ministério não estaria violando o interesse público tutelado, de democratização do acesso à cultura, a projetos que não poderiam ser autossustentáveis.

Foi nessa linha que o Tribunal decidiu, falando da análise do gestor, que deve buscar

(Interrupção do som.)

O SR. ISMAR BARBOSA CRUZ – ...e avaliar o binômio capacidade e necessidade, perguntando se, por exemplo, aquele projeto é capaz de se autossustentar e se há necessidade e, entre aspas, "interesse público" de intervenção do Estado para impulsionar este setor ou esse projeto. Essa é a discussão e essa é a reflexão que o Tribunal lança. Não está legislando o Tribunal. Em diversos momentos, o TCU interpreta a lei, com base em princípios, o que está, na visão do Tribunal, protegido pela lei em termos de interesse público.

Bem, aí, ele vem falando em alternativa – acho que todos conhecem – o Ficarte, que ainda não foi utilizado pelo Ministério por falta de interessados, parece-me. Esse, sim, teria um viés mais direcionado a projetos comerciais rentáveis.

Seguindo aqui, na mesma linha, estão aqui os argumentos. O Poder Público deve analisar caso a caso. O TCU não disse o que é projeto sustentável ou com potencial lucrativo. O Poder Público, o Ministério, deve avaliar e decidir caso a caso, provavelmente regulamentando o que vem a ser essa questão.

O TCU trata também dos casos limítrofes. O Tribunal deliberou sobre um caso que é muito, digamos, flagrante. O Rock in Rio é um sucesso mundial, todos os anos apresenta lucros, enfim, é um projeto bastante lucrativo. O Tribunal não estava discutindo um projeto em que havia dúvidas sobre se era viável comercialmente. O direcionamento, a decisão vai neste sentido de provocar uma avaliação nestes projetos que são sabidamente ou que, pretensamente, podemos vislumbrar que haverá lucro e sucesso independentemente do apoio oficial.

É isso que está dito mais à frente, na análise que o Ministério deve fazer. Estou chegando ao final. O final é o acórdão especificamente disposto ali, que determinou duas medidas ao Ministério: primeiro, que o Ministério deve manifestar-se expressamente sobre as ressalvas apontadas nos pareceres técnicos. Não é obrigado a seguir as ressalvas porque o parecer é meramente um aconselhamento, mas, pelo princípio da motivação, o Ministério deve deliberar, deve analisar e deve decidir fundamentadamente e formalmente sobre as ressalvas. Essa é a primeira determinação que o Tribunal faz ao Ministério. E a segunda, que se refere diretamente à questão mais polêmica e inovadora, determina ao Ministério que se abstenha de autorizar a captação de recursos a projetos que apresentem forte potencial lucrativo bem como capacidade de atrair investimentos privados, independentemente dos incentivos fiscais.

Então, esse é o comando do Tribunal. É importante dizer que a determinação – Ministério sabe disso pelo relacionamento que temos – é uma medida obrigatória de ser adotada; o descumprimento da determinação do Tribunal pode implicar sanções para o gestor público, e o Ministério, sabedor disso, então, inclusive apresenta um recurso contra a decisão.

E eu finalizo, então, rapidamente, colocando-me à disposição para o debate, não sem antes dizer aqui das perspectivas que nós vislumbramos. Primeiramente, dizer que o Tribunal precisa deliberar, ou melhor, precisamos aguardar o trânsito em julgado do Acórdão nº 191. Por quê? Porque só poderá ser exigido o seu cumprimento a partir de



quando não caibam mais recursos. E o Ministério embargou dessa decisão, buscando do Tribunal um esclarecimento sobre o que vem a ser "projetos com forte potencial lucrativo" e "a capacidade de atrair suficientes investimentos privados independentemente do incentivo fiscal". Então, o Ministério provoca o TCU sobre essa questão, querendo um esclarecimento sobre o que vem a ser isso e também querendo converter o que foi objeto de determinação numa recomendação. A recomendação é uma orientação não obrigatória; a determinação, como eu disse, implica o cumprimento imediato. Esse é o recurso do Ministério.

É bom que se diga que esse recurso não foi apreciado nem quanto à sua tempestividade, nem quanto à sua legitimidade, mas a decisão está suspensa.

Uma segunda perspectiva é, a partir disso, adaptar os procedimentos de análise dos projetos incentivados às orientações do Tribunal. Qualquer que seja o desdobramento do acórdão, ele já vai implicar uma mudança de procedimentos. E essa é uma questão a respeito da qual o TCU se coloca ao lado, à disposição do Ministério para discutir a sua implementação.

Um pouco mais além, eu coloco que é uma perspectiva muito bacana que nós também possamos acompanhar a evolução da aprovação do novo marco legal do fomento à cultura. O TCU está engajado também nessa discussão e se dispõe a colaborar, inclusive quanto a essa questão objeto do nosso evento de hoje.

Finalmente, reafirmo que o TCU não tem outro compromisso a não ser com o aprimoramento da política cultural brasileira. Foi nesse sentido que ele adotou essa decisão.

Então, com essas palavras e com esse registro rápido, eu agradeço a oportunidade, colocando-me à disposição da Comissão, do Senado, dos senhores, agora, no debate e no dia a dia.

Muito obrigado a todos. (*Palmas.*)

O SR. PRESIDENTE (Ronaldo Lemos) – Muito obrigado, Dr. Ismar. A sua contribuição foi valiosíssima. A sua apresentação deixou muito claro esse tema de grande importância e que tem chamado a atenção de todo o País. Então, muito obrigado pela sua exposição.

Gostaria de fazer notar que já chegou e está aqui conosco o Dr. Leonardo Edde, Vice-Presidente do Sindicato da Indústria do Audiovisual (Sicav).

Muito obrigado por estar aqui conosco.

Eu passo a palavra, agora, ao Dr. Rodrigo de Medeiros Paiva, Diretor Comercial da Maurício de Sousa Produções.

Dr. Rodrigo, regimentalmente estão previstos 10 minutos, mas V. S^a pode usar entre 15 e 20 minutos. Não há problema.

O SR. RODRIGO DE MEDEIROS PAIVA – Bom dia a todos!

Eu queria agradecer o espaço para a Maurício de Sousa poder se manifestar, sobretudo para uma plateia importante, reconhecendo a relevância do assunto de hoje.

Confesso que é um fórum ao qual, normalmente, a gente não está presente; a gente está presente muito mais quando se trata de entretenimento, de alegria, de diversão, mas a gente não pode se furtar a estar presente quando se discutem coisas importantes e até alarmantes que vêm evoluindo.

Mas, depois da explanação do nosso colega aqui, que falou muito da realidade do mercado audiovisual, eu tenho que fazer alusão a uma peça literária, *O Feijão e o Sonho*. Na verdade, o senhor falou muito bem do feijão, só que o feijão não existe sem o sonho.



E vou contar um pouco rapidamente a história de como o Maurício está relacionado ao sonho.

Maurício foi uma criança que nasceu em Santa Isabel, perto de Mogi, interior de Mogi das Cruzes, e que, como toda criança, na época, se inspirava nos super-heróis, no Fantasma, no Mandrake, personagens infantis, notoriamente norte-americanos, que habitavam o imaginário infantil da época.

E vendo uma revistinha que ele pegou no chão, aquilo ficou impregnado na memória, no imaginário do Maurício, que falou: "Eu quero fazer isso, eu quero desenhar um dia, eu quero viver de desenhar." E ele foi desenhando, sofreu os desafios iniciais que passou dentro de casa. E mesmo o pai sendo um poeta, quando ela falou: "pai, eu quero desenhar para viver", o pai respondeu: "Filho, você está louco. Eu sou poeta, eu sei o que é isso. Não dá para viver de arte."

Mas ele foi em frente, seguiu seus desafios, foi buscar mercado para o desenho dele. Começou desenhando cartaz para supermercado, cartaz para professora de escola que não sabia desenhar, até o dia de apresentar o trabalho para os jornais. Quando chegou aos jornais, falaram: "O que é isso? Não, você não tem ainda capacidade para desenhar." Ele saiu cabisbaixo. Alguns já conhecem essa história. "Mas para você não sair assim, por que você não pega algum outro trabalho aqui no jornal, entra no meio e aos poucos vai mostrando a sua qualidade?"

Um dia, surgiu o espaço de uma matéria. Havia um buraco, a pauta tinha caído. Perguntaram: "Maurício, você sabe desenhar mesmo?" "Sei", ele falou. "Você consegue desenhar essa cena de um crime?" E ele rapidamente colocou em cima do colo e desenhou. "O Maurício sabe desenhar. Se surgir a oportunidade, nós vamos chamar você para desenhar.

E assim ele foi, ia mostrando os desenhos dele, desenhos infantis, até que um dia caiu outra pauta. "O teu desenho é bom mesmo?" "É muito bom", ele falou. E mostrou a primeira tira dele. Depois daquele dia, falaram: "Olha, você é melhor desenhista que jornalista. Você já tem um emprego aqui conosco como desenhista." Ele teve que optar entre ser desenhista e ser jornalista e optou pela carreira de desenhista.

Sobre esse primeiro desafio dele e essa questão de se identificar ao sonho e realizá-lo, hoje vemos uma corrente de pensamento que pode estar colocando isso em xeque, que é a capacidade de a criança sonhar e se dedicar ao sonho através da imaginação. Essa imaginação chega principalmente através dos desenhos animados objeto aqui do nosso tema, dos filmes. Só que aqui, no Brasil, temos o grande desafio de concorrer com uma indústria altamente implantada. Nós concorremos, como o Maurício de Sousa, com grandes produções multimilionárias.

Voltando um pouquinho ao passado, desses primeiros desenhos, ele começou a ter as suas tiras em jornal e daí conseguiu implantar. Falou: "Olha, eu vou ser igual aos americanos. Os americanos distribuem as tiras deles para o mundo todo. Eu também vou fazer isso dentro do meu limite." Ele pegou o *budget* dele, quanto ele tinha de dinheiro, fez um círculo no mapa. Ele tinha dinheiro para distribuir as suas tiras para 100km de Mogi. Ele chegava no motorista do ônibus e perguntava: "Você pode levar esse fotolito para o rapaz do jornal de Pirassununga?" Ele dava um sanduíche, às vezes, para o motorista, que levava o fotolito e conseguia publicar. Com isso, ele chegou a 150 tiras de jornal distribuídas no País. Na época, era um grande empresário do entretenimento de jornal.

Depois das tiras de jornal, vieram os tabloides, que são as páginas inteiras, os suplementos infantis, já ganhando notoriedade. Quem não lembra do suplemento infantil da *Folha*, de *O Estado de S Paulo*. Com isso, as tiras já sendo famosas, um publicitário,



Enio Mainardi, achou muito interessante uma tira do Maurício. Pela experiência de jornalista do Maurício, ele sempre avocou a contemporaneidade das suas tiras, do seu conteúdo. Ele colocou nas tiras o conteúdo jornalístico que ele via. Por isso ele conseguia se expressar muito bem naqueles pequenos espaços e com materiais relevantes do dia a dia.

Com isso, no mercado publicitário, foi feita através do Enio Mainardi uma campanha para o extrato de tomate Cica, que vinculou um personagem do Maurício a um extrato de tomate que existia na época. Foram veiculados 70 comerciais publicitários naquela época, num curto espaço de dois, três anos. Isso foi muito forte, porque paralelo a todo o reconhecimento que existia já do Maurício, da parte editorial, foi o passo em que o Maurício falou: "Eu vou tentar me aventurar, exportar o meu material através das revistas." E esse material foi exportado para toda a Europa. A Editora Abril fez um grande esforço de distribuir o Maurício nos países europeus. O Maurício estava presente na Alemanha, Suíça, França, Espanha, Portugal.

Um dia ele foi checar isso e viu que o material dele não estava presente nas bancas de jornais. Ele disse: "Mas vocês têm as minhas revistas ou não?" Daí um jornalista que estava na Suíça, que era português, respondeu: "O senhor é o autor daqueles desenhos, dos quadrinhos da Mônica?" "Sou sim." "Então vou lhe falar a verdade: eu tenho a revista, mas eu não tenho autorização de expô-la." Ele disse: "Como não?" Ele respondeu: "Olha, na verdade, há outras revistas muito mais conhecidas que as suas, que falam para a gente não distribuir a sua revistinha aqui." Daí foi discutir com a distribuidora, que falou "não, que absurdo, vou discutir com o causador de tudo isso, o maior beneficiado disso". E quando o distribuidor voltou dessa discussão, ele voltou com contrato de exclusividade com esse conteúdo. Daí, quando ele argumentou, "mas o que que falta, por que você preferiu distribuir o outro conteúdo e não o meu?". "Porque o seu conteúdo aqui na Europa não é conhecido, vocês não têm histórias em quadrinhos, vocês não têm desenho animado, vocês não têm filmes." Isso na década de 70.

O Maurício recebeu a pancada, voltou para o Brasil e disse: "Eu vou produzir desenho animado." E na década de 80, ele se tornou o maior produtor de desenhos animados do País. Nós produzimos oito longas-metragens no País. E isso não seria possível sem alguns subsídios governamentais que na época existiam, mas também a grande barreira que existia no mercado, que era a lei da informática.

Então, o Maurício sempre teve que competir com estruturas internacionais que entendem e entendiam que o mercado audiovisual é estratégico. A gente tem que lembrar que, quando os Estados Unidos saíram da crise, onde o Obama foi fazer a comunicação da saída da crise dos Estados Unidos? Foi na Disney. O Obama foi na Disney e disse: "Temos o orgulho de dizer que estamos fazendo a retomada da economia americana." E quando vemos que existem muitos mecanismos hoje no Brasil lutando, vemos as várias adequações que precisam ser feitas ainda no fomento do incentivo da produção nacional. Temos muito a crescer. Somos uma das maiores economias do mundo, mas na área audiovisual, na área cultural, estamos engatinhando ainda. Nós temos uma cultura que precisa se afirmar muito ainda.

E isso nos foi colocado como: a Maurício de Sousa como parceiro estratégico da indústria audiovisual brasileira pela Apex, por todas as empresas de fomento. E o que nos causa estranheza é que, às vezes, da mesma forma que fomos eleitos como parceiros estratégicos para levar a cultura brasileira para fora, existem correntes de pensamento que enxergam isso como fomento ao consumo, ao consumo desenfreado, uma coisa



nociva à cultura brasileira. Então, ficamos sem saber como nos posicionar: afinal, temos uma participação positiva ou negativa?

Então, para cortar um pouco essa questão mais ácida do discurso, eu queria mostrar um pouco a obra do Maurício e a forma com que hoje ele chega até a população, como um dos maiores formadores de leitores informais do Brasil. O Maurício é um dos maiores formadores de leitores informais do Brasil. No último ano, ele foi o autor infantil que mais vendeu livros no Brasil, ficando, entre todos os escritores do Brasil, atrás apenas do Padre Marcelo e do Augusto Cury.

Queria soltar o vídeo. *(Pausa.)*

Essa é a apresentação, queria soltar o vídeo. Tem som.

(Procede-se à exibição de vídeo.)

(Procede-se à exibição de vídeo.)

(Procede-se à apresentação de vídeo.)

O SR. RODRIGO DE MEDEIROS PAIVA – Essa é uma parte bonita do trabalho, que mostra o reconhecimento e importância que o Maurício tem. Mas quero voltar aos desafios que existem por trás disso, à questão de *O Feijão e o Sonho*.

O gibi, durante muito tempo, foi tido como uma subliteratura e até atrapalhava a criação de valores das crianças. Essa foi uma corrente que teve início nos Estados Unidos nas décadas de 40 e 50, chegou muito forte aqui, no Brasil, influenciou muito a nossa cultura, os nossos professores, que achavam também que o quadrinho era uma coisa nociva às crianças brasileiras. Durante muito tempo, foi uma luta de o Maurício se firmar como formador de leitores e não como uma pessoa que estava prejudicando. Chegou ao ponto de as pessoas quererem proibir o Maurício de trabalhar com personagem do Chico Bento porque ele falava errado, falava caipira. Imagina isso na realidade do Brasil dos anos 70, as pessoas falavam de dialetos regionais, seus sotaques regionais. E o Maurício falou: "olha, eu aceito que o Chico Bento deixe de falar o "caipirês" se vocês provarem que o brasileiro não fala isso". Logicamente, ninguém conseguiu provar isso. E agora isso foi superado. Recentemente, há alguns anos, os professores de Brasília encomendaram para Universidade de Brasília uma pesquisa para colocar um ponto final nisso, se o quadrinho contribui ou não para a sociedade brasileira. E o resultado da pesquisa é de que as crianças que são expostas aos quadrinhos têm um rendimento escolar 50% superior às aquelas que não têm, justamente pela riqueza do tema, pela forma com que essas crianças são impactadas, ou seja, não de forma didática, professoras, mas, sim, através do entretenimento.

Isso trouxe para a Maurício de Souza Produções, através da direção do Maurício, uma responsabilidade muito grande de tudo o que fazemos. O coração do Maurício está em justamente continuar com essa produção. Aos custos do Brasil – sabemos dos custos de folha de pagamentos, investimentos... Temos hoje cerca de 400 colaboradores, o que onera muito o nosso custo fixo, o que faz com que nosso custo de produção seja muito alto frente aos nossos competidores externos, que têm toda sua produção paga externamente e chegam ao Brasil totalmente pagos. É totalmente inviável a competição de igual para igual com as grandes produções internacionais.

O que fazemos? Fazemos bastante coisa, já que somos os maiores produtores nacionais hoje de conteúdo infantil. Só para vocês terem uma ideia, estamos produzindo quatro longas-metragens e duas séries em coproduções com televisões nacionais, que



não aconteceriam sem os programas de incentivo da quota de tela nos cinemas e da quota de produção nacional na tevê fechada.

Apesar de tudo isso, nada foi suficiente para evitar a saída da programação infantil da televisão aberta, que está presente em 99% dos lares brasileiros. Hoje, a Globo não exhibe... O SBT é a única emissora que ainda briga para manter esse conteúdo nacional.

Então, a nossa preocupação é que um conteúdo da Maurício de Sousa, uma empresa que está estreitamente vinculada à cultura nacional, às famílias nacionais, não tenha mais essa supervisão, essa curadoria – desse conteúdo que sai com os nossos personagens ou de qualquer outro –, porque a criança não tem mais acesso à programação infantil. Hoje, a criança... Se você acessar a tevê aberta, verá que ela só exhibe conteúdo adulto, e isso, a nosso ver, fragiliza muito essa proteção que se quer dar à criança...

(Soa a campainha.)

O SR. RODRIGO DE MEDEIROS PAIVA – ... que está fragilizada quando é exposta a um conteúdo adulto.

Eu queria, rapidamente, passar pelas questões que são a razão do nosso alerta aqui.

Pode passar aqueles dados, por favor. *(Pausa.)*

Eu queria ir para a tela nº 30. *(Pausa.)*

Hoje, a TV Cultura, recentemente, seguindo essa corrente contra o consumismo infantil, contra essa publicidade, tirou da sua forma de financiamento da programação a presença da publicidade paga. E o que nós temos hoje? A total falência da programação infantil da TV Cultura. A gente vê vários artistas se manifestando contra a queda da programação da TV Cultura, que foi o lar de criação de tantos programas, como *Cocoricó*, programas relevantes para a cultura nacional, e, hoje, não tem dinheiro para sustentar essa programação.

Como a Maurício de Sousa consegue fazer isso? Através do licenciamento de seus produtos. Então, é aquela coisa: se eu fosse cobrar o preço de uma página exatamente pelo custo dela, nós cobraríamos R\$1 mil; porém, nós temos que subsidiar isso em 50%. E tudo isso é feito com os recursos auferidos com a venda de produtos.

Assim, toda a nossa preocupação é que a Maurício de Sousa seja impedida de continuar com a sua atividade e que isso impeça que outros personagens, que outros artistas brasileiros tenham acesso a esses mesmos recursos audiovisuais que, hoje, a Maurício de Sousa conseguiu, depois de 50 anos.

Aqui, são dados para vocês calcularem o impacto que seria gerado se nós tirarmos alguns negócios referentes à Maurício de Sousa.

Haveria um impacto, no mercado, de R\$33 bilhões em produção, o que equivaleria ao orçamento de dois programas Bolsa Família. Nós estaríamos falando da retirada de 720 mil empregos; R\$6,4 bilhões em salários; e R\$2,2 bilhões em tributos. Isso comparado aos recursos que são disponibilizados pela Lei Rouanet.

Então, se as leis contra o consumismo infantil passarem do jeito que estão querendo, a gente vai se equiparar a realidades como as de Cuba e Coreia do Norte, onde os produtos são considerados como abusivos e prejudiciais à criança. O uso de cores, trilha sonora e efeitos especiais, como brilhos nas embalagens etc... Então, quer dizer, desde uma maça da Turma da Mônica, que foi responsável pelo incremento do hábito do consumo de maçãs em muitas famílias brasileiras, até uma revistinha, teriam que ser embalados em papel pardo onde estaria escrito "produto infantil". Numa banca de



jornal, fatalmente, iria atrás da *Playboy* – nem *Playboy* mais nós temos –, porque os produtos não poderiam ficar ao alcance da vista da criança.

Então, a gente acha de uma radicalidade muito grande; a gente acha muito mais nocivo do que positivo.

A discussão de como se preservar a criança tem que haver, sim. Nós somos os primeiros a defender isso, porque nós vivemos e nosso quórum é voltado para a criança e para a família.

Desculpem-me ter me alongado, mas é um tema delicado, que envolve o feijão e o sonho. E para conseguirmos preservar o direito ao sonho da criança, ao entretenimento e à diversão, temos que tomar bastante cuidado nas tomadas de decisão que temos que fazer.

Obrigado. (*Palmas.*)

O SR. PRESIDENTE (Ronaldo Lemos) – Muito obrigado, Dr. Rodrigo, pela sua exposição, por nos mostrar o vídeo. Da minha parte, ressalto a admiração pelo trabalho do Maurício de Sousa. Então, é um prazer recebê-lo aqui. Muito obrigado.

Eu queria passar a palavra agora ao Leonardo Hernandez, que é o Diretor de Mecanismos de Fomento da Secretaria de Fomento e Incentivo à Cultura do Ministério da Cultura.

Com a palavra o Dr. Leonardo Hernandez, por 15 minutos.

O SR. LEONARDO HERNANDES – Bom dia a todas, bom dia a todos. Muito obrigado pelo convite para participar desta reunião deste importante Conselho para o Congresso Nacional. Certamente, será um conselho onde vamos debater – pretendo iniciar hoje – o processo da reformulação das leis de incentivo à cultura, e falando do ProCultura, que agora está aqui nesta Casa, no Senado Federal. Aos meus colegas de mesa, muito obrigado pelo convite.

Eu já queria me desculpar de antemão porque eu vou ter que me retirar às 11h para um compromisso inadiável. Eu já havia avisado à Secretaria. Caso o debate se estenda além disso, eu já queria me desculpar aqui pela necessidade da minha saída.

Eu queria falar um pouco do contexto geral do fomento e dos mecanismos de fomento à cultura, porque acho que é importante ter um panorama para olhar o incentivo fiscal no seu particular. É importante que tenhamos uma noção geral dos demandantes dos diversos setores e das demandas diferentes que nós temos para o financiamento à cultura, para que possamos discutir então, no particular, as necessidades daqueles que recorrem ao incentivo fiscal.

Na verdade, hoje o que nós temos é que todos concorrem a todas as fontes. Acho que um pouco do que o TCU aponta antecipa o debate que o ProCultura já se propõe a fazer. É importante que caminhemos para duas coisas fundamentais. Primeiro, não podemos ter uma única fonte de financiamento para o projeto cultural, temos que expandir a nossa carteira de financiamentos para os projetos culturais, independente do seu alcance e do seu potencial comercial; segundo, saber que há mecanismos específicos para setores específicos e também para capacidades produtivas e de lucro diferenciadas.

Acho que o ProCultura avança, e isso eu queria discutir com os senhores e com as senhoras e com o TCU, o Sr. Ismar, exatamente para entender o potencial econômico da cultura. Acho que essa é uma questão central que hoje, a partir do acórdão do TCU, fica mais evidente para o nosso debate.

Vou apressar nessa apresentação. É uma apresentação que temos feito para discutir o fomento e ProCultura em particular, mas acho que há algumas preliminares que precisamos abordar. Esses conceitos, no diálogo com o Prof. Albino Rubim, da UFBA, um



grande pesquisador da cultura, o sistema de financiamento brasileiro atual não responde adequadamente à complexidade atual da cultura na contemporaneidade. Ele está visivelmente desequilibrado. Isso principalmente no sentido de que hoje nós temos demandas diferentes, setores diferentes, mas apenas um setor potencial tem sido mais agraciado com os recursos, enquanto em outro setor uma grande camada de demandantes não tem tido acesso às fontes de financiamento, num desequilíbrio regional, territorial e também de linguagens artísticas.

As políticas de diversidade cultural desenvolvidas na atualidade necessitam de sistemas de financiamento que, em sintonia com a complexidade contemporânea do campo cultural, possam colher, preservar e promover a diversidade. Esse é outro aspecto. Além da desigualdade regional e de linguagens artísticas, a partir das políticas públicas de cultura dos últimos 15 anos, abrimos um grande leque de possibilidades e de entendimentos do que são políticas culturais. A ampliação do conceito de cultura para o conceito antropológico trouxe novos demandantes e novos setores que o Estado brasileiro passou a olhar, como os ciganos, os quilombolas...

Até a saúde mental passou a ter políticas culturais. Então, os atuais mecanismos estão muito mais focados nas Belas Artes, o que deixa todo um setor cultural brasileiro de fora.

O sistema de financiamento deve comportar uma pluralidade de procedimentos, instrumentos e fontes de fomento à cultura. É disso que eu havia falado, e é isso que eu vou detalhar mais, quer dizer, nós precisamos ter uma carteira mais ampla do que o apoio não reembolsável a fundo perdido, que é a grande tônica do financiamento. Seja ele incentivo, seja ele Fundo Nacional de Cultura, nós estamos falando de apoio não reembolsável. E é nisso que nós queremos dialogar com o Tribunal de Contas nesse entendimento da economia da cultura.

A utilização de 100% da isenção fiscal nas leis de incentivo expressa paradoxal contradição com a intenção original das leis de incentivo: trazer novos recursos das empresas para a cultura. Ou seja, as leis de incentivo que surgiram para motivar as empresas privadas a aportarem, elas mesmas, recursos próprios no fomento à cultura provocaram o inverso: as empresas atualmente só têm buscado incentivo se têm 100% de isenção, e essa é uma contradição original da ideia de lei de incentivo.

O sistema de financiamento não pode prescindir da formação e qualificação pessoal e da realização de estudos que subsidiem seu desenvolvimento e ampliem sua complexidade. O Ministério da Cultura tem provocado muitos esforços para desenvolver indicadores e estudos para balizarem nossas decisões de alocação de recursos. Eu sempre digo que não é absolutamente no chute que se alocam recursos no Ministério da Cultura, porque os quadros do Ministério vêm de uma realidade, estão inseridos no mercado cultural, estão inseridos no contexto cultural. Ou seja, têm um *feeling*, têm um *background* dos gestores, mas faltam estudos econométricos para melhor definição da alocação dos recursos.

O fomento direto do Estado, através dos fundos de cultura nos Estados, tem tido maior capacidade de universalizar o financiamento. Os Estados brasileiros têm constituído seus fundos estaduais de cultura, que têm possibilitado uma grande alocação de recursos à cultura. Inclusive nós, da Secretaria de Fomento do Ministério, estamos agora realizando um estudo para levantamento de todas as leis, de todos os mecanismos, de todos os fundos estaduais para avaliarmos o montante de recursos e como estão sendo alocados na cultura do País. Falta um estudo ainda de larga escala para nós



determinarmos o quanto de dinheiro público está sendo investido, e os fundos andaram muito nos últimos 12 anos, inclusive muito mais do que o Fundo Nacional de Cultura.

A necessária afirmação dos avanços dos editais públicos não pode esconder as limitações de sua utilização universal, em decorrência de suas exigências técnicas. Outras modalidades de apoio precisam ser inventadas. Os editais possibilitaram uma saída de distribuição de recursos de balcão, impregnados de paternalismo, de clientelismo – isso é um fato –, para procedimentos impessoais, procedimentos editais baseados em princípios legais, que dão respaldo para os gestores, para os órgãos de controle. No entanto, eles demonstram-se ainda ineficazes quanto a uma boa alocação para atendimento de determinados setores. Nós precisamos inventar, respeitando todos os mecanismos da Administração Pública, novos mecanismos para distribuição de recursos.

As políticas culturais devem incentivar o desenvolvimento e a diversidade de públicos e mercados culturais e devem incluir diversos mecanismos, inclusive os que incorporam o risco e estimulam o empreendedorismo. E aqui é que eu queria começar o diálogo sobre o acórdão do TCU, porque ele faz uma leitura da Lei Rouanet correta, sobre o limite da lei. É curioso, porque é uma lei que vem no esteio das leis de incentivo para fomentar mercados, setores econômicos. Os automóveis têm incentivos, a linha branca tem incentivos, diversos setores têm incentivos fiscais. Eu digo que a Lei Rouanet significa 0,6%, se chega a isso, do conjunto de isenções que o Governo Federal faz, do montante de isenções fiscais. Mas, curiosamente, é uma lei que se inscreve apenas na ordem social, e não na ordem econômica. A leitura que faz do princípio da Lei Rouanet como um mecanismo de acesso à cultura, ou seja, dos direitos culturais, do fomento social do acesso à cultura, não dialoga com o fomento econômico de um setor economicamente potencial, porque, lá nos anos 90, quando ela foi desenvolvida, não se discutia ainda o potencial, ou não se conseguia observar o potencial econômico do setor cultural. O ProCultura faz essa atualização.

Aí está, talvez, a grande contradição, já que o Ministério da Cultura, nos últimos 12 anos, tem discutido fortemente a importância da economia da cultura; isto é, busca para si também o debate sobre o potencial econômico da cultura delegado ao Ministério da Indústria e Comércio, quer discutir, sim, os mecanismos de incentivo à economia da cultura. A Lei Rouanet, em seu texto, não trata desse assunto. O ProCultura sim, observa e quer discutir os projetos de potencial comercial, já incorpora esse princípio da economia da cultura.

O sistema de financiamento necessita atender diversos momentos do fazer cultural e superar apoios pontuais circunscritos no momento. É a história de viver de projetos. Sabemos que os mecanismos de fomento também incentivam o setor cultural a viver de projetos, não de processos, e também não pensa em processos de longo prazo; força os artistas a viverem cada projeto, cada projeto, cada projeto, e se aquele projeto, por alguma razão, não passa em um edital por um erro bobo formal, o lado humano acaba comprometido. Precisamos criar mecanismos capazes de dar maior sustentabilidade ao longo do tempo, maior previsibilidade, fazer com que os artistas do movimento cultural pensem suas carreiras a longo prazo.

O sistema de fomento precisa ser pensado na perspectiva federativa para maior eficiência. Esse é outro grande debate que temos travado na atual gestão, de construir o mecanismo de descentralização das políticas culturais. O Ministério de Cultura não pode continuar sendo a Secretaria de Cultura do Brasil, achar que aqui de Brasília, da Esplanada dos Ministérios, será capaz de fazer um edital de fomento a peças de teatro



para o interior do Mato Grosso do Sul. Isso é não acreditar que hoje temos um sistema federativo organizado, com estruturas estaduais e municipais já mais robustas. Nós temos que caminhar para um processo federativo de fomento, porque o Ministério da Cultura precisará de muitos prédios. Se houvesse recurso suficiente para isso, de quantos prédios e de quantos funcionários nós precisaríamos para fazer editais para atender o País inteiro?

O atual cenário de mecanismo de fomento é esse. Eu sempre gosto de trazer o orçamento direto e as emendas parlamentares porque olhamos para o incentivo e para o Fundo Nacional da Cultura como se não houvesse orçamento direto, como se não houvesse emendas parlamentares. É importante trazer para o debate a alocação do orçamento direto do Ministério da Cultura e das emendas parlamentares para a contabilidade do dinheiro investido em cultura, para o atendimento das metas do Plano Nacional da Cultura, para o atendimento do Plano Plurianual do Ministério da Cultura. Isso é absolutamente ignorado, e nós temos que trazer esses dados. Inclusive gastos com manutenção. Eu sempre digo que, sem prédio, sem luz e sem servidor, não existe política de fomento. É preciso contabilizar esse dinheiro também.

O Vale-Cultura é um mecanismo diferente de fomento à cultura, porque estimula o consumo e a demanda. É uma política pela qual eu sou particularmente responsável no Ministério da Cultura. Penso que também é importante olharmos para isso, inclusive porque o consumo maior é com livros, revistas e cinema.

Lei Rouanet, incentivo fiscal, Fundo Nacional da Cultura e Ficarte, que já existe, mas não se viabiliza ainda porque, indo para a cultura, precisa de mecanismos de maior incentivo, de aporte de recursos para a sua instalação. Quando o gerente de banco nos oferece um fundo de investimento, queremos saber quais são as taxas, se há imposto de renda ou não, vamos atrás do melhor rendimento, de preferência que não morda no imposto de renda. Quer dizer, se não houver um incentivo atrativo para o gerente do banco vender o fundo, ele nunca vai vingar. Sabemos que essa é uma opção do *homo economicus*, ali na boca do caixa. Então, se não constituirmos um Ficarte efetivamente atrativo, ele nunca vai se implementar. Não é falta de vontade do Governo ou do Ministério da Cultura que o Ficarte não se implemente.

O ProCultura busca ampliar significativamente a carteira de investimentos, de financiamento para a cultura. Nós queremos, primeiro, trabalhar com investimentos, e acreditamos que essa será a solução para debater com o acórdão do TCU e a visão de potencial econômico dos projetos. Na linha do que a Ancine já realiza, ou seja, projetos com potencial econômico, com potencial de lucro, nós queremos ser parceiros, queremos ajudar aquele projeto a se desenvolver. Com certeza, precisamos de muito mais longas-metragens de sucesso, como os do Maurício de Sousa, mas esse dinheiro tem que retornar.

E de preferência, que retorne exatamente para o Fundo Nacional da Cultura, em que podemos fazer uma transferência, uma redistribuição de renda dentro do próprio sistema. Nós precisamos de um mercado cultural...

(Soa a campanha.)

O SR. LEONARDO HERNANDES – ...pujante, forte, econômico ativo, competitivo, para que todo o setor cultural possa crescer junto. O Ministério da Cultura acredito nisto: somente com um setor cultural economicamente forte nós vamos poder desenvolver a cultura do País como um todo.



Linhas de crédito, ou seja, podemos também fazer investimento. Porque os bancos têm pouco interesse em discutir o setor cultural, eles têm um cansaço. Dá um trabalho enorme lidar com artista; dá um trabalho enorme entender aquele projeto ali. Os projetos dos artistas têm pouco lastro. Então, somente o Ministério da Cultura vai poder fazer o debate com instituições financeiras para constituir linhas de crédito interessantes e viáveis. Os bancos por si só não vão fazer isso.

O ProCultura quer discutir os *endowments*, criar fundos patrimoniais. Nós não temos a cultura do *endowment* no Brasil; precisamos ter. O Maurício de Sousa, por exemplo, daqui a 50 anos – ele vai viver muito mais ainda –, pode constituir um *endowment* para toda a sua...

(Interrupção do som.)

O SR. LEONARDO HERNANDES – Nós precisamos ter um fundo patrimonial. O maior exemplo disso nós sempre dizemos que é o Nobel, que criou o seu prêmio a partir da sua herança. Nós precisamos constituir *endowments* para o Masp, para as orquestras, para as filarmônicas, para os grandes museus brasileiros. E as emendas nós queremos olhar para ele, o Vale-Cultura, o Ficart. Como eu falei, o ProCultura traz incentivos mais consistentes para estimular o Ficart.

Queremos dialogar com o financiamento coletivo, que é uma modalidade moderna, atual, que o sistema cultural inventou exatamente quando não encontra apoio, não consegue passar em um edital, não consegue captar via Lei de Incentivo, os *crowdfundings*. Isto é algo com o qual o Ministério da Cultura quer dialogar.

O ProCultura cria os fundos setoriais, ou seja, quer olhar para as linguagens, para garantir uma distribuição entre as linguagens e desconcentrar o recurso.

E o Financiamento fundo a fundo, que é essa política de descentralização das políticas de fomento, nessa perspectiva de que o Ministério da Cultura não dá conta de continuar operando editais para o País inteiro. Nós precisamos dialogar com as políticas estaduais e municipais.

Rapidamente, eu acho que esses são números que os senhores e as senhoras devem ter. Esses são os dados da concentração da Lei Rouanet, são dados já de 2015. Os dados de 2014 não são diferentes, onde o Sudeste concentra quase 80% dos recursos do incentivo fiscal. Não podemos perpetuar isso, que vem ao longo de vários anos. E o Sudeste, exatamente, vamos ver no próximo eslaide que... O Espírito Santo, por exemplo, que é Sudeste, está lá entre os Estados do Nordeste. Os Estados que realmente concentram São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais. E Minas Gerais já com uma diferença bem significativa de recursos.

Nós sabemos que São Paulo e Rio de Janeiro não são o Estado de São Paulo, o Estado do Rio de Janeiro, e tampouco é toda a cidade do Rio de Janeiro e toda a cidade de São Paulo. São alguns poucos escritórios que vão concentrar.

Aqui é um dado que muito nos impressiona, para dar dimensão ainda maior dessa concentração: toda a captação da história da Lei Rouanet é inferior, mas pouco maior, R\$10 milhões maior apenas do que o Sudeste captou em 2015. Quer dizer, o Norte e o Nordeste, somados, são R\$10 milhões apenas maior do que toda a captação do Sudeste.

Aqui é um quadro para comparar a concentração do FNC com o incentivo fiscal. Muito se fala: "Não, mas o País é concentrado". Claro, e não vai ser a Lei Rouanet e não vão ser as políticas culturais que vão conseguir inverter a concentração populacional de PIB do País. Porém, temos que ver o grau de concentração.



Como vemos ali, na primeira coluna, é o FNC de 2015 comparado à concentração do mecenato de 2014, que, pelos números, vocês estão vendo que não é diferente de 2015. Quer dizer, o FNC acompanha uma concentração natural do País – 41% do Sudeste, do FNC, 41% da população, 55% do PIB. Está muito mais próximo do que o dobro do mecenato. E nos outros índices, o Centro-Oeste, 11%, 7% da população, 9% do PIB; o Sul, 19% do FNC, 16% do PIB. Quer dizer, a concentração do FNC acompanha a concentração natural do País, não há a distorção que a Lei Rouanet provoca.

Aqui se trata daquilo que eu falava sobre a concentração, ou seja, não é o Estado do Rio de Janeiro, não é o Estado de São Paulo, mas a gente vê que 5% dos projetos acumulam metade dos recursos da Lei Rouanet, de 2014. Quer dizer, há uma enorme concentração de proponentes. Então, todo o recurso captado está com 35% dos proponentes.

Quais são os avanços possíveis no atual formato da Lei Rouanet? É racionalizar a gestão de incentivos fiscais. Quer dizer, nós queremos discutir uma outra forma de análise dos projetos, porque, hoje, eu sempre comento que a Lei Rouanet é muito cruel com a administração pública, porque todo o trabalho fica com a administração pública, no que diz respeito à análise dos projetos, ao acompanhamento e à prestação de contas. E quando o projeto dá errado, a culpa é do Ministério, e quando o projeto dá certo, o benefício é do incentivador. A gente nunca reconhece, quando o projeto é muito bem-sucedido por captação, que o mérito é da própria Lei Rouanet, e não da administração pública. Mas quando o projeto é um escândalo, aí a culpa é do Ministério, a culpa é da Lei Rouanet. E todo o trabalho também fica conosco. Quer dizer, a empresa simplesmente decide onde vai alocar o recurso que é público, e todo o restante do trabalho fica com a administração.

Queremos articular com as estatais, sim. Dentro do possível, queremos uma melhor alocação dos recursos público, visando às políticas públicas.

Estimular o patrocínio por pessoa física. Isso a gente já tem feito. Já fizemos um seminário, mas queremos ampliar isso. Essa é uma outra possibilidade que os movimentos culturais, os agentes não têm percebido. Ou seja, você pode criar um *pool*, você pode criar um clube de apoiadores de pessoa física com incentivo fiscal. Isso é muito pouco explorado ainda no Brasil.

Estimular novos patrocinadores.

Contínuo aperfeiçoamento da análise.

Acompanhamento mais efetivo. Nós precisamos evidentemente disso, porque a gente olha a pessoa quando entra e só vai dialogar com ela quando já virou um problema e vai ter que virar tomada de contas especiais. Quer dizer, trata-se da nossa capacidade de acompanhamento, de perceber se o problema do projeto no decurso dele ainda é baixo. A gente está muito empenhado nisso.

Prestação de contas financeiras por amostragem. A gente está trabalhando em dois momentos. A gente quer, primeiro, melhorar a nossa análise de projetos, observar como vamos dar conta da decisão do TCU. Por isso nós fizemos o embargo de declaração. Precisamos que o TCU nos ajude a estipular como nós vamos fazer a análise, porque há um binômio potencial de lucro. Com relação ao potencial de lucro, você ainda consegue fazer uma análise até cronométrica. Bom, ele quer se apresentar num teatro de 1.200 lugares, quer cobrar R\$300 o ingresso. Mas se ele vai ser totalmente custeado pela Lei Rouanet, tudo que entrar com relação aos R\$300 é lucro. Agora, a capacidade de atrair investimentos privados precisa de uma análise mais complexa e que eu acho, particularmente, que a gente não tem condições de parametrizar, de olhar a partir do



banco de dados. Mas esse é um grande desafio, porque, por exemplo, o caso do blog da Maria Bethânia. Claro, ela é uma artista consagrada, mas será que um blog de leitura de poemas de Fernando Pessoa atrairia algum investidor privado? Quer dizer, o fato de ser apenas um artista consagrado por si só não garante a captação. E todos os artistas inclusive falam dessa dificuldade. A Fernanda Montenegro sempre fala de quantas vezes tem que ir ao jantar do dono da empresa. Quer dizer, ela mesma tem que se esforçar e gastar o seu tempo no convencimento, tem que posar para fotos. Ou seja, não é pelo fato de ter o nome da Fernanda Montenegro que o projeto automaticamente já terá captação. Esse é um dado da realidade.

A prestação de contas financeiras por amostragem está no esteio do que o TCU e a CGU já avançaram com a Ancine. Numa análise de prestação de contas, nós queremos caminhar nesse mesmo caminho trilhado pela Ancine e discutir como racionalizar a nossa análise de prestação de contas, porque o TCU não analisa as prestações de contas de 5.545 Municípios. Ele faz isso por amostragem, numa matriz de risco. Então, é exatamente nessa linha que nós queremos caminhar para analisar as prestações de contas dos projetos culturais como um todo e não só dos que recebem incentivo.

Definição de critérios para projetos com potencial lucrativo. A partir da decisão do TCU, como comentei, nós estamos discutindo muito como, ainda na Lei Rouanet, podemos fazer uma análise desse tipo de projeto que se inscreve a todo momento nessa lei.

Com relação ao ProCultura, nós queremos discutir, pois está aqui no Senado Federal, já começou, já temos o Relator definido, o Senador Roberto Rocha, com o qual já estamos estabelecendo conversas. O atual projeto que chegou ao Senado foi muito transformado na sua tramitação na Câmara dos Deputados, perdeu o que nós consideramos a principal mudança de paradigma, que é a manutenção dos 100%.

O projeto ProCultura vinha exatamente para rediscutir os 100%, e voltou aos 100%. O projeto que está agora aqui no Senado Federal mantém os 100%. Queremos discutir com o Senador Roberto Rocha a possibilidade de esse percentual voltar para os 80% como teto e manter os 100% para doação – pessoa física e pessoa jurídica. Quando não há intenção da promoção da marca, manter os 100%.

Incentivos diferenciados de acordo com necessidades diferenciadas – essa é a grande mudança. A gente deixa de olhar os projetos culturais pelo seu tipo – hoje o enquadramento no art. 18 ou no art. 26, se é música erudita, se é teatro... O Ministro sempre conta a história de uma orquestra que, quando passou a cantar Luiz Gonzaga, perdeu os 100%; ela só tinha 100% quando tocava Mozart. Não faz o menor sentido esse tipo de coisa.

Nós queremos olhar os projetos a partir de sua distribuição regional e da aderência ao interesse público, que são as políticas públicas. Aí vai sendo escalonado. Se ele tem interesse comercial, terá espaço no ProCultura? Aí ele vai para uma linha de investimento ou linha de crédito. Agora, se atende ao interesse público, se atende a uma distribuição regional, aí ele vai escalonando e chegando, vai tendo mais incentivo, até o teto de 80%. Esse é o princípio do projeto; sempre foi e está garantindo, ainda.

O problema é que o projeto que chegou ao Senado traz os critérios de pontuação para escalonar essas faixas de percentual – o que nós, hoje, imaginamos que é absolutamente contraproducente. Você ter em lei os critérios de avaliação, com pontuação, para projetos culturais... O projeto nasce morto, porque a dinâmica do setor cultural é muito grande. Um critério que hoje está ali colocado, amanhã já não pode ser daquele jeito. Você precisa que os critérios de análise de projeto estejam em um nível



infralegal, porque deixar aqueles critérios na lei... É muito complicado você engessar daquela forma como está o projeto hoje.

O projeto hoje é um misto de regulamento com lei, de muitos penduricalhos; é necessário que a lei seja mais limpa, mais fluida. Posso dizer com total honestidade para os senhores e as senhoras: aquele projeto, se for aprovado, é inviável de ser administrado pelo Ministério da Cultura ou por qualquer outro. Eu desafio qualquer um, por exemplo, a entender como se distribuem os recursos do FNC naqueles percentuais que estão previstos hoje. Está muito confuso. O projeto precisa ser mais claro.

A possibilidade de parte da renúncia no ato da declaração da pessoa física é algo que, para a Cultura, dinamiza essa questão. E o Fundo Nacional de Cultura – melhor caracterização, patamar mínimo... Precisamos ter um fundo. O Fundo Nacional de Cultura precisa estar do tamanho necessário para fazer uma política federativa, e hoje ele está muito longe disso. Ele permite... Constrói os mecanismos para o repasse fundo a fundo – do Fundo Nacional para os fundos estaduais e municipais. Ele estabelece os fundos setoriais por linguagem e tem essas três modalidades: o fundo perdido, o investimento e o crédito. Isso está previsto exatamente para dar conta dos projetos de potencial econômico.

Sobre o Vale-Cultura eu não vou me estender aqui, porque já passei bastante. Mas deixo aqui uma semente para que a gente possa depois discutir o Vale-Cultura. Acho que é um mecanismo muito interessante de fomento à cultura e estamos trabalhando para sua atualização, inclusive legislativa. Estamos fazendo uma campanha, agora. Criamos uma nova campanha publicitária focada nos beneficiários. Estamos fazendo umas rodadas, chamando os empresários, os trabalhadores e os recebedores, os empreendimentos culturais, para entender o Vale-Cultura. Queremos chegar a três milhões de beneficiários do Vale-Cultura até 2019, é o que está no nosso plano plurianual. Isso vai significar... Se a gente chegar a essa meta significa que o Vale-Cultura vai aportar o que a Lei de Incentivo aporta, o mecenato. Nós vamos chegar a mais de R\$1 bilhão via Vale-Cultura só com esses três milhões.

É isso. Muito obrigado. (*Palmas.*)

O SR. PRESIDENTE (Ronaldo Lemos) – Muito obrigado, Dr. Leonardo Hernandez.

Com isso, eu passo a palavra ao Dr. Leonardo Edde, Vice-Presidente do Sindicato da Indústria Audiovisual.

Muito obrigado.

O SR. LEONARDO EDDE – Bom, primeiramente, obrigado a todos, obrigado a todos aqui da Mesa, obrigado a todos os presentes, obrigado especial ao Chacra, que é nosso parceiro, conselheiro da ABPITV, que hoje também fala em nome da ABPITV, que é uma grande parceira nossa: a Associação Brasileira de Produtores Independentes de Televisão. O Sr. Marco Altberg não pôde estar presente, porque ele está voltando do MIP, que é um dos grandes eventos internacionais e de conteúdo. Então, falo também em nome deles aqui.

Queria fazer uma reflexão rápida sobre o histórico das leis de incentivo, do incentivo à indústria criativa, que eu vou chamar, não vou chamar de cinema, vou chamar de audiovisual e vou chamar de indústria criativa tudo que se refere à cultura. Uma das questões mais importantes, ao nosso entender, é o que o Leonardo falou sobre a economia da cultura.

Acho que isso, nos anos 1990, na criação da Lei Rouanet, na criação da Lei do Audiovisual, ainda eram mecanismos para trazer a questão cultural quase do zero, porque se perdeu muito a importância do investimento em cultura. Então, são leis que surgiram



para quase fazer um milagre no setor cultural e acho que fizeram durante um bom tempo, acho que funcionaram muito bem durante um bom tempo.

Não é à toa que, do nosso lado, ao lado do audiovisual, a gente teve a chamada retomada do cinema brasileiro, a partir de meados dos anos 1990, com filmes como Central do Brasil, depois, nos anos 2000, com o Cidade de Deus, enfim, por aí vai. E há uma limitação de 4% do imposto devido, no âmbito federal, e evoluíram assim e dependem de como está a economia do País. Porque, na verdade, se você está fazendo um mecanismo que depende do imposto devido, depende da lucratividade das empresas e por aí vai.

No Sicav e na ABPITV a gente preza muito por falar para os nossos associados, que são entidades patronais, ou seja, são produtoras, empresas que estão associadas, sobre o desenvolvimento do setor, a importância do fortalecimento do que a gente chama da indústria, da capacitação dos gestores, não só dos roteiristas ou dos diretores ou dos produtores, mas principalmente dos gestores dessas empresas, da formalização dessas empresas. Porque hoje grande parte das pesquisas que a gente vê são pesquisas de empresas que, dentro do nosso setor, consideramos grandes, são empresas que têm 20 funcionários. Entendo que eu posso falar por toda a indústria criativa que empresas de 20 funcionários formalizados são empresas grandes. Então, o ambiente que a gente tem nessas pesquisas normalmente é uma parte às vezes pequena do setor e do potencial do setor.

Além disso, nessa formalização, a gente pretende que as empresas comecem a criar propriedade intelectual. Porque, até então, por exemplo, no caso da televisão, até o surgimento da Lei nº 2.485, a gente só podia fazer serviços, o que a gente chama de serviços, não tinha direito a essa propriedade intelectual.

Em 2011, a Lei nº 12.485 é mais um marco muito importante, posso dizer um dos mais importantes até aqui, na indústria do audiovisual pelo menos, que fez com que mudasse de fato o paradigma.

Antes, não tínhamos – aí falo no âmbito do conteúdo em si – o controle da propriedade intelectual; a partir de 2012, começamos a ter automaticamente, porque as TVs foram obrigadas a ter uma faixa do seu *prime time*, enfim, com produções independentes brasileiras; e trouxemos a possibilidade de ter a Condecine, que na verdade foi criada em 2002, na MP nº 2.228, e depois foi acrescida da Condecine Teles, em 2011, começamos a ter de fato um ciclo que estamos chamando de virtuoso, da indústria do audiovisual, a partir do momento em que nós mesmos geramos, vamos dizer, um insumo, um investimento, o retorno desse investimento para a própria atividade.

Por que isso é importante? A partir do momento em que somos criadores de conteúdo de propriedade intelectual, e a cadeia do audiovisual baseia-se em compra e venda de direitos, tem toda a produção, a distribuição, tudo mais, mas é compra e venda de direitos; Maurício de Sousa mais do que nos prova isso.

Então, a partir do momento em que você tem o controle sobre essa propriedade intelectual, você tem o controle dessa distribuição, você tem um mercado, você tem um amplo mercado para a distribuição dessa propriedade intelectual e você paga por ela, ou seja, pela comercialização dela, cada título, cada obra que a gente cria, a gente paga o que se chama de CRT, que é o Condecine, a gente tem que ter um Certificado de Registro de Título para cada segmento. Então, eu pago para a TV a cabo, pago para a TV aberta, eu pago para o cinema, para as salas de cinema e a cada cinco anos, se eu não me engano, eu tenho que renovar. O próprio setor já paga a Condecine, que é a Condecine Título, por cada obra que gera.



A partir de 2011, da lei, as teles entraram no serviço de acesso condicionado e posso dizer que, em contrapartida, começaram também a pagar a Condecine, que é o que a gente entende hoje por Condecine Teles, que foi um acréscimo muito grande na receita da Condecine, porque é pago por unidade de telefone. Então, hoje a gente tem 275 milhões de telefones, se eu não me engano, ativos no Brasil e a Condecine é paga em cima disso.

Como a gente poderia fazer isso realmente se transformar em novas obras, em um novo mercado, quer dizer, em uma evolução no mercado, em uma aproximação com a indústria? Pois a gente entende, hoje, que ainda não é indústria, principalmente porque falta uma percepção de todos ao nosso redor do mercado ser entendido, desse setor ser entendido de fato como indústria.

A criação do Fundo Setorial do Audiovisual ajudou muito a isso, ou seja, hoje a gente tem um fundo que basicamente é alimentado pela Condecine, tanto a Condecine do próprio setor, Condecine Título como Condecine Teles. Então, a gente tem de entrada de Condecine, por ano, em torno de um pouco mais de R\$1 bilhão. Parte desse dinheiro vem para o fundo e é distribuído, é investido – aí é a evolução, acho, da questão da lei para todo o setor cultural, para toda a indústria criativa – em vários programas diferentes.

Têm programas de inovação de linguagem, por exemplo, que são os que informalmente chamamos dos filmes de arte, os filmes que desenvolvem a cinematografia brasileira; pelo menos 30% vai para a descentralização. Ou seja, hoje, o fundo está, se eu não me engano, em todas as unidades da Federação, investindo junto com os agentes locais, que é uma coisa que o Leonardo falou, que é muito importante de se fazer aqui no Ministério também, não concentrar isso aqui em Brasília, disseminando para todas as unidades da Federação, mas desenvolver os agentes locais para serem capazes de serem multiplicadores disso. Têm os programas que falam com os filmes de potencial comercial, potencial de bilheteria, potencial de venda.

Concordo plenamente que é muito difícil a gente entender se aquele filme tem um potencial de captação de recursos, porque a gente ainda não é uma indústria de fato, ainda não tem essa segurança como indústria e quando eu falo aqui estou falando da indústria do audiovisual brasileiro, independente, depois eu falo um pouquinho de como é a indústria como um todo, do audiovisual no Brasil. Mas, sim, existem filmes que entendemos que há um potencial grande de lucratividade. Ou seja, como um grande exemplo temos as comédias que a gente vê que despontaram há 5, 6 anos e vêm, ainda, em um crescente de número de produções.

São comédias que trazem a linguagem do que a população inteira vê na televisão desde sempre, ou seja, a nossa cultura da televisão para o cinema, com atores que são do nosso *star system*, o mesmo sistema que os americanos utilizam. Então, você pega um ator que desponta na Globo, que tem muitos seguidores, que é uma celebridade, e você coloca numa linguagem que o público, que a sociedade está acostumada a ver, no seu dia a dia; coloca numa tela grande, cria uma experiência com pipoca, com sala fechada, um bom som, e tem um aumento na bilheteria no cinema.

Essas comédias foram muito criticadas por serem de grande apelo comercial e estarem utilizando-se de lei de incentivo. Eu particularmente não faço, porque a marca da minha empresa não tem esse tipo de filme. Mas só por isso.

Então, o que essas comédias fizeram pela indústria? Começaram a levar de novo a sociedade para o cinema. Gostando ou não, sendo boas ou não para mim e para vocês, que temos opiniões diferentes, obviamente, a sociedade gostou e voltou a ir ao cinema, a entender que o cinema brasileiro é um bom cinema tecnicamente falando, criativamente



falando, tem um grande potencial de entretenimento. Não é só a comédia romântica americana que entretém, o filme brasileiro também entretém. E não são somente aqueles filmes fechados, os famosos filmes cabeça.

Essas comédias, com a ajuda do fundo setorial, da lei de incentivo e também das televisões hoje, com o art. 3º-A, começaram a trazer de volta para nós o "marketier" que a gente tinha há muito tempo. Digo isso pelo seguinte – longe de mim defender as comédias ou o filme de ação, o gênero que for – a legislação para a gente, ou seja, o Governo Federal e os governos estaduais e municipais, muito mais do que serem fomentadores simplesmente, são parceiros no desenvolvimento da indústria. Então, a gente precisa entender a indústria do nosso caso, a indústria criativa como um todo; mas vou falar pelo audiovisual.

A indústria do audiovisual como indústria precisa começar a ser percebida como indústria que gera – no último estudo, que se não me engano foi em 2013 – R\$22 bilhões no seu todo, de valor agregado. Estamos crescendo cada ano. Embora o cinema esteja perdendo espaço para o vídeo sob demanda, para a televisão, entendemos que cada vez menos gente está querendo ir ao cinema. Os números não refletem isso, pois são de acréscimo todo ano, desde 2011. Se não me engano, temos sete ou oito anos de evolução no mercado das salas de exibição.

Isso se dá por quê? Por conta desses novos filmes, por conta também de uma evolução de Hollywood – aí estamos falando do todo, da indústria audiovisual como um todo –, que se renovou nesse tempo. Estamos falando da abertura de novas salas, que é muito importante para a gente realmente ter um mercado consistente, ter uma indústria, ter espaço para ocupar.

Hoje, se não me engano, acabamos de passar de três mil salas, no Brasil, praticamente todas elas digitalizadas. E se pensarmos que um filme como Vingadores, como Batman versus Super-Homem ocupa 1.100, 1.200 salas, e há três, quatro, cinco filmes estreando, entre grandes e médios, por final de semana, dois filmes já ocupariam as todas as salas do País.

Então, embora tenha o Mauricio de Sousa com toda a sua tradição, com todo o seu público, por mais que se consiga produzir, ainda é um grande desafio distribuir, seja aqui dentro, seja internacionalmente. Então, a evolução da quantidade de salas de cinema ainda é uma questão muito importante.

Vamos passar... Está aqui. Desculpa.

Falarei só um pouquinho, aqui. Na verdade, eu queria muito mais falar do que passar a apresentação, mas aqui tem alguns números interessantes.

Primeiro, sempre falamos de produção independente. Neste caso, estou da Lei nº 12.485, que foi um grande marco na história do audiovisual. É importante dizer que tudo o que a gente vai fazer – e quando estou dizendo "a gente", estou colocando-me inclusive na posição do Governo enfim – é para a produção independente.

Então, toda a legislação é voltada para a produção brasileira independente. São centenas de regras. Todas são muito específicas, estabelecidas para proteger o setor independente.

Já falei um pouco do que foi a lei da TV paga. Antes da lei da TV paga, praticamente não tínhamos conteúdo em português. Só tínhamos conteúdo internacional, alguns documentários, às vezes, feitos para um ou outro: para o National Geographic ou para o Discovery, já usando o art. 39, não de investimento próprio.



A partir daí, começamos a ver, na verdade, um equilíbrio muito grande, de fato, entre conteúdo em português e conteúdo internacional. A quantidade de horas que subiui foi de 385% a mais exibidas.

O crescimento da TV paga de lá para cá, de 2001 a 2015, realmente deu um salto a partir da 12.485. As TVs, as programadoras, eram muito reticentes a conteúdo independente brasileiro. Elas achavam que só o conteúdo internacional dava público ou audiência e viram que o brasileiro queria se ver na TV também, assim como acontece com o americano, assim como acontece em todo lugar do mundo.

Então, começou a entrar muito conteúdo nacional, assim como a criação da classe chamada de B2, a subida de 40 milhões de pessoas, enfim, de classe social, que começaram a se ver na televisão. Foi realmente um momento muito grande na venda de TV paga no Brasil.

Hoje, com a crise, na verdade, mantiveram-se esses 18 ou 19 milhões de assinantes. Então, entendemos que a TV a cabo está passando pela crise. Vamos ver os próximos passos.

O impacto econômico do setor audiovisual, no todo – falei dos 22 bilhões, em 2013, na economia –, agora, mais importante do que isso é o impacto dos empregos gerados de outros setores abarcados pelo audiovisual, porque, se falarmos de indústria criativa, como um filme, uma série, um conteúdo, uma obra audiovisual, teremos grande parte da indústria criativa ali dentro. Teremos música, arte, *design*, literatura, enfim, uma série de segmentos na indústria criativa que estão ali dentro.

Assim, o audiovisual é, na verdade, um agregador de todos esses segmentos.

Por outro lado, na questão da produção, da cadeia produtiva, cada vez que fazemos um filme ou uma série, qualquer conteúdo audiovisual, utiliza-se, além da mão de obra qualificada para o próprio audiovisual, transporte, alimentação, hotelaria, passagens aéreas, enfim, uma série de mão de obra e serviços indiretos, que abarcaria quase tudo que temos.

Aí, ainda o impacto.

Aqui, a diferença entre 2007 e 2013. Ali, em 2007, temos quase 65% do impacto econômico vindo da TV aberta; em 2013, isso já cai para quase 45%. Na verdade, falo errado. Não caiu; tudo cresceu, e a produção independente cresceu mais ainda. Foi um acréscimo de valor agregado, que – lá, em 2007, se não me engano, era de 8 bilhões, ou qualquer coisa assim –, em 2013, vai para 22 bilhões.

Vemos que produção independente, com o incentivo das leis criadas, consegue ir muito mais longe, ou seja, o setor consegue se fortalecer.

Pode passar.

Aqui alguns exemplos disso. Desde 2011... A gente tem cinco anos de lei, praticamente. Algumas das produções importantes de animação, por exemplo, estão hoje aí no mundo inteiro. Aí se fala de propriedade intelectual; falando de propriedade intelectual se fala de licenciamento. E algumas delas já não precisam de investimento via lei de incentivo, numa segunda e terceira temporada, porque conseguem andar sozinhas.

Se a gente olhar o mercado como um todo – distribuição, captação, produção – nas leis, não olhar só para a produção ou só para a distribuição, a gente vai conseguir, num longo prazo – ainda há uma longa caminhada –, que o setor audiovisual seja autossustentável, sempre ressaltando que em qualquer lugar do mundo o setor audiovisual é muito estratégico e por isso é sempre muito próximo dos governos.



Então, há Mônica, por exemplo; há o Peixonauta, que todo mundo certamente conhece; Irmão do Jorel. Enfim, são alguns que estão fazendo sucesso no mundo inteiro. E animação é muito interessante porque você dubla e vai para qualquer lugar do mundo.

Aqui mais de animação. Tromba Trem também foi um grande sucesso. Sítio do Picapau Amarelo eu não preciso nem falar. Historietas...

Sítio do Picapau é interessante, porque se não me engano não é considerado independente. Como é um conteúdo que vem da Rede Globo, ele é coproduzido. Então, tem certas restrições. Não é como um Peixonauta, que saiu do zero, da cabeça de um produtor independente. É importante ficar claro que, obviamente, temos que evoluir nas leis, em como administramos tudo isso, mas há muitos itens de defesa do mercado.

Aí algumas produções de ficção. Gaby Estrella. Pelo menos quem tem filhos deve conhecer. Detetives do Prédio Azul, também, que a minha filha não para de ver. Tem Criança na Cozinha. Então, há vários conteúdos.

Se Eu Fosse Você – a série, que já é um *spin-off* dos filmes. E já é uma evolução do mercado começar a fazer *spin-off*, que também é licenciamento. Assim como o bonequinho da animação, o *spin-off* é uma espécie de licenciamento.

Aí a gente fala de janelas. Vou falar só um pouquinho. Pode?

(Intervenção fora do microfone.)

O SR. LEONARDO EDDE – Um minutinho? Então, falarei rapidamente das janelas, que é uma das evoluções do setor; da consistência e da independência do setor.

A regulação do VoD e do ambiente digital é uma das coisas que a gente já está discutindo e precisa ser feita rapidamente, porque essa é uma oportunidade – não só para o audiovisual, mas de fato para todos – que se apresenta para o setor, e a gente precisa evoluir. As leis de incentivo vão abarcar isso já e precisamos entender como esse ambiente digital será utilizado, porque hoje temos muita pirataria; e é a mesma pirataria que há nos bonecos, no licenciamento.

Antes, era a TV como primeira tela. Só havia a TV. Mas antigamente era muito mais o material impresso, livros, jornais; TV como segunda tela.

Hoje, há pessoas que assistem à TV como segunda tela; há gente que assiste a várias telas ao mesmo tempo, que é a grande maioria hoje em dia. E as múltiplas telas sem TV, que é um avanço de 2015. Já começou há muito tempo, mas em 2015 isso realmente se consolidou. Não é à toa que todos os canais, ou quase todos estão criando os próprios Plays, como a gente os chama, que são os OTTs. Então, hoje você assiste à própria Rede Globo onde você quiser, no objeto que você tiver: no seu *smartphone*, no seu *tablet*, no seu computador, o que for, e você não precisa mais da televisão.

Vou falar do momento da produção independente só para fechar.

Na verdade, temos a renovação das leis de incentivo, pelo menos da Lei do Audiovisual, que entendemos ser muito importante, por isso tudo que disse, e a discussão da Lei Rouanet, obviamente. Hoje em dia, ela é menos importante para o audiovisual do que era antes, porque, hoje, os longas-metragens, as séries, são todas feitas a partir da Lei do Audiovisual, não mais da Lei Rouanet, mas ainda temos um bom trabalho com esta Lei.

Então, precisamos fazer uma discussão e a renovação dessas leis num curto prazo e também, quero fechar com isso, entender a economia da cultura de uma forma geral. Precisamos olhar muito mais para a economia da cultura, para a indústria cultural, do que propriamente para um projeto ou outro.



Precisamos começar a discutir essas leis e as suas renovações, as novas leis, enfim, o que vier, pensando muito na indústria cultural do que propriamente num projeto ou outro, porque as empresas precisam disso.

Obrigado. Desculpem-me por me alongar. (*Palmas.*)

O SR. PRESIDENTE (Ronaldo Lemos) – Obrigado, Sr. Leonardo Edde, por sua fala. Vou abrir para o comentário dos Conselheiros, sugerindo que, devido ao fato de que o Leonardo Hernandez vai ter de sair agora, às 11h, que priorizemos perguntas para ele.

Então, pergunto aos Conselheiros se há alguma pergunta para o Sr. Leonardo Hernandez.

Pois não, Conselheira Maria Célia.

A SRª MARIA CÉLIA FURTADO – Muito obrigada. A sua apresentação foi ótima. Fiquei um pouco curiosa para saber sobre Vale-Cultura.

Tínhamos na ANER Revistas até campanha, filme, um volume muito grande de trabalho ligado ao Vale-Cultura. Depois, de repente, parece que o Vale-Cultura tinha sumido. Estou vendo agora e me dá a sensação de que ele ressuscitou.

Por favor, pode-me dizer como é que anda isso.

O SR. PRESIDENTE (Ronaldo Lemos) – Vamos pegar todas as perguntas para o Leonardo e, depois, fazemos o seguimento.

Por favor.

O SR. NASCIMENTO SILVA – Bom dia a todos. Bom a todas. Quero agradecer a presença dos senhores aqui e parabenizar o Presidente pela condução dos trabalhos. Mais um desafio.

Quando pensávamos – digo isso 99% por mim – em trazer essa discussão para este espaço, havia sugerido inclusive alguns nomes e declinamos alguns, por indicações, enfim... Mas ainda sinto a falta daquele profissional que resgata a cultura neste Brasil lá dos rincões. Sinto falta dele aqui, para colocar as dificuldades que eles têm no tocante ao incentivo à cultura.

Não posso dizer que este debate ficou prejudicado, porque estou aqui e quero reavivar essa memória e essa preocupação, com relação ao Maurício, de lá de Itaúna, que, há mais de 10 anos, tenta buscar incentivo à cultura e não consegue. Ele é um artista plástico, que vem desenvolvendo um trabalho de som, com música também, com cano de PVC, enfim, garrafa d'água, tambor.

Fui ver o seu trabalho e fiquei encantado, mas não é só esse trabalho, porque ele desenha muito bem. Foi convidado, inclusive, para expor em Nova York e não teve verba para se deslocar.

Como o Maurício de Itaúna, há outros tantos Maurícios neste Brasil que procuram, através da Lei Rouanet, através das Leis de Incentivo à Cultura, os empresários, para ver se eles indicam a verba, naquele ano, do seu Imposto de Renda, do Imposto de Renda da sua empresa, para fomentar essa cultura regional.

E a gente percebe que eles não conseguem; parece que os empresários não querem dizer o que ganham ou como ganham e não querem expor essa situação através da Lei de Incentivo à Cultura, porque não é possível!

As desigualdades são muitas na questão da busca desse patrocínio. Aí eu vejo aqui o Maurício de Sousa, representado pelo Rodrigo, que efetivamente já está bem na fita, vejo aqui o Leonardo Edde... E eu estava preocupado e aí vai a pergunta para o Leonardo Hernandez: a política de cultura neste Brasil um dia poderá ser de Estado? Ou ela tem de ser só uma política de governo? Porque entra governo, sai governo, a concepção muda.

Com relação ao Rodrigo...



O SR. PRESIDENTE (Ronaldo Lemos) – Conselheiro Nascimento, só porque ele terá de sair às 11h. Então, eu só seguraria as outras...

O SR. NASCIMENTO SILVA – Fecho então.

O SR. PRESIDENTE (Ronaldo Lemos) – Está bom. E aí pode retornar depois.

O SR. NASCIMENTO SILVA – No momento mais importante do debate, os debatedores têm de ir embora...

O SR. PRESIDENTE (Ronaldo Lemos) – Já havia avisado, Conselheiro.

O SR. NASCIMENTO SILVA – Não estou discutindo se já havia ou não, Presidente, por favor. Não é essa a questão e não é crítica pejorativa que estou fazendo. É para pensarmos, em um futuro, nós todos, inclusive os convidados, em dar importância ao debate, porque ele vai embora. Eu tenho certeza de que há um monte de gente para fazer um monte de pergunta, mesmo porque está todo mundo nos vendo e nos ouvindo. Eu queria registrar isso, depois me inscrevo, então, para falar sobre a questão do Rodrigo.

O SR. PRESIDENTE (Ronaldo Lemos) – Obrigado.

Por favor, Conselheiro e depois Chacra.

Só pediria para ser rápido para respeitar o horário do palestrante.

O SR. ISMAR DE OLIVEIRA SOARES – Eu teria uma pergunta a respeito do financiamento dos polos de cultura, que não foi tratado, não sei se é neste âmbito ou não, mas é algo que diz respeito à base da sociedade.

A segunda questão é saber se, com as mudanças que as discussões políticas que ocorrem neste momento no País, como os avanços que já foram feitos na perspectiva de mudanças poderão ser retomados, porque forças políticas e econômicas estão por trás de tudo isso.

Então, são essas duas questões.

O SR. PRESIDENTE (Ronaldo Lemos) – Chacra, por favor.

O SR. LUIZ ANTONIO GERACE DA ROCHA E SILVA – Eu queira falar para o Leonardo Hernandez que – quando o Leo Edde, meu companheiro de tantas lutas, e, na semana que vem, estaremos na paritária, discutindo salários –, se o MinC tem algum canal de diálogo, alguma intencionalidade. Quando o Leo fala que ainda não somos uma indústria, para mim é assustador, porque eu represento o plantel de técnicos especializados nessa indústria. Eu acho que é muito pequeno o MinC para comportar essa indústria. Quero saber se há algum diálogo, alguma aproximação interministerial, por exemplo, do Ministério da Indústria e Comércio com o BNDES.

À medida que defendo que toda sociedade brasileira tem o direito de se expressar artisticamente, mas nós somos aqueles que se profissionalizaram e que tocam isso, eu acho que isso vai muito mais além: se vocês ficam circunscritos ou se existe essa possibilidade, esse encaminhamento.

O SR. PRESIDENTE (Ronaldo Lemos) – Muito obrigado, passo a palavra para o Leonardo Hernandez... Desculpe-me, não havia visto. Por favor, pode fazer sua pergunta.

A SRª MARIA JOSÉ BRAGA – Bom dia a todos e a todas, obrigada, Presidente.

Muito rapidamente teria várias considerações – acho que como, o próprio Leonardo Hernandez disse: "Somente a Lei Rouanet nos daria um debate bastante extenso e produtivo", mas eu vou me ater a uma única questão que mais me preocupou na fala do representante do Ministério da Cultura.

Primeiramente quero dizer que acho, sim, que houve avanços consideráveis no Brasil, nos últimos tempos, e principalmente com financiamento direto, por meio dos editais, o que possibilitou já que muitos atores, vamos dizer assim, da produção artística, conseguissem minimamente se expressar.



Mas o que mais me preocupou foi quando o Leonardo Hernandez disse que o Ministério da Cultura brasileira não tem condições de fazer um edital se preocupando com o grupo tal de Mato Grosso do Sul, se não me falha a memória foi o exemplo que ele citou.

E aí eu pergunto, nessas discussões que estão sendo travadas, nas mudanças que estão sendo estudadas e, principalmente, nessa questão do federalismo e da transferência de fundo a fundo, como que o Ministério está pensando para efetivamente diminuir essa concentração regional e de algumas linguagens artísticas existentes hoje, podendo fomentar, sim, a cultura nacional e não apenas a produção de produtos culturais?

O SR. PRESIDENTE (Ronaldo Lemos) – Mais alguma pergunta?

Acredito que não.

Passo a palavra, então, para o Leonardo Hernandez para comentários e respostas.

O SR. LEONARDO HERNANDES – Eu vou começar pelo final.

Deixa eu me expressar, então, melhor. Quando eu disse que o Ministério não dá conta de ser a Secretaria de Cultura do Brasil, nós temos que perceber, em duas pontas, que o Ministério da Cultura tem um esgotamento da sua capacidade administrativa e um tamanho de demanda aberta, principalmente quando a gente considera que o Ministério abriu diversas frentes, como eu falei, de compreensão de novos aspectos da cultura que antes eram absolutamente relegados, como outros aspectos da cultura que não apenas as belas artes, então, a gente abriu vários flancos de novas demandas, de novos saberes e fazeres culturais que as políticas públicas simplesmente não atendiam.

Então, passamos a dialogar com um Brasil mais profundo. Só que aí surgiu um grande desafio para o Ministério, quer dizer, um Ministério com pouca estrutura, pouco capilarizado no Território brasileiro, daria conta ele, daqui da Esplanada dos Ministérios, de fazer um edital para ciganos? Imaginem, os ciganos são pessoas que não têm endereço fixo, imaginem qual a dificuldade para um Ministério fazer. E fez. E não só um, fez mais de um edital para ciganos.

Mas aí foi caindo a ficha para o Ministério de que... E vamos olhar que o Ministério que fez esse caminho também partiu para discutir o sistema nacional de cultura, por onde o Ministério acredita constituir uma política de Estado.

Então, o que o Sistema Nacional de Cultura prevê na sua estrutura? Um, que já está lá, já está na Constituição Federal o Sistema Nacional de Cultura. Então, já subimos de patamar de uma compreensão de política de gestão da cultura brasileira que não pertencer mais ao Governo, está na Constituição Federal. Mas esse trabalho está inconcluso. E qual é a parte que está exatamente inconclusa? É o financiamento, como esse sistema vai ser irrigado de recursos para financiar as suas políticas.

Então, quando eu falo que o Ministério... E hoje ele faz, a Funarte faz os editais para as peças de teatro do interior do Brasil, só que a um custo enorme. A Funarte é outro órgão que está muito defasado e muito envelhecido.

Somente dialogando com os Estados, com os Municípios, que caminharam muito nesses últimos anos, criando o salto da quantidade de órgãos específicos para a cultura nas capitais do Brasil. Nos últimos dados da Munic é impressionante, ainda estamos longe de chegar nos cinco mil Municípios. Mas já foi um salto significativo de mais de 100% de crescimento. Então, nós temos que fomentar isso, nós temos que jogar luz sobre isso.

Então, o que nós estamos discutindo? Criar mecanismos de repasse de recursos para os fundos estaduais, que deverão repassar para os fundos municipais para aplicar



políticas pactuadas. Pactuadas como? Pelos planos estaduais e pelos planos municipais de cultura. E aí também a gente sai de uma política de Governo, porque quando você estabelece um plano de dez anos, você tem que respeitar aquele plano. Aquele plano é controlado por um conselho de cultura, o que nós chamamos de CPF. O sistema prevê que para você entrar no sistema e receber os recursos você tem que ter o C de conselho, o P de plano e um F de fundo. Esse CPF, os Estados e Municípios precisam ter para receber os recursos.

Então, o plano nacional tem macro diretrizes, os planos estaduais têm suas diretrizes e os planos municipais têm suas diretrizes e o dinheiro tem que chegar para cumprir o que as metas e as diretrizes desses planos estão prevendo.

E aí a gente sai de uma política de governo para uma política de Estado.

O início disso já está desenhado na Constituição Federal, falta a outra parte. Há um artigo que diz que a lei necessita de uma lei complementar, de uma lei regulatória para esse sistema operar, que é exatamente uma lei que vai poder regular e dizer como é que isso se opera.

É o mesmo modelo do SUS, ou é o mesmo modelo do SUAS, só que é um grande desafio, porque no SUS e no SUAS, que é o Sistema Único de Assistência Social, os serviços a serem feitos pelos Estados, pelos Municípios, é muito fácil, muito mais concreto de ser estabelecido. Na Cultura, o setor é muito mais dinâmico, então, há um desafio para a gente definir, estabelecer as competências da União, dos Estados e dos Municípios nas políticas culturais.

Mas os planos existem, então, os planos podem apontar para o que será financiado. Essa parte da regulação do Sistema Nacional é a parte que falta. Recebi, recentemente, um Deputado para dar parecer em um projeto de lei de iniciativa da Câmara dos Deputados, que busca regulamentar, se propõe a ser essa lei de regulamentação do Sistema Nacional.

Essa é a discussão do momento, eu diria, tanto entre os secretários, nos fóruns estaduais de cultura, e nos diversos congressos. Que dizer, a discussão de como se estabelece o repasse fundo a fundo, é a discussão do momento que hoje o Ministério trava. E é por isso que nós acreditamos que não podemos saltar de uma política de governo para uma política de Estado, e vamos chegar nesse Brasil profundo, que o Ministério da Cultura precisaria de três Ministérios para dar conta das suas demandas. Atualmente, faz, mas sob um esforço tremendo.

E aí eu queria dizer o seguinte: sobre os incentivos fiscais, os povos de cultura e da dificuldade de serem atendidos. A Lei Rouanet, eu falo isso porque o Ministro fala isso o tempo todo, é extremamente perversa com esse tipo de pessoa, de agente cultural, porque vende a ilusão de que ele vai conseguir captar o recurso.

Estava falando aqui para o Dr. Ismar que nós temos cerca de nove mil projetos, que se inscrevem por ano, três mil mais ou menos caem na admissibilidade, porque não são de cultura, porque o proponente não pode fazê-lo, seis mil recebem a carta de captação. E o sujeito recebe a carta de captação, fica felicíssimo porque vai conseguir captar aquele dinheiro, e quando ele vai para as empresas, não se realiza. E desses seis mil, três mil vão efetivamente captar, e vão captar muito abaixo do seu esperado.

Por mais que a gente torture as regras, a lei de incentivo dificilmente vai atender esse tipo de artista, o que nós precisamos é de um Fundo Nacional de Cultura forte o suficiente para realizar esse repasse fundo a fundo, para atender esses setores da cultura que nunca vão conseguir atrair a atenção dos gestores de *marketing* das empresas.



As leis de incentivo são leis de mercado, têm uma conta que tem que fechar, que é: eu tenho que me interessar, a minha marca tem que se agregar a esse sujeito e isso vai me gerar uma visualização em uma camada... Eles têm pesquisas para atender o público deles, ele sabe se aquele artista vai atingir o público dele, o perfil dele, isso é um cálculo econométrico, que as agências de *marketing* sabem muito bem fazer. Se o artista não atende aquele perfil, se o produto dele não atende aquele perfil, ele dificilmente, quase nunca vai ter, porque é um instrumento de mercado.

O que nós precisamos ter? Um instrumento de mercado. A Lei Rouanet produziu efeitos, conseguiu constituir mercados, não constituiu ainda indústrias, mas do que a gente precisa para atender todo esse universo de artistas frustrados é de um Fundo Nacional de Cultura do mesmo tamanho. Porque não vai ser lei de incentivo, por mais que a gente... Se a gente tortura as regras e fala assim: "Não, você só vai poder portar lei de incentivo de você for esse artista aqui e outras coisas". Ele simplesmente não aporta, a decisão é dele.

Então, ele vai para a lei de esporte, para uma outra lei de incentivo. A gente não pode obrigar a empresa a aportar o imposto de renda dele naquele instrumento. E a gente pode acabar matando esse mecanismo, a gente não tem esse interesse, a gente quer trazer o interesse público para frente, a gente quer desconcentrar, mas temos que ter muito cuidado, porque senão ele simplesmente não aporta o recurso.

Quem vai atender esse artista, quem vai atender os povos de cultura, quem vai conseguir capilarizar um financiamento à cultura, é um Fundo Nacional de Cultura forte, é isso que nós precisamos ter. As leis de incentivo nunca vão conseguir, porque a decisão não é pública, a decisão é privada. Ou nós abandonamos esse princípio, mas isso também é importante para o mercado.

Sobre o Vale-Cultura, o Vale-Cultura teve uma campanha inicial forte de lançamento, aí ele entrou no período de defeso, do período eleitoral, e aí as campanhas publicitárias tiveram que sair de campo, a gente teve uma troca de Ministros, só a Secretaria de Fomento e Incentivo teve cinco secretários, no período de um ano, foi muito difícil. Quando a gente assumiu, fomos fazer um diagnóstico do programa, criamos uma nova campanha publicitária, não tivemos recursos suficientes para ir à TV aberta, mas tivemos para internet e TV paga.

Agora, focados vídeos documentais de histórias reais de trabalhadores beneficiados. Inclusive, nós queremos parceiros no setor privado, nos cinemas, nas livrarias. Nós temos todo o material de campanha para ser veiculado e criamos o que estamos chamando de Rodada do Vale-Cultura. Já fomos a quatro Estados, listamos as 16 maiores regiões metropolitanas de maior quantidade de trabalhadores formais, e, nessas regiões, estamos fazendo um café da manhã e um café da tarde. No café da manhã, estamos fazendo um grande chamamento para os empresários, para os gestores de RH, para os sindicatos patronais, para conhecerem o Vale. Chamamos as operadoras do cartão para participar, ou seja, eles podem fechar propostas ali mesmo, na reunião, e, no período da tarde, falamos com os trabalhadores e com os empreendimentos culturais que recebem o Vale e também com as operadoras para negociar e fechar acordos.

O secretário e eu estamos dividindo, programados para irmos a Recife, que vai ser a próxima capital a que vamos. Vamos fazer interior de São Paulo. Já fizemos Belo Horizonte, Brasília, Curitiba e Fortaleza. Brasília, fizemos neste ano; as outras, no ano passado. Estamos fazendo essa campanha e buscando estatais e grandes congressos. Vamos participar do Encontro Nacional de Gestores de RH em São Paulo em agosto. Estamos buscando esses momentos de grande concentração de empresas desses



congressos nacionais para apresentar o Vale-Cultura. Então, estamos investindo. O Ministério já alocou recursos, novamente, para voltar a campanha publicitária neste ano, e estamos, de novo, reforçando o Vale. Achamos que o momento é muito difícil e tal. Há crise. Mas a gente acredita que o Vale é um benefício muito barato. Então, nós o estamos ofertando como uma alternativa para o momento em que a empresa está em grande dificuldade de aportar aumentos salariais e benefícios. Quer dizer, o Vale-Cultura de R\$50,00 sai por R\$45,00. E, se ele for lucro real, ainda pode renunciar isso no imposto de renda. Se não houvesse os benefícios sociais – porque o Vale não incide –, custaria R\$84,00 o mesmo benefício. Então, temos falado isso para as empresas e para os trabalhadores: olha, é um benefício interessante para se ter na mesa de negociação dos dissídios. Estamos monitorando os dissídios todos para ofertar para os grandes acordos coletivos, para ofertar o Vale-Cultura. Estamos monitorando tudo isso para fazermos o Vale crescer e chegar, pelo menos, a três milhões.

Houve um grande debate de que a meta, quando o Vale surgiu, saiu com uma meta de 12 milhões. Aí, *O Globo* fez até uma matéria: não, caiu de 12 para três, que absurdo! O erro não está no três. O erro está no 12, porque, imaginem: o Vale Alimentação demorou 40 anos para atingir 19 milhões de beneficiários! Quanto tempo nós vamos demorar para chegarmos a 12 milhões, se o Vale Alimentação demorou 40 anos para chegar a 19? Achar que o Vale-Cultura chegaria a 12? Pois 12 milhões é o público potencial máximo que alguém achou que era, quando foi lançado o programa, mas nunca é uma meta factível para um ano de programa. Por isso, nós...

A SRª MARIA CÉLIA FURTADO – Eu quero colocar à disposição a Aner, porque a gente tem uma campanha pronta incluindo TV. Gostaríamos muito de usar as bancas de revistas para serem lugares de uso, venda e troca do Vale-Cultura. Possivelmente, vou entrar em contato com você.

O SR. LEONARDO HERNANDES – Por favor. Nós estamos com um pacote grande – amanhã vamos fechar com o Ministro, inclusive – de reformas do Vale. O incentivo fiscal precisa ser renovado neste ano por lei porque o sítio fiscal dele termina neste ano, e ele precisa ser renovado, além de uma série de outras mudanças para modernizar o mecanismo. Queremos entrar na moeda eletrônica, não só no cartão, mas que possa ser pago por *smartphones*, atualizando as CNAEs que o Vale pode pagar. Queremos permitir assinatura de revistas, porque você só pode comprar unidade, não pode comprar assinatura. Então, nós vamos fazer uma revisão das CNAEs e dos produtos que podem ser adquiridos pelo Vale. Queremos permitir que não só os celetistas, mas os estatutários também possam ter, os servidores públicos possam ter acesso ao Vale. Então, vai ser uma grande modernização do sistema que queremos fazer e vamos compartilhar, sim.

O SR. PRESIDENTE (Ronaldo Lemos) – O Conselheiro Nascimento quer fazer um comentário muito rápido.

O SR. NASCIMENTO SILVA – Muitíssimo rápido.

No Estado de Minas Gerais, em Belo Horizonte especificamente, a Assembleia Legislativa está provocando essa discussão sobre cultura e está levando, inclusive, para o interior, para fomentar a cultura de uma forma geral. Mas eu fico pensando, e eu consigo enxergar esse vale-cultura, como uma forma de incluir o cidadão, aquele, de novo, lá da cidade de Itaúna. A pergunta é: será que vai conseguir atingir esse trabalhador, porque o que se fala é que as capitais, o que se fala é que as grandes empresas que efetivamente vão ser beneficiadas com esse projeto, mesmo porque, se dependesse dos Deputados Federais principalmente, todos os projetos sociais seriam derrubados por questões... E acho que cada um aqui sabe o porquê.



O SR. LEONARDO HERNANDES – O vale tem uma capilaridade no interior do País interessante, porque os funcionários dos Correios recebem vale. E é muito curioso, porque a gente recebe muita notícia do interior do Brasil, por conta disso, dos funcionários dos Correios que estão no interior do País afora; os bancários também recebem, que também têm uma grande capilaridade, também estão no interior do Brasil e já têm o vale.

E por que nós estamos investindo nos maiores centros? Porque a gente acredita num efeito de expansão e de repercussão, quer dizer, assim como ocorre com o vale-alimentação, quanto mais grandes empresas e grandes consumidores das capitais acessarem o vale, haverá um efeito de repercussão. E o que a gente acredita é que há uma cauda longa de crescimento do vale.

Mas esses dois episódios dos Correios e dos bancos já permitem que os empreendedores pequenos do interior do País fiquem nos demandando. "Há um sujeito aqui que toda vez quer me pedir com o vale. Como que eu faço?", não sei o quê. Então, isso já provoca uma grande repercussão do vale no interior do País.

O Ministério da Cultura tem as suas limitações orçamentárias, o que é notório. E por isso que estamos concentrando nesses espaços, para fazer esse efeito de repercussão, e as operadoras são as maiores interessadas. A gente acredita também que nós estamos fazendo essa campanha agora de grande vulto para nós – pequena para o mercado, mas grande para nós –, para incentivar as operadoras a fazerem, porque os maiores interessados, economicamente falando, são as operadoras, a Ticket, a Cielo, essas operadoras de cartão. Então, elas têm um compromisso também, ao fazer isso, e, com esse material que, nessas campanhas públicas dos Estados, estamos ofertando, elas têm que fazer esse efeito de repercussão.

E nós vamos fazer aí o nosso compromisso de, até o final do mandato, manter vivo isso. Mas a expectativa é de que, em um determinado momento, o Ministério possa apenas operar, e o próprio sistema vá ganhando capilaridade. Agora, o Vale-Cultura já está no interior do País, por conta desses dois episódios.

Eu vou deixar aqui o meu cartão com a Mesa. Entrego para a senhora, entrego para o senhor. Para quem quiser, depois, estarei à disposição para mais esclarecimentos.

Muito obrigado.

Com licença, desculpem-me. (*Palmas.*)

O SR. PRESIDENTE (Ronaldo Lemos) – Obrigado Leonardo. Nós vamos até meio-dia aqui. Agradeço a sua presença e também a disponibilidade um pouquinho além do tempo que tinha sido combinado.

E agora a gente vai abrir para perguntas dos Conselheiros para todos os nossos palestrantes.

Conselheiro Ceneviva, por favor.

O SR. WALTER VIEIRA CENEVIVA – Obrigado, Presidente.

Bom dia a todos!

Antes de fazer... Tenho perguntas e comentários. Queria registrar a minha satisfação pessoal, ao tomar conhecimento, no momento em que chegava aqui, do trabalho excelente do Tribunal de Contas da União. O trabalho não é novo; ele já é de um ano atrás, e eu confesso que não o conhecia. E ele apresenta o volume de dinheiro que nós brasileiros entregamos para o Governo Federal, para fazer cultura; ele apresenta o que o Governo Federal fez com esse dinheiro, que saiu dos nossos bolsos, e foi para os cofres públicos; faz críticas que considero construtivas; formula proposições, para assegurar que essa fortuna possa efetivamente produzir cultura, possa produzir benefício para a cidadania e para a brasilidade.



Eu sugeri e insisti, lembro, nos nossos debates, que trouxéssemos o Tribunal de Contas da União para esta audiência pública, porque acreditava – e, lendo esse trabalho, reforço a minha convicção – que o Tribunal de Contas da União está equidistante da produção entre os agentes culturais, das agências que cuidam do investimento desse dinheiro, e também de um terceiro agente que não está nesta mesa, mas que é muito importante, que é a Receita Federal, que cuida do dinheiro do Governo Federal e que evidentemente vê com maus olhos as renúncias fiscais e o consumo dos recursos para finalidades que não sejam prioritárias para a própria Receita Federal.

O Tribunal de Contas faz um relatório que, infelizmente, não foi possível ler antes, mas que é detalhado e importante. Em função dele, eu dirijo algumas perguntas ao Dr. Barbosa, que participa aqui e recebe um merecido elogio ao fim do voto do Relator do trabalho no Tribunal de Contas da União, e algumas sobre as quais eu também queria ouvir a opinião dos demais membros da Mesa.

Em primeiro lugar, vejo aqui que a arrecadação projetada para os recursos do Fundo Nacional de Cultura excede ao bilhão, e não há nenhum momento em que os recursos investidos tenham chegado a essa cifra do bilhão. Isso eu vejo na p. 17 do documento, ao passo que na p. 18, vemos que em 2013, por exemplo, terão sido investidos 600 milhões. Salvo que se indica aqui que apenas 26% do dinheiro terá sido efetivamente empregado, o que parece uma grave ameaça contra a cultura.

Eu insisto: o dinheiro saiu dos nossos bolsos, seja como foi explicado aqui, porque nós temos telefone móvel e pagamos uma taxa anual, seja porque, de outras maneiras, recursos públicos ou de renúncia fiscal foram entregues ao Tesouro Nacional, mas eles não viraram cultura. Provavelmente, eles viraram juros da dívida pública, o que é uma distorção muito grave, sobre a qual aliás se discute nesses dias em que há um processo de impedimento da Presidente da República. Alguns dizem que a tal da pedalada é algo irrelevante. Sem afirmar que ela tenha acontecido e sem, de qualquer maneira, misturar um assunto com outro, aproveito a oportunidade para enfatizar como entender de Orçamento é algo tão importante para a cidadania.

Então, eu queria perguntar ao Dr. Barbosa – eu não identifiquei nessa leitura rápida que fiz aqui –, em média, se ele pode indicar quanto do dinheiro arrecadado efetivamente foi empregado, ao longo dos últimos anos, não apenas em 2014?

Ainda baseado no relatório do Tribunal de Contas da União, verifico também que, na p. 35, de 9,7 bilhões que terão sido captados com base na renúncia fiscal, em um período de tempo que iria talvez de 2011 a 2014, apenas 1,3 bilhão terão sido objeto de prestação de contas. Há 8 bilhões captados, cujas contas não foram prestadas. E nós entendemos aqui, aprendemos com o representante do Ministério da Cultura, que ele não tem estrutura para dar conta da sua missão. Parece bastante óbvio que, se 9,8 bilhões – na verdade, quase 10 bilhões – foram captados e só há a prestação de contas de só 1,3 bilhão, a insuficiência é acachapante. E isso assusta mais, porque há uma outra tabela – eu vi, e não sei indicar em qual página neste instante – que indica que a coisa mais onerosa para o orçamento da cultura é a estrutura administrativa do Ministério. Ou seja, ele gasta uma porção importante do dinheiro, que é do incentivo da cultura, com atividades administrativas. No entanto, com tanto investimento administrativo, não é capaz de controlar o que é feito com o dinheiro da renúncia fiscal e com o dinheiro arrecadado pelos fundos setoriais.

Eu queria ouvir os representantes da área de produção sobre uma informação que está contida aqui, na p. 37 do relatório, depois complementada nas pp. 38 e 39, que indica que, muito embora os editais estabeleçam que o dinheiro deve ser gasto de



maneira regionalizada nas regiões fora do eixo Rio-São Paulo, e esse item tenha sido verificado pelo Tribunal de Contas da União como algo que está presente nos editais, nos editais de 2013, em média 70% do dinheiro foi para cidades do Rio de Janeiro e de São Paulo. Portanto, há aí um círculo vicioso e o objetivo de descentralização e de regionalização não está cumprido.

Esse tema eu considero – e pondero isso para os conselheiros – muito importante para nós. Nós já discutimos nesta Legislatura e em Legislaturas anteriores – e creio que vamos voltar a discutir – o tema da regionalização da produção. Há um projeto antigo, talvez de 25 anos atrás, da Deputada Jandira Feghali, tramitando no Congresso Nacional, que trata da regionalização da cultura.

Nós verificamos – e temos de fazer uma reflexão sobre o que está escrito aqui – que, mesmo quando toca ao Estado distribuir o dinheiro que foi arrecadado, que foi tomado da sociedade para a promoção da cultura, a regionalização não é uma tarefa trivial. Ou seja, não é por decreto que se faz a regionalização. É preciso, aqueles que verdadeiramente se preocupam com a regionalização têm de ler isto aqui, têm de entender o que significa. Não basta fazer uma lei dizendo "regionalize-se." A vida não funciona assim. E ao contrário, se se fizer uma lei dessa maneira, o que se está criando é uma oportunidade ou para corrupção, ou para troca de favores, ou para desvio de dinheiro.

As leis precisam ser cumpríveis, e toca a nós, como auxiliares, segundo eu entendo, do Congresso Nacional, conceber se nós somos capazes de propor soluções que permitam efetivamente a regionalização viável da produção.

Tenho uma pergunta ao Dr. Barbosa, sobre a informação que a gente vê na p. 49, que diz respeito ao IPHAN. Eu, como paulista, como paulistano, mas frequentador de uma cidade que foi destruída pela chuva, que é São Luiz do Paraitinga, confesso um preconceito – não é digno, o preconceito não é uma coisa que construa –, mas eu tenho a falta de vergonha de confessar o meu preconceito contra o IPHAN. Os institutos de defesa do patrimônio histórico têm lá seus orçamentos, com todas as suas dificuldades e tudo mais, mas a verdade é que eles se constituem, no fim das contas e em termos práticos, em castelos burocráticos onde opera tudo, menos a proteção do patrimônio. Nessa tal São Luiz do Paraitinga, a que eu me refiro e por que eu tenho tanto apreço, todos os imóveis de proprietários que não deram a mínima pelota para o patrimônio histórico estão preservados; os tolos que acreditaram no Instituto de Proteção do Patrimônio são hoje proprietários de terrenos baldios. Dentre eles, a Igreja Católica, tão rica, tão importante, com tanto poder político, viu o seu templo luizense sendo destruído, sendo filmado, e todos assistindo e chocados com o que acontecia. Portanto, o Instituto do Patrimônio não protege nada, naquilo que preconceituosamente afirmo.

Mas queria perguntar para o Dr. Barbosa: a tabela indica 1.250 bens tombados; mas ali em cima se diz que o IPHAN teria 40 mil edifícios tombados. Eu não tenho ideia, não sou um profissional da cultura para entender qual é a relevância disso do ponto de vista do trabalho do IPHAN. Num País com 5,6 mil Municípios, por volta de 100 milhões de domicílios, haver 40 mil edifícios tombados, não sei se é muito, se é pouco. Queria entender os números também, em relação à tabela.

E faço o registro, para que todos nós, como conselheiros, saibamos que uma parte desse dinheiro se destina à tutela de bens paleontológicos, à tutela de sítios arqueológicos, o que também deveria ser objeto da nossa preocupação.

E dizendo isso, também dirijo uma proposta aos conselheiros, sujeita evidentemente a que o Tribunal de Contas nos pudesse responder alguma coisa, que talvez merecesse o



Conselho de Comunicação ter uma interação mais próxima com o Tribunal de Contas da União. Nós tivemos uma comissão sobre incentivos. Salvo engano éramos eu, o Conselheiro Gerace e talvez o Conselheiro Ronaldo Lemos, eu não tenho certeza. Talvez...

(Intervenção fora do microfone.)

O SR. WALTER VIEIRA CENEVIVA – Nascimento?

(Intervenção fora do microfone.)

O SR. WALTER VIEIRA CENEVIVA – Maria José, a Conselheira Maria José, desculpem-me. Talvez valesse a pena que a gente mantivesse um grupo especial, dentro da forma regimental, para interagir junto ao Ministério e entender sobre esses temas que são vitais para a comunicação, como são a cultura, a preservação do patrimônio histórico e o bom investimento do dinheiro que fomenta a pluralidade.

E por fim, queria fazer um registro. Eu verifico aqui, como disse, que as cifras arrecadadas são bilionárias, embora o orçamento do Ministério das Comunicações não passe da casa da centena de milhão. O fato de que presentemente a receita de assinatura produzida pela indústria do audiovisual descrita pelo Leonardo Edde gera da ordem de R\$7 bilhões; portanto, a produção cultural remunerada por assinatura, que os brasileiros que têm TV paga podem pagar, é, anualmente falando, da ordem de R\$7 bilhões, de tal maneira que os R\$700 milhões que eu identifico nesse material do Tribunal de Contas da União e que correspondem ao triplo do que era três anos atrás, parecem claramente insuficientes para gerar uma grande intervenção. Ele pode produzir uma intervenção cosmética, paralela, lateral, o que eu entendo que deve ser também objeto da nossa reflexão.

Obrigado, Presidente.

O SR. PRESIDENTE (Ronaldo Lemos) – Muito obrigado, Conselheiro Ceneviva.

Eu abro a palavra para comentários a todos os nossos painelistas, começando pelo Dr. Ismar.

O SR. ISMAR BARBOSA CRUZ – Primeiro, agradecer ao Conselheiro Walter pelas palavras. O tribunal sente-se honrado de ter produzido um documento que possa servir de referência, enfim, para a sociedade. Esse Fisc é o exemplo concreto disso. A gente tem certeza de que o esforço está compensando.

Na primeira questão do Conselheiro, sobre o percentual da arrecadação que não foi gasto, é importante fazer uma reflexão mais genérica. Como sabemos, o Orçamento brasileiro é autorizativo. Ele não é um orçamento impositivo. Então, todas as pastas ministeriais, todos os Ministérios, o Governo, enfim, têm uma autorização do Legislativo para gastar, mas não é – aspas – "obrigado" a fazê-lo. E essa é uma limitação, do ponto de vista do órgão de controle e a rigor da sociedade, porque os gestores públicos não são medidos, hoje, pela sua eficiência ou pela sua eficácia no atingimento das metas. Ao contrário, muitos têm até medo de gastar. Isto é dito para o TCU em muitos momentos: "olha, vocês estão apertando tanto que não vou nem gastar". Ou seja, é uma aparente contradição, mas, a rigor, é uma limitação. E o quadro que o Conselheiro mencionou evidencia o percentual de recursos que foram autorizados pelo Parlamento na Lei Orçamentária e que foram empenhados até o final do ano. Então, a Função Cultura, em 2013, empenhou 69%. Ou seja, ela se comprometeu a gastar ou conseguiu, digamos assim, fazer compromisso da ordem de 70% do Orçamento, não empenhando os 30%



restantes, o que também não é, digamos, de novo, um "privilégio" – aspas – da área cultural. Alguns mais e outros menos apresentam essa situação. O quadro evidencia isso.

Bom, quanto à situação das prestações de contas, vemos com muita preocupação esse quadro. De novo, não é uma situação isolada do Ministério da Cultura. Muitos Ministérios têm situação similar. Porém, é uma situação em que a União decide por autorizar, por exemplo, a captação ou descentralizar o recurso, mas não tem a capacidade de avaliar se aquele objetivo foi cumprido e, portanto, se é possível autorizar uma nova captação ou uma nova transferência. Isso fere de morte o princípio que a gente chama da *accountability*, ou seja, o princípio da prestação de contas, e aquela garantia que a sociedade tem de que seu recurso vai ser bem aplicado e, se não o for, haverá alguma consequência. Então, a rigor, isso foi documentado, isso foi apontado. O tribunal provocou o Ministério da Cultura. Não sei se todos sabem, mas o Ministério fez contratações temporárias para melhorar o quadro. O quadro está melhorando, mas ainda não é o ideal. A gente está monitorando, Conselheiro Walter, a situação das prestações de conta.

Bom, sobre o detalhamento do quadro do IPHAN, gostaria que a gente pudesse ter um pouco mais de tempo para conversar sobre isso. Eu acho que vai ser complexo explicar aqui qual é a diferença do dado que o senhor percebeu claramente, mas eu me disponho, inclusive perante o Conselho e os senhores, enfim, a sentarmos e esclarecermos melhor essas aparentes... É dado do próprio IPHAN. Está bom?

Espero ter respondido.

De novo, muito obrigado.

O SR. PRESIDENTE (Ronaldo Lemos) – Muito obrigado.

Algum comentário?

O SR. LEONARDO EDDE – Muito obrigado pelas colocações, Conselheiro.

Queria também falar um pouquinho sobre essa porcentagem de recursos que são repassados de fato. Eu acho que é um dos itens que a gente precisa discutir para frente de uma forma mais ampla, porque, de novo, como já foi falado, não é prerrogativa só do Ministério da Cultura ou do Fundo Cultural ou do Fundo Nacional de Cultura ou do que for.

O Fundo Setorial, por exemplo, que, desde 2012, vem arrecadando um volume consistente para a indústria do audiovisual, que gira entre 900 milhões e 1,100 bilhão, qualquer coisa assim, tem, como todos os outros fundos, como todos os Ministérios, enfim, uma negociação anual. E chegam para o fundo em torno de 40 a 50% disso. Essas são informações nossas. Qualquer informação mais precisa tem que ser discutida com a própria Ancine, mas vou tomar a liberdade de colocar.

A outra questão importante é a da regionalização, que entendemos ser, de fato, muito importante para atingir esse "Brasilzão" gigantesco que temos que é, ao mesmo tempo, um grande mercado e um grande criador de propriedade intelectual e de cultura.

Não é trivial, como o senhor mesmo disse, e, para conseguirmos evoluir nisso, tem que haver uma preocupação muito grande com a capacitação desses centros, com a capacitação dos multiplicadores não só na questão pública, de gestão desse recurso, mas também na produção cultural.

Então, a preocupação com a prestação de contas, por exemplo, se é grave dessa forma nos grandes centros – Rio, São Paulo, Minas, enfim –, imaginem o Sr. Maurício, de lá do interior. Então, precisamos ter uma responsabilidade muito grande ao descentralizar esses recursos. É um tema que eu me proponho a discutir, se necessário for. Acho de suma importância, principalmente nessa questão do risco, que estamos imputando em



todas essas regiões – umas maiores, outras menores. Mas volto a dizer que, se o risco para a indústria do audiovisual, que vocês conhecem bem, não ser tão formalizada assim, imagine com a descentralização.

Não posso falar pela Ancine novamente, mas, pelo que entendo, os editais todos do Fundo Setorial têm um mínimo de 30% de recursos que serão destinados à descentralização, ou seja, fora do eixo Rio-São Paulo, fora do Sudeste. E, repetindo o que já disse antes aqui, pelo que sei, todos os Estados da Federação estão com investimentos do Fundo Setorial – programas específicos para cada um, seja com a TV pública local, seja com investimentos diretos do Fundo, enfim, uma série de questões.

E uma coisa para se discutir sobre a descentralização também é a questão do mercado. O mercado maior também está ali no eixo Rio-São Paulo. Não é à toa que, pela Lei Rouanet, as empresas querem investir em produtos que sejam exibidos no eixo Rio-São Paulo. Então, com a evolução dos canais de distribuição, vídeos sob demanda, a evolução da banda larga no Brasil, a abrangência da banda larga, eu entendo também que vão se criar outros mercados, que não só o mercado tradicional principal, que entendo que vai ajudar na descentralização.

Obrigado.

O SR. PRESIDENTE (Ronaldo Lemos) – Pois não, fique à vontade.

O SR. RODRIGO DE MEDEIROS PAIVA – Testemunhando a discussão sobre como são poucos os recursos e fomento e como é difícil a administração dos poucos fomentos. Eu gostaria de ratificar o nosso alerta, a nossa preocupação de que, hoje, as poucas empresas que patrocinam estão sujeitas a serem proibidas de patrocinarem por essas leis de coibição de associação das empresas ao mercado infantojuvenil. Todos esses artistas, hoje, que estão respondendo ao desafio da produção audiovisual brasileira não vão ter mercado. Eles vão receber um dinheiro público, vão criar suas produções, vão criar seu patrimônio cultural, mas não vão poder viver delas; vão, sim, continuar dependendo de fomentos e de esmolas governamentais. E não é isso! A gente quer autonomia, a gente quer crescer, a gente quer ficar adulto e responder pelas nossas próprias pernas.

Então, hoje, há o risco de viver da exploração do patrimônio cultural que estamos criando e de associar a empresas que têm dinheiro e recursos de forma muito mais livre e direta se associar aos nossos projetos. Então, tão importante quanto analisar os balanços é prestarmos atenção ao risco que estamos correndo de falta de incentivo do mercado privado ao nosso patrocínio, da existência de um mercado que possa comprar, adquirir, consumir os nossos produtos, e da falta de liberdade de direito de consumir esses produtos conforme nós queremos, e não sujeitos à política de Governo ou de Estado.

O SR. PRESIDENTE (Ronaldo Lemos) – Muito obrigado.

Conselheiro Nascimento; depois, Conselheiro Marcelo Rech; depois, Conselheiro Araújo Lima.

O SR. NASCIMENTO SILVA – Bom, a minha fala vai numa provocação ao Conselheiro Ceneviva.

Pela fala dele, eu acredito que a Band agora será uma das favoráveis às produções regionais, porque até então a Rede Bandeirantes de Televisão fazia contratos com as igrejas evangélicas e a maior parte do tempo a programação é evangélica ou grande parte do tempo é gasto com as programações evangélicas.

Voltando à questão da produção independente, eu fico imaginando que o trabalhador não tem espaço mesmo, de um lado e do outro, porque quem capta a verba, o dinheiro, tem o seu garantido. Mas o trabalhador é relegado a segundo e último plano.



Como sou representante dos trabalhadores de uma forma geral, eu tenho que evidenciar isso, porque muitas vezes existem verbas para produção nacional, vamos dizer assim, produções regionais... Eu quero registrar aqui a importância, para aqueles que estão nos vendo e nos ouvindo, da união dos trabalhadores de uma forma geral, dos sindicatos, enfim. Quando acontecem os encontros nacionais sobre novas tecnologias, quando são discutidos vários encaminhamentos, os trabalhadores dizem: "Isso é do patrão. Nós não vamos." Mas é preciso ir para entender um pouco. Em um desses encontros que fui um dos temas era produção regional, e o SBT, a Globo disseram que não têm condições, ou melhor, eles fazem produção regional na novela tal, no encaminhamento tal, e citam lá o Nordeste, citam lá Minas Gerais... Citam, nós estamos falando de produção regional que seja produzida no interior de Minas, no interior de Pernambuco, do Ceará e por aí fora.

Depois dessa minha fala, eu queria entender se o Rodrigo está falando de licenciamento ou de produção cultural, porque ficou confuso para mim se é licenciamento que ele quer para comercializar o que está precisando, ou se de fato está falando de produção cultural.

O SR. PRESIDENTE (Ronaldo Lemos) – Obrigado, Conselheiro Nascimento.

Vamos só pegar mais uma pergunta do Marcelo Rech e depois vamos para a segunda rodada para dar tempo de todo mundo perguntar.

Por favor, Conselheiro.

O SR. MARCELO ANTÔNIO RECH – Bom dia a todos!

A minha questão é mais de fundo e se dirige ao Leonardo e ao Rodrigo, ou seja, se a política de incentivo, na opinião de vocês, deve chegar a um modelo de autossuficiência ou se devemos aprofundar a dependência de verbas públicas.

Na opinião de vocês, se olharmos todo o modelo público de fomento, de financiamento da cultura da indústria criativa no Brasil, o que nós teremos como indústria criativa daqui a cinco, dez, quinze anos?

O SR. PRESIDENTE (Ronaldo Lemos) – Obrigado, Conselheiro.

Então, vamos agora para as respostas gerais e depois mais uma última rodada de perguntas e o encerramento.

O SR. LEONARDO EDDE – Bom, acho que a questão de licenciamento vou deixar para você responder, mas quero só fazer uma observação, acho que o licenciamento é o segundo passo, licenciamento como distribuição da obra como um todo. Quando você consegue fomentar a produção das obras, ou seja, fomentar o produtor cultural, o próximo passo que eu acho que cada vez mais tem que ser em paralelo, por conta do desenvolvimento de novas tecnologias, é o desenvolvimento dessa distribuição. Isso porque não adianta – aí já entro um pouco na resposta para o senhor – a gente ter um fomento da produção se não se tiver um mercado para absorver essa produção e não necessariamente só um mercado que compre no sentido financeiro, mas que compre essa produção, como foi o caso da Lei nº 12.485, que obrigou as TVs por assinatura a terem uma faixa, na sua programação só de conteúdo independente brasileiro.

Então, esse tipo de evolução nas leis de incentivo, tentando responder aos dois ao mesmo tempo, é necessário para não evoluirmos numa dependência das leis, que fomentam muito mais a produção do que a cadeia produtiva como um todo.

Na questão da revisão das leis, eu acho que as leis, quando foram criadas, olharam para o desenvolvimento do setor, sim, muito focadas na produção, ou seja, projeto a projeto, que entendo que era o que precisava ser feito à época, por conta de que nenhum projeto conseguia ser realizado aqui no País.



Hoje, iniciativas como o Fundo Setorial já olham a indústria como um todo, então você tem linhas de financiamento. E aí é financiamento mesmo, não é fundo perdido, é investimento. Em salas de exibição, você tem linhas para projetos de produtoras, ou seja, empresas, para projetos de distribuidoras, empresas também, distribuidoras independentes, distribuidoras de pequeno porte, de grande porte. E aí você tem limites, dependendo do tamanho da sua distribuidora e da sua produtora e do tamanho do retorno que você gera. Tem um fluxo contínuo, tem linhas de fluxo contínuo, que eu entendo que são as mais avançadas que podemos ter no sentido do desenvolvimento da indústria. Na verdade, você é uma distribuidora, você tem 20 milhões de ingressos vendidos por ano com seus filmes, então você tem direito a entrar nesse fluxo contínuo. De novo, é com um projeto, com um plano de negócios: "Esse projeto é assim, imaginamos ter dois milhões de ingressos no cinema, etc." Ele é analisado por um comitê gestor, e é liberado ou não esse fundo para essa distribuidora, assim como para produtoras.

Então, eu acho, sim, que precisamos rever e discutir as leis de incentivo de uma forma mais ampla, ou seja, de novo, vendo a indústria, não mais só projeto a projeto. E, sim, precisamos das leis, ainda, para poder criar essa indústria, que, lá na frente... Você me perguntou em 10, 15 anos. Eu vejo que este é tempo, talvez, de maturação de um mercado e de um setor para, lá na frente, ser autossuficiente.

Você perguntou da indústria criativa como um todo. De novo, como eu falei no início, eu entendo que o audiovisual é um pouco o que traz toda a indústria criativa junto. Então, podemos aproveitar. Na discussão do audiovisual, você acaba discutindo toda essa indústria criativa.

Falando de novo do Chacra, que é o Presidente do Sindicato dos Trabalhadores, nós temos um trabalho contínuo – semana que vem temos de novo – de trazer a formalização tanto para os próprios trabalhadores – muitos também não querem, são avessos à burocracia e tudo o mais, que não é só do nosso mercado, do nosso setor –, como para os empresários, que é o patronal. Então, o Sindicato dos Trabalhadores com o patronal trabalhando juntos para trazer essa formalização e trazer a importância do desenvolvimento do setor.

Obrigado.

O SR. RODRIGO DE MEDEIROS PAIVA – Sobre a relevância dos projetos do Governo, eles são fundamentais. No nosso caso da Maurício de Sousa, através deles, tivemos acesso à produção de várias peças de teatro, circos. Porque o Maurício, como artista, está presente em todas as plataformas comerciais e culturais ao mesmo tempo. Nós colocamos como missão fazer produtos, produções culturais e artísticas que sejam autônomas. Então, nós fizemos uma última peça de teatro, Romeu e Julieta, que, de produção, custou R\$12 milhões. Conseguir bancar isso com a venda de bilheteria é impossível no Brasil. Então, se não fosse o apoio das leis de incentivo, como a Lei Rouanet, que recebemos, nós não teríamos conseguido produzir essa peça, que recebeu o prêmio da Associação dos Críticos de São Paulo pela qualidade de produção da peça. Então nós nos orgulhamos muito de conseguir produzir essa peça e mostrar um produto de qualidade internacional para os brasileiros de todo o País.

E no que diz respeito à questão de haver diferença ou não de um produto cultural e um produto comercial, nós vemos que são etapas de um processo de consumo de uma indústria de consumo.

Tirando um pouco o foco do Maurício, colocando o foco um pouco num Nordeste como Romero Britto, ele começou como artista regional, que tinha uma produção regional, que caiu no agrado, que começou a ser consumida e que ganhou o mundo.



E a gente tem que ter muito orgulho de que haja aqui, no nosso aeroporto, uma estátua do Romero Britto, que foi paga, custando muito dinheiro, dinheiro público. Mas ele vende tanto aquela estátua... Ele tem uma galeria de arte em Frankfurt, em que uma obra dele única custa €100 mil, como também a canequinha que custa R\$10.

Então, se a gente entende como indústria, entende uma indústria que tem que conseguir atender à demanda de 200 milhões de brasileiros, da classe C, D até a classe A. A gente não pode pular isso.

Espero ter explicado um pouco.

O SR. PRESIDENTE (Ronaldo Lemos) – Muito obrigado.

Vamos fazer a última rodada de perguntas. Vou pedir só para sermos sintéticos, porque temos pouquíssimo tempo.

Conselheiro Araújo Lima, por favor.

O SR. JOSÉ FRANCISCO DE ARAÚJO LIMA – Muito obrigado, Presidente.

Vou me dirigir ao Leonardo Edde.

Leonardo, sou do parque jurássico da TV por assinatura, em que ingressei, há 24 anos, no Brasil, quando era ainda DStv, uma coisa muito rudimentar, e realmente o percurso da TV por assinatura tornou-se mais significativo – a gente sabe, isto é conhecido – com a migração de classes menos favorecidas para um *upgrade*. Foi realmente o que contribuiu.

Você destacou aqui, num quadro, a evolução pós 12.485, a Lei do SeAC, em que trabalhei durante quatro anos e nove meses, participando das discussões com todos os segmentos interessados. E chegamos a uma lei que não agradou a ninguém totalmente, mas que foi... E é bom sinal, quando uma lei não agrada a todo mundo, é sinal de que ela realmente foi bem discutida e de que desagradou parcialmente a todos também.

Mas acho um pouco injusto, quando se fala da 12.485 associada àquele salto, sem mencionar o fato de que a lei abriu o mercado para as telcos, que não podiam ter TV por assinatura. A catapultagem foi desse processo.

Hoje, por exemplo, ressalto para você, Leonardo – sou Vice-Presidente da Associação Brasileira de Televisão por Assinatura, que fundei, há 22 anos –, que essa lei permitiu o fato, com que hoje a gente convive, de que 85% da TV por assinatura pertencem às telcos.

A última que ainda faltava era a Sky, mas a AT&T comprou nos Estados Unidos e vai assumir também aqui. Então, hoje todas as telefônicas é que mandam.

Antigamente, não: havia o Grupo Globo, que sempre... "Ah, monopolista", mas era brasileiro e defendia aqueles interesses do País, acima de tudo.

Bem, agora acho injusto a gente não ter conhecimento do salto promovido pela 12.485, na produção. Nós temos um incremento de obras que compramos na Globosat, em que temos uma quantidade razoável de canais, portanto tivemos que introduzir, nos adaptar à lei, mas ninguém sabe quanto essa indústria gera.

Era muito importante... Quando você fala no incentivo, no estímulo, nos recursos que são aplicados, nas produções independentes... Maravilha, nós estamos felicíssimos com isso, não temos nada contra. Pelo contrário, acho que essa indústria, crescendo, facilita a vida do programador, que é onde nós nos situamos. Mas era importante sabermos.

Eu vi que você citou um grupo aqui de instituições que, reunidas... É o caso da Sicav, da ABPI, da ICAB, da Brazilian Riocontent Market. Então, acho que dá perfeitamente para elas poderem divulgar – já que são todas empresas fechadas, sem obrigação de publicar seus resultados – quanto foi a alavancagem, fora o dinheiro do



Fundo Setorial de Audiovisual, ou seja, quanto a iniciativa privada da televisão por assinatura, sejam elas brasileiras ou todas as estrangeiras que passaram a comprar no Brasil também esse conteúdo, alavancou essa indústria.

É o apelo que lhe faço, porque acho muito chato ouvirmos sempre a distribuição como o grande ganhador, mas o aumento de custo foi sensível inevitavelmente.

Os gringos antigamente traziam para cá obras totalmente amortizadas, eles amortizavam aquilo lá. Aqui pode vender por US\$10 aquele seriado, que está uma beleza; e nós não, nós temos que partir do zero, para poder fazer um produto nacional, e, às vezes, nem há amortização dentro do País.

Mas agradeço ao senhor e peço essa colaboração para o mercado.

O SR. PRESIDENTE (Ronaldo Lemos) – Obrigado, Conselheiro Araújo Lima.

Eu vou fazer a rodada final, e aí a gente passa para o encerramento, em que a gente vai endereçar todas as perguntas.

Conselheira Maria José, por favor.

A SRª MARIA JOSÉ BRAGA – Obrigada, Presidente.

Bom, eu vou pedir licença para fazer algumas considerações aqui, que não estão diretamente ligadas à nossa audiência, mas nós estamos num debate público, que fica registrado publicamente, e acho que tenho o dever de fazer.

A primeira delas é em relação ao IPHAN. E aí ainda bem que o Conselheiro Ceneviva já falou que se tratava de um preconceito, porque eu creio que nós, que estamos falando de cultura, não podemos aqui desqualificar o trabalho do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, porque é um instituto que luta para preservar o patrimônio nacional material e imaterial. E não é, por que não conseguiu ainda, e muito provavelmente não vai conseguir, resolver todos os problemas da preservação do patrimônio histórico nacional, que pode ter o seu trabalho desqualificado. Autarquias, instituições públicas e privadas trabalham incessantemente nas suas áreas, e nem sempre conseguem dar cabo de tantos problemas que nós temos no Brasil.

Outra questão tratada foi em relação à regionalização da produção artística cultural e jornalística brasileira, prevista na Constituição Federal. Ora, nós jornalistas brasileiros, as entidades representantes dos trabalhadores, temos insistido, há décadas, na importância da regulamentação do capítulo da Constituição que trata da comunicação. Obviamente, as coisas não se resolvem por decreto, e, muitas vezes, não se resolvem, porque foi publicada uma lei complementar, mas obviamente as leis dão os caminhos e os instrumentos para que haja, sim, mais democratização na comunicação, na produção artística, na produção cultural e na produção jornalística.

Então, nós entendemos que, ao discutir, inclusive, os incentivos para a produção cultural e ao falar da desigualdade regional existente no Brasil, nós estamos apontando para um caminho que nós temos que percorrer. E, talvez, o início desse caminho já tenha sido dado, mas aí, no meio, a gente tem que incluir, sim, a regulamentação do Capítulo V da Constituição brasileira. E nós estamos discutindo isso aqui neste Conselho há um bom tempo.

Outra coisa de que eu queria tratar: falamos aqui muito da questão da economia da cultura. E eu acho, sim, que é importante que esse aspecto da cultura nacional seja levado em consideração, porque nós sabemos que cultura, além de garantir a unidade, vamos dizer assim, do povo brasileiro, pode, sim, produzir recursos para esse povo brasileiro. Agora, nós também temos que ter claramente que a política cultural de Estado – e aí, quando eu falo de Estado, refiro-me à União, Estados e Municípios – não pode estar focada apenas na economia da cultura.



E isso tem que estar muito claro, inclusive para os órgãos fiscalizadores, porque, muitas vezes, vamos dizer assim, o retorno econômico esperado não vem. E isso tem que estar muito claro, porque nem sempre as coisas são mensuráveis e nem sempre os resultados são os desejáveis.

Minha última observação é que, quando nós falamos de políticas de Estado para a cultura, nós estamos falando de várias coisas e aqui tratamos muitas delas: nós estamos falando de incentivo fiscal, que há no Brasil; nós estamos falando de fundos para a cultura; e hoje foi introduzida aqui a questão que está sendo discutida no Procultura do investimento e do financiamento, inclusive a fundo perdido.

Então, creio que o debate nacional está avançando, e aí eu acho que nós não podemos, jamais, falar de políticas públicas como esmolas. Desculpem-me, mas esse termo não cabe nas políticas culturais, esse termo não cabe nas políticas de fomento à produção de qualquer natureza! Quando nós falamos de políticas públicas, nós estamos falando de políticas públicas. E nós não podemos jamais tratar o recurso público que é empregado no desenvolvimento do País como esmola.

Muito obrigada.

O SR. PRESIDENTE (Ronaldo Lemos) – Obrigado, Conselheira Maria José.

Eu acho que eu vou só pedir para fazer toda a rodada, porque senão nós vamos ter problemas com relação ao tempo.

Conselheiro Roberto Franco, por favor.

O SR. ROBERTO DIAS LIMA FRANCO – Bom dia a todos e a todas. Tentarei ser breve, Presidente, devido ao tempo, apesar de que haveria vários pontos e considerações a fazer.

Primeiramente, como outros conselheiros, eu queria parabenizar pela formação da Mesa e pelo rico debate. Ao mesmo tempo, quero manifestar que eu acho insuficiente o tempo para assunto tão complexo. Nós vimos aqui a manifestação de diversos conselheiros que abrem questões impossíveis de serem abordadas na totalidade no tempo, e até mesmo nós precisaríamos trazer uma maior diversidade de interlocutores.

Eu queria apenas colocar alguns pontos.

Eu me solidarizo com a proposta do Conselheiro Walter Ceneviva de manter um grupo de conselheiros que pudesse tratar do tema e até pautar futuros debates ou criar o debate interno. E eu gostaria também aqui, invertendo um pouco as minhas considerações, de fazer uma mais macro. Eu acho que este Conselho vai avançar muito se nós conseguirmos, aqui no Conselho, abandonar certas polarizações, certos preconceitos que nos trazem uma discussão entre a cultura e a arte na sua forma pura de manifestação do pensamento e manifestação das características humanas e, ao mesmo tempo, a arte e a cultura baseada no *business*, baseada na economia.

O Brasil tomou uma posição muito clara em sua história de trabalhar entre os dois lados. Não tanto o lado europeu, que até pouco tempo tratava de cultura, educação e arte numa questão muito mais utópica, talvez, e muito mais de valores e bens da humanidade, tampouco uma cultura que seja baseada na pura exploração comercial. Eu não vejo nenhum país, nenhuma nação que consiga dar conta de suas demandas com uma vertente ou com outra vertente. Há demandas que o Estado será incapaz de atender, como também demandas que o setor privado será incapaz de prover. Então, o melhor seria o equilíbrio.

A própria Constituição brasileira, quando trata da comunicação social e dos serviços de rádio e televisão, a ela interessa a complementaridade do público-privado-estatal, e a própria cultura, nos seus mecanismos, cria espaços. Assim, nós não podemos ter



preconceitos em tratar a cultura e a arte de uma forma comercial, exploração do patrimônio autoral, exploração do patrimônio cultural, como também não podemos deixar de entender que a sociedade tem demandas que o setor privado é incapaz de atender. E aí, sim, ampliar esse debate.

Da mesma forma, eu entendo a colocação do Conselheiro Walter Ceneviva – entendo na minha forma particular – de que, quando ele tratou de regionalismo, ele não se opôs ao regionalismo; ele apenas disse que é uma situação tão complexa quanto essa questão de separar o que é cultura, com potencial de exploração comercial, do que não é. É muito difícil, e a própria Lei do SeAC (Lei de Serviço de Acesso Condicionado) traz, na questão do *must carry* e do *retransmission consent* da TV aberta, uma colocação que sabe que algumas grades de programação têm apelo comercial e, portanto, deveriam poder explorar esse seu apelo comercial em mais um canal de distribuição, mas cria uma proteção àqueles canais que não têm tanta atratividade comercial, para que possam ser distribuídos gratuitamente à população.

Então, como nós vemos, nós temos uma área de proibição – nós vamos ter sempre uma área que é intermediária a dois polos da questão –, e temos que endereçá-la, sob pena de deixar essa grande maioria que está na área de fronteira desatendida. E devemos nos preocupar fortemente com o fato de que o Estado pode fazer valer esses incentivos justamente naquelas categorias, naquelas expressões que foram incapazes de no circuito comercial se viabilizar, mesmo que temporariamente, como foi dito aqui, pois algumas produções nascem no incentivo e depois conseguem trafegar sem mais necessitar do incentivo.

Deixo aqui essas considerações, para encerrar. Que nós mantenhamos a comissão e que ampliemos a discussão, buscando entender as demandas e buscando entender os produtores e os distribuidores de conteúdo numa visão vocacional, numa visão de demanda social, de valor artístico e cultural puro, bem como a exploração comercial, quando se faz possível e se é interessante inclusive para a sociedade, com uma riqueza de produção.

Basicamente, é isso.

Concluo a minha fala.

O SR. PRESIDENTE (Ronaldo Lemos) – Obrigado, Conselheiro Roberto Franco.

Nós vamos voltar ao assunto. A sugestão está anotada. Hoje à tarde, na reunião do Conselho, vamos discutir a criação de um grupo específico para tratar desse tema em caráter permanente.

Antes de encerrar, vamos à nossa última manifestação de Conselheiros.

Conselheiro Walter Ceneviva.

O SR. WALTER VIEIRA CENEVIVA – Obrigado, Presidente. Serei breve.

Apenas para registrar que, não hoje, mas farei a doação ao Conselheiro Nascimento de uma obra excelente cuja leitura recomendo a todos, especialmente ao Conselheiro Nascimento: *Como Vencer um Debate Sem Precisar Ter Razão*, de Arthur Schopenhauer. Ele ensina que desqualificar o interlocutor – que é uma conduta sua que gera em mim vergonha alheia, como se diz atualmente – é uma tática líquida e certa.

Eu quero assinar embaixo do comentário da Conselheira Maria José.

Agradeço as palavras do Conselheiro Roberto Franco, que soube traduzir aquilo que se extrai do tema desta audiência.

E convido a todos para, em conjunto e individualmente, conseguirmos evoluir para abandonar aquilo que Schopenhauer critica, que é a desqualificação do interlocutor como



forma de vencer um debate por parte daqueles que não têm razão, como lamentavelmente é tantas vezes o seu caso, Conselheiro José Catarino do Nascimento.

Obrigado, Presidente.

O SR. PRESIDENTE (Ronaldo Lemos) – Obrigado, Conselheiro Ceneviva.

Eu abro então a palavra para comentários finais dos nossos palestrantes, agradecendo mais uma vez a valiosa presença de vocês. Creio que este debate mostrou a importância do tema. De fato, o tempo é limitadíssimo para discutirmos assunto tão complexo, e a criação de um grupo permanente para a sua discussão vai ser um componente muito importante do nosso Conselho. Vamos retomar a discussão sobre isso hoje à tarde, de modo que contamos com a colaboração dos senhores para discussões futuras.

Franqueio a palavra para quem quiser fazer comentários, respostas e considerações finais.

O SR. RODRIGO DE MEDEIROS PAIVA – Gostaria de agradecer a oportunidade de retomar a palavra para avocar a minha culpa quanto à má colocação da palavra.

Os números falam por si. O que eu quis dizer com a má expressão foi que existem diversos instrumentos de fomento que colocam à disposição do mercado audiovisual alguns milhões de reais. Nós conflitamos ou temos como concorrência estúdios mundiais de televisão e de cinema que apresentam por ano seis longas-metragens com verbas de R\$300 milhões, R\$400 milhões por filme. E existem alguns fomentos que dedicam R\$1 milhão, R\$2 milhões e ainda pedem como contrapartida participação nos direitos patrimoniais dos autores. Cria-se a seguinte situação: há autores que dedicam à produção de uma obra cultural dez anos de sua vida, e, por conta de um projeto de fomento de R\$1 milhão, R\$2 milhões, abrem mão do direito patrimonial da sua obra. Então, se eu fui infeliz, existem ainda alguns mecanismos de fomento que não chegam perto da necessidade brasileira de se tornar um mercado e uma indústria que possa competir de igual para igual com todos os países.

Obrigado.

O SR. PRESIDENTE (Ronaldo Lemos) – Muito obrigado.

Por favor, Sr. Leonardo Edde.

O SR. LEONARDO EDDE – Em primeiro lugar, quero agradecer esta oportunidade e já me colocar à disposição para qualquer outra discussão e a qualquer um dos senhores que precisarem de alguma informação ou para qualquer conversa, ou qualquer discussão. Estamos à disposição; tanto eu, particularmente, quanto o Sicav, a ABPITV e tenho certeza que outras entidades do setor, quando precisarem, estaremos à disposição.

Respondendo primeiro a pergunta do seu Conselheiro, cheguei a falar sobre a importância da inclusão das teles no serviço de acesso condicionado, e, obviamente, que esse enorme crescimento teve a ver com a lei, que foi exatamente isto, a inclusão das teles no serviço de acesso condicionado, foi as cotas de telas, vamos dizer assim, de conteúdo nacional e, também, a questão macroeconômica do Brasil; essa gente toda conseguindo mais acesso ao consumo. Por isso que toda essa discussão com as teles para a gente não faz sentido, no sentido de as teles estarem separadas do audiovisual, para gente é o contrário. A partir de 2011, fazemos parte do mesmo setor e, com o uso de todas essas janelas de distribuição que só as teles nos deram a possibilidade, é que a gente vai falar disto tudo que estamos discutindo: regionalização, abrangência, penetração, mercado, criação realmente de um mercado nacional.

Então, desculpem-me se não ficou claro, mas, de fato, é isso.



Em relação à pesquisa, estamos fazendo uma pesquisa este ano sobre o mercado, porque é recente – bem ou mal a lei é recente –, a gente já sabe que, de 12 a 15, em torno de 3 mil produtoras que a gente tinha lá atrás, hoje ,são mais de 8 – isso registradas na Ancine –; temos mais de 5 mil e tantas horas de séries e conteúdo para a televisão feitos; hoje a gente lança em torno de 100 a 150 filmes de longa-metragem nos cinemas por ano, enfim, de lá para cá, com a lei e vários outros fatores, houve um impulso grande para o mercado.

Fico de trazer informações mais detalhadas quando sair a pesquisa que a gente está fazendo junto com a Ferjan no segundo semestre.

Falando um pouco, porque eu acho que são as minhas considerações finais, de *business* e arte, que seu Conselheiro colocou e a senhora também. Nós entendemos, e eu posso falar assim, que a indústria abarca as duas coisas; uma indústria não é só o que dá resultado, o que dá retorno financeiro, mas também não é só arte em si. A indústria, para ela sobreviver e poder, acho que também posso dizer, agradar a todos, ou seja, criar um mercado abrangente, ela precisa ter as duas coisas. Eu acho que a comédia televisiva com o *star system* – vou chamar assim – que faz 5 milhões de pessoas no cinema é arte. Eu considero como arte, assim como considero que o curta-metragem experimental, do interior do Acre, que um estudante fez, também é um negócio. Ele precisa estar dentro da economia, da cultura. Se ele não estiver, haverá essas distorções. Não chega o investimento para ele, para o desenvolvimento local da cultura, e esse desenvolvimento local tem de ter um objetivo. Ele pode ser simplesmente financeiro, mas ele pode ser de um desenvolvimento de um mercado local. Esse cara, daqui a dez anos, vai ter condições de mostrar esse curta-metragem que ele fez no interior do Acre para qualquer um dali, e para qualquer no Brasil, e quiçá qualquer um no mundo, porque os meios digitais estão aí para isso.

Então, eu queria até propor que todas as nossas discussões pudessem entender o mercado como um mercado, como uma indústria que tem a questão financeira, a questão do retorno e a questão da arte, todas juntas, com projetos que darão retorno, outros não. O tipo de retorno é que precisamos discutir.

Eu acho que, até para a discussão das leis, se o Governo vai investir 100% daquele projeto "x", ele precisa ter uma possibilidade de retorno, não necessariamente ele vai ter o retorno, porque nem o Homem Aranha consegue prever com tanta precisão o retorno, pois se o Papa morreu um dia, no final de semana ninguém vai ao cinema e aquele Homem Aranha, em que o cara investiu 300 milhões para lançar em 1.200 salas, vai ser um desastre. Isso já aconteceu algumas vezes. Então, precisamos entender a indústria como...

Eu posso dar só um exemplo rapidinho? É uma questão de retorno financeiro do investimento...

Tem como jogar aqui na tela?

Senão posso falar...

O SR. PRESIDENTE (Ronaldo Lemos) – Pode ir falando. Pode ir falando. Se der, a gente coloca.

O SR. LEONARDO EDDE – É um exemplo de 2012, se não me engano, de um longa-metragem chamado "Meu Passado me Condena". Foi uma comédia do Fábio Porchat... Não está não. É o outro. Teria que ligar direto.

Eu acho interessante também para fomentar. E concordo com todos os senhores, é pouco tempo. Abrimos várias questões que precisam ser discutidas ao longo do tempo.



Mas só como exemplo, estávamos fazendo um trabalho junto a RioFilme, que é uma distribuidora municipal, que investiu R\$1,6 milhão no filme; de renúncia fiscal e de leis de incentivo federais foram R\$2,1 milhões. O custo de produção mais lançamento foi de R\$8,1 milhões mais ou menos. O PIB gerado, segundo estudo da RioFilme, foi de R\$54 milhões; de impostos federais foram pagos R\$6,6 milhões; de impostos estaduais, R\$1,2 milhão; e de impostos municipais, R\$2,9 milhões. A RioFilme, que foi a investidora, e já temos esse tipo de prática na RioFilme, teve um retorno de 224% desse investimento. Ou seja, de R\$1,6 milhão que ela investiu, teve 224% de retorno em cima disso.

Obviamente que estamos falando de um filme de sucesso, de retorno razoável. Não é o filme de maior sucesso, há outros, mas um filme de sucesso. Isso para dizer que a quantidade de valor agregado, de impostos e novos impostos, de empregos, etc., trazidos pelo setor audiovisual com um investimento de uma lei de incentivo, é desse tamanho.

Portanto, proponho que possamos discutir isso lá na frente, até como se dá essa cadeia e tal, e entender a questão dos encargos, a questão trabalhista, que também é muito importante. Mas isso é outra história.

Quero agradecer de novo, parabenizar a Comissão e me colocar à disposição.

Muito obrigado.

O SR. PRESIDENTE (Ronaldo Lemos) – Muito obrigado, Leonardo.

Dr. Ismar, gostaria de comentar alguma coisa?

O SR. ISMAR BARBOSA CRUZ – Eu gostaria apenas de fazer as minhas considerações finais aqui. Quero parabenizar a Presidência pela condução dos trabalhos e pelos temas, quero parabenizar também os colegas da Mesa e os colegas Conselheiros, e posso chamar de colegas porque estamos muito próximos, pelo menos neste momento. É muito importante a oportunidade que nos dão de estarmos aqui presentes.

Quero fazer um comentário rápido a respeito de uma questão que o Conselheiro Ceneviva me fez, qual seja, do valor gasto efetivamente pelo Ministério da Cultura. Eu dei um dado de 2013, mas quero dizer ao senhor e a todos que é possível facilmente obtermos os dados mais recentes. Referi-me apenas ao que foi publicado.

Quero dizer também que, quando eu vinha para cá, alguns colegas do TCU me perguntaram o que eu iria fazer aqui. Quando eu expliquei que viria tentar mostrar as razões da decisão que o Tribunal tomou, eles me disseram: cuidado porque você vai apanhar bastante lá, pois essa decisão é polêmica. E ela foi muito criticada pelos expositores. Quero dizer que apanhei até pouco tendo em vista o que eu estava esperando. Mas de toda forma quero dizer que o Tribunal está aqui para isso mesmo. Todos sabemos que o Tribunal é composto por seres humanos que também erram eventualmente e é preciso que tenhamos esse contato com os senhores, com pessoas que lidam no meio, pois nós somos auditores, eu sou um auditor, então não conheço da área cultural tão bem quanto os senhores. Portanto, esse convívio para nós é fundamental.

Quando o Tribunal decidiu, estava por trás uma questão que talvez tenha sido colocada aqui pela Conselheira Maria José: qual é o papel do Estado na política cultural? Quer dizer, em nenhum momento o Tribunal desconsiderou a importância da economia da cultura, e seria muito leviano se o fizéssemos, pois é óbvio para nós que, realmente, é um impulsionador do PIB, enfim, tem grande potencial.

Mas apenas a questão da prioridade, dizendo, por exemplo, que, na Lei de Incentivo ao Esporte – só para fazer um paralelo –, a regulamentação prevê expressamente uma proibição de que seja concedido o incentivo quando haja comprovada capacidade de



atrair investimentos independentemente dos incentivos. Ou seja, é uma outra política, mas uma política de Estado que também gera gasto tributário, gera renúncia fiscal, em que isso é explícito. No caso da cultura, isso não é explícito, mas o TCU faz uma abordagem, uma interpretação de que o que se pretende é garantir o interesse público, traduzido nos fins de uma política pública, que é garantir ou pelo menos contribuir para a redução das desigualdades, que foram tão faladas aqui, e na criação de oportunidades.

Vou me remeter ao personagem de que o Conselheiro Nascimento falou e deixar uma questão em aberto: será que o Maurício, de Itaúna, teria melhores condições de captar recursos e, se captados, de receber efetivamente a contribuição, caso ele não concorresse com grandes produções cinematográficas e do *business*? É uma pergunta para a qual não tenho resposta. Só coloco porque é a reflexão que será colocada.

Eu queria deixar, enfim, o meu agradecimento e, de novo, colocar-me à disposição. Muito obrigado. Foi muito bacana para nós.

O SR. PRESIDENTE (Ronaldo Lemos) – Muito obrigado, Dr. Ismar.

Eu queria agradecer, mais uma vez, a disponibilidade e a generosidade dos nossos painelistas. Acho que é muito importante que esse tipo de debate aconteça. Nós conseguimos hoje ter um debate de alto nível, profundo, que enfrentou os temas, e eu acho que essa tem sido, aliás, a tradição do nosso Conselho de Comunicação Social. Nós temos mantido um nível absolutamente profundo, analítico, sério, com relação a todas as questões que nós vimos abordando, e acho que hoje não foi diferente.



DOCUMENTOS PERTINENTES À REUNIÃO:

1. Lista de Presença;
2. Apresentação do Sr. Ismar Barbosa Cruz, do TCU;
3. Apresentação do Sr. Leonardo Hernandez, do Ministério da Cultura;
4. Apresentação do Sr. Rodrigo Paiva, da Maurício de Sousa Produções;
5. Apresentação do Sr. Leonardo Edde, do SICAV.



CONGRESSO NACIONAL
Conselho de Comunicação Social

Reunião: 5ª Reunião do CCS

Data: 11 de abril de 2016 (segunda-feira), às 09h

Local: Anexo II, Ala Senador Alexandre Costa, Plenário nº 3

CONSELHO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - CCS

TITULARES	SUPLENTES
Representante das empresas de rádio (inciso I)	
Walter Vieira Ceneviva	1. Paulo Machado de Carvalho Neto
Representante das empresas de televisão (inciso II)	
José Francisco de Araújo Lima	1. Márcio Novaes
Representante das empresas de imprensa escrita (inciso III)	
Marcelo Antônio Rech	1. Maria Célia Furtado
Engenheiro com notórios conhecimentos na área de comunicação social (inciso IV)	
Roberto Dias Lima Franco	1. Liliانا Nakonechnyj
Representante da categoria profissional dos jornalistas (inciso V)	
Celso Augusto Schröder	1. Maria José Braga
Representante da categoria profissional dos radialistas (inciso VI)	
José Catarino do Nascimento	1. Antônio Maria Thaumaturgo Cortizo
Representante da categoria profissional dos artistas (inciso VII)	
Sydney Sanches	1. Jorge Coutinho
Representante das categorias profissionais de cinema e vídeo (inciso VIII)	
Pedro Pablo Lazzarini	1. Luiz Antonio Gerace da Rocha e Silva
Representante da sociedade civil (inciso IX)	
Ronaldo Lemos	1. Patrícia Blanco
Miguel Ângelo Cançado	2. Ismar de Oliveira Soares
Marcelo Antônio Cordeiro de Oliveira	3. Murillo de Aragão
VAGO	4. Aldo Rebelo
Fernando César Mesquita	5. Davi Emerich

**Conselho de Comunicação Social
do Congresso Nacional**

Seminário “Incentivos para a Produção Cultural”

Ismar Barbosa Cruz

Brasília, 11 de abril de 2016.

Sumário

- Atuação do TCU na área da Cultura
- Acórdão 191/2016-TCU-Plenário
 - Fundamentos
 - Alcance
- Perspectivas

Atuação do TCU na área da Cultura

- Contas dos órgãos e entidades vinculados ao Ministério da Cultura;
- Contas de Governo;
- Fiscalizações: auditorias, acompanhamentos, inclusive quanto à renúncia de receitas (§ 1º, da Lei 8.443/92);
- FiscCultura;
- TCEs e representações relacionadas às leis de incentivo à Cultura.

Incentivo a Projetos Culturais

- Consiste na possibilidade de abatimento do Imposto de Renda (IR) de valores que o contribuinte destinar para apoiar projetos previamente aprovados pelo Ministério da Cultura (mecenato cultural).
- Se houver finalidade promocional, o apoio denomina-se “patrocínio”, caso contrário chama-se “doação”.
- Pode ser realizado com base na Lei 8.313/1991 (Lei Rouanet):
 - no art. 18: para os segmentos culturais previstos, com abatimento de até 100% do valor aplicado;
 - no art. 26: para os segmentos não previstos no art. 18, com abatimento de até 30% (se “patrocínio”) ou de até 40% (se “doação”) do valor destinado ao projeto.

Acórdão 191/2016-TCU-Plenário

- Origem: Representação do MP/TCU – TC 034.369/2011-2
- Possíveis irregularidades na autorização de incentivos fiscais (Lei 8.313/1991 – Lei Rouanet)
- Apoio ao Rock in Rio, em 2011

Questão Central Objeto da Representação

- Avaliação da legalidade e legitimidade da concessão dos incentivos culturais previstos na Lei 8.313/1991 a projetos claramente lucrativos e que não teriam problemas para obter patrocínios privados.

Outras Questões

- Autoridades e servidores do Ministério da Cultura (MinC), responsáveis pela apreciação do projeto *Rock in Rio*, teriam sido contemplados com ingressos para participar do evento;
- A Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (ECT) teria apoiado o projeto *Rock in Rio* com o montante de R\$ 2,2 milhões;
- A autorização para captação de recursos para o projeto *Rock in Rio* teria contrariado pareceres técnicos que contestaram o volume de verbas públicas destinadas a projeto de potencial lucrativo sem haver a exigência de contrapartida compatível;

Outras Questões

- Os pareceres técnicos teriam alertado para o fato de a Lei 8.313/1991 ter como objetivo facilitar o acesso a eventos culturais e apoiar projetos com maior dificuldade para conseguir financiamentos; e
- O Ministério da Cultura estaria utilizando rol de categorias de segmentos culturais bem mais amplo do que aquele previsto no art. 18 da Lei Rouanet, o que resultaria em aumento indevido do número de projetos que são viabilizados totalmente com recursos públicos, sem contrapartida privada.

Análises Efetuadas pela Unidade Técnica

- Não houve evidências de ofensa aos princípios da impessoalidade e da moralidade no que tange à destinação de ingressos do *Rock in Rio* a servidores do Ministério (quantidade reduzida de ingressos, distribuídos mediante sorteio entre os servidores), tendo sido a matéria disciplinada pelo art. 106 da Instrução Normativa-MinC 1/2013.
- Não há vedação para que empresas públicas, como a ECT, concedam patrocínios com fundamento na Lei Rouanet, contribuindo as empresas estatais, no exercício de 2013, com cerca de 11% do total de recursos captados com renúncia fiscal em benefício do setor cultural.

Análises Efetuadas pela Unidade Técnica

- A autorização para captação de recursos para o projeto *Rock in Rio* **não teria contrariado o parecer técnico**, uma vez que esse foi favorável à aprovação da captação de R\$ 12,3 milhões, inferior à solicitada, de R\$ 19,9 milhões.
- Entretanto, o Minc e a Comissão Nacional de Incentivo à Cultura **não fizeram qualquer crítica ou ponderação acerca da ressalva/recomendação que constou do parecer**, no sentido de que deveria ser considerada a previsão de receita do evento (R\$ 34 milhões), a fim de solicitar uma maior contrapartida dos organizadores do evento.

Voto do Relator: parecer técnico

- Assim, muito embora não tenha havido, no mérito, decisão contrária ao parecer técnico, **entendo grave a forma displicente como foram tratadas as ressalvas acima transcritas.**
- Seja ao gerir recursos públicos, seja ao autorizar uma renúncia de receitas, o Poder Público está vinculado ao princípio da eficiência.
- **As ressalvas constantes do parecer técnico** buscavam justamente maximizar o retorno social do benefício fiscal em análise e **exigem medidas concretas por parte das instâncias competentes** para autorizar a captação dos recursos.

Voto do Relator: questão principal

- “Uma área onde os recursos disponíveis são mais escassos, o apoio a um festival lucrativo como o *Rock in Rio* indica uma inversão de prioridades, com um possível desvirtuamento do sentido da Lei de incentivo à cultura” (trecho da representação).
- Outros casos: Cirque du Soleil; blog de vídeos com Maria Betânia, turnê de Caetano Veloso, Festa do Peão de Barretos.
- Projetos beneficiados devem se amoldar às finalidades do Pronac, como contribuir para facilitar o livre acesso às fontes de cultura; promover e estimular a regionalização da produção cultural; e priorizar o produto cultural originário do País.

Voto do Relator: questão principal

- Para cumprir essas finalidades devem atender ao menos um dos objetivos do Pronac (art. 3º da Lei Rouanet), entre eles: incentivo à formação artística e cultural; e fomento à produção cultural e artística mediante realização de exposições, festivais e espetáculos.
- Os incentivos somente serão concedidos a projetos cuja exibição, utilização e circulação dos bens culturais deles resultantes sejam abertas, sem distinção, a qualquer pessoa, se gratuitas, e a público pagante, se cobrado ingresso (art. 2º, §1º, da Lei Rouanet).

Voto do Relator: questão principal

- Dos projetos incentivados deverá constar formas para a democratização do acesso aos bens e serviços resultantes, com vistas a, entre outros:
 - tornar os preços e ingressos mais acessíveis à população em geral;
 - promover distribuição gratuita de obras ou de ingressos a beneficiários que atendam às condições estabelecidas pelo MinC;
- Considerando que os dispositivos da Lei 8.313/1991 e as normas infralegais não apresentam dispositivo expresse impedindo a concessão de incentivos a projetos culturais com potencial lucrativo, o MinC defende que não haveria amparo legal para negar concessão de incentivos a esses projetos.

Voto do Relator: questão principal

- O TCU, ao analisar os atos de gestão de suas unidades jurisdicionadas, deve controlar o atendimento ao interesse público, onde se fundamenta a legitimidade desses atos.
- E, além das condicionalidades específicas previstas em lei, é justamente o interesse público que deve, no presente caso, nortear as deliberações pela autorização, ou não, da captação de recursos prevista na Lei Rouanet
- Não se consegue vislumbrar interesse público a justificar a renúncia de R\$ 2 milhões de receita do Imposto de Renda em benefício da realização de um projeto com altíssimo potencial lucrativo, como o *Rock in Rio*.
- Parece que esta também é a percepção da sociedade, razão pela qual autorizações de incentivos fiscais a projetos da espécie ganham a atenção da mídia

Voto do Relator: questão principal

- Toda a atuação da Administração está vinculada ao interesse público. Ainda que os dispositivos legais não sejam claros, o gestor deve buscar a *intentio legis* e estar atento aos princípios legais e constitucionais.
- Sempre que se trata da atuação de fomento do Estado, seja na cultura, no esporte, na indústria, entendo que se deva perquirir sobre o binômio capacidade/necessidade. Aquele setor/projeto é capaz de se auto sustentar? Há a necessidade (interesse público) de intervenção do Estado de forma a impulsionar esse setor/projeto?
- Parece ser esse o espírito que rege as legislações que tratam do fomento estatal por meio de incentivos fiscais, como a Lei Rouanet.

Voto do Relator: semelhança com a Lei de Incentivo ao Esporte

- A despeito de a Lei 11.438/2006, assim como a Lei Rouanet, também não trazer comando expreso acerca da concessão de benefícios fiscais a projetos atrativos comercialmente, seu decreto regulamentador (Decreto 6.180/2007) assim dispôs:
 - “Art. 24. É vedada a concessão de incentivo a projeto desportivo: (...)
 - II - em que haja comprovada capacidade de atrair investimentos, independente dos incentivos de que trata este Decreto”.
- No voto condutor do Acórdão 92/2013-TCU-Plenário, que tratou de auditoria na LIE, o Relator considerou:
 - “Não haveria sentido, portanto, em que o Estado brasileiro, considerados os conhecidos limites de recursos para promover suas mais variadas políticas públicas, viesse a optar pela renúncia de receitas com vistas a incentivar projeto que não precisa de tal facilidade para realizar-se, enquanto tantos outros dela necessitam.”

Voto do Relator: Ficart

- A Lei Rouanet, em seu art. 2º, previu outro mecanismo, denominado Fundos de Investimento Cultural e Artístico – Ficart (inciso II), que, de forma expressa, apresenta um claro viés para apoiar projetos comerciais.
- Esses Fundos seriam constituídos, sob a forma de condomínio, caracterizando comunhão de recursos destinados à aplicação em projetos culturais e artísticos de natureza comercial (arts. 8º e 9º), e teriam seus rendimentos e ganhos de capital, com algumas exceções, isentos do IOF e do IR.
- Desde a implementação da Lei Rouanet, em 1991, esta modalidade nunca foi utilizada.
- Apesar de a Lei prever um mecanismo específico para projetos comerciais, as empresas optam por outro mecanismo, considerado por elas mais vantajoso, e a Administração, a despeito da apresentação de propostas em dissonância com o interesse público, aprova os referidos benefícios.

Voto do Relator: Análise do Poder Público

- Grande parte dos projetos culturais vão objetivar lucro (são comerciais), mas apenas alguns destes possuem, de fato, potencial lucrativo.
- O Poder Público deve analisar caso a caso.
- Quando se tratar de projeto comercial e, além disso, quando se mostrar evidente que o projeto é capaz de se auto sustentar e não necessita de apoio dos incentivos fiscais (mecenato), cabe a negativa da autorização da captação de recursos, com fundamento no interesse público.

Voto do Relator: Análise do Poder Público

- Ainda que se considere a apresentação de contrapartidas pelos proponentes (como aquelas tendentes à democratização do acesso), quanto mais lucrativo se apresentar um projeto, menor será a possibilidade de essas contrapartidas apresentadas virem a conferir um interesse público suficiente para justificar a concessão de incentivos fiscais.
- Por outro lado, devem ser analisados com parcimônia os casos limítrofes, especialmente aqueles em que não se está diante de uma excessiva expectativa de lucro e onde há, de fato, o oferecimento de contrapartidas capazes de satisfazer ao interesse público.

Voto do Relator: Análise do Poder Público

- Nesses dois momentos (exame de admissibilidade e parecer técnico), bem como quando da aprovação do parecer pelas instâncias superiores, dever-se-á avaliar, além do atendimento das finalidades e dos critérios expressos na Lei 8.313/1991, se o perfil do projeto e as condições apresentadas pelo proponente são capazes de comprovar a existência de interesse público a justificar a concessão de incentivos fiscais.

Acórdão 191/2016-TCU-Plenário

- 9.2. **determinar à Secretaria Executiva do Ministério da Cultura (SE/MinC) que, ao deliberar sobre proposta de concessão de incentivos a projetos culturais previstos no art. 2º, inciso III, da Lei 8.313/1991:**
 - 9.2.1. **manifeste-se expressamente sobre eventuais ressalvas constantes do parecer técnico elaborado sobre a proposta**, bem como promova o saneamento das inconsistências antes de proceder à autorização para captação de recursos, de forma promover a adequação do projeto às finalidades do Programa Nacional de Apoio à Cultura - Pronac e maximizar as contrapartidas sociais oferecidas em razão da concessão do incentivo; e
 - 9.2.2. **abstenha-se de autorizar a captação de recursos a projetos que apresentem forte potencial lucrativo**, bem como **capacidade de atrair suficientes investimentos privados** independentemente dos incentivos fiscais daquela Lei;

Perspectivas

- Aguardar o trânsito em julgado do Acórdão 191/2016-TCU-Plenário;
 - Recurso aguarda análise pelo Tribunal;
 - Embargos de declaração interpostos pelo MinC objetivam esclarecer o que vem a ser projetos com forte potencial lucrativo bem como capacidade de atrair suficiente investimentos privados independente do incentivo fiscal e transformar a determinação em recomendação.
- Adaptar procedimentos de análise dos projetos incentivados às novas orientações do Tribunal;
- Acompanhar a aprovação do novo marco legal de fomento à cultura, inclusive quanto aos incentivos fiscais;
- Contribuir para o aperfeiçoamento da política cultural brasileira.

Muito obrigado!

Ismar Barbosa Cruz

Secretário de Controle Externo da Educação, Cultura e Desporto
(SecexEducação)

✉ secexeduc@tcu.gov.br

☎ (61) 3316-7352

Desafios do fomento nacional à Cultura

Secretaria de Fomento e Incentivo à Cultura - SEFIC

MINISTÉRIO DA CULTURA

Secretaria de
Fomento e Incentivo
à Cultura

Ministério da
Cultura

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PÁTRIA EDUCADORA

Desafios do FOMENTO

- O sistema de financiamento brasileiro atual **não responde adequadamente** à complexidade atual da cultura na contemporaneidade. Ele está visivelmente **desequilibrado**.
- As políticas de **diversidade cultural** desenvolvidas na atualidade necessitam sistemas de financiamento que, em sintonia com a complexidade contemporânea do campo cultural, possam acolher, preservar e promover a diversidade.
- O sistema de financiamento deve comportar uma **pluralidade de procedimentos**, instrumentos e fontes de fomento à cultura.
- A utilização de **100% de isenção fiscal** nas leis de incentivo expressa paradoxal contradição com a intenção original das leis de incentivo: trazer **novos recursos** das empresas para a cultura.
- O sistema de financiamento não pode prescindir da formação e **qualificação de pessoal e da realização de estudos**, que subsidiem seu desenvolvimento e ampliem sua complexidade.

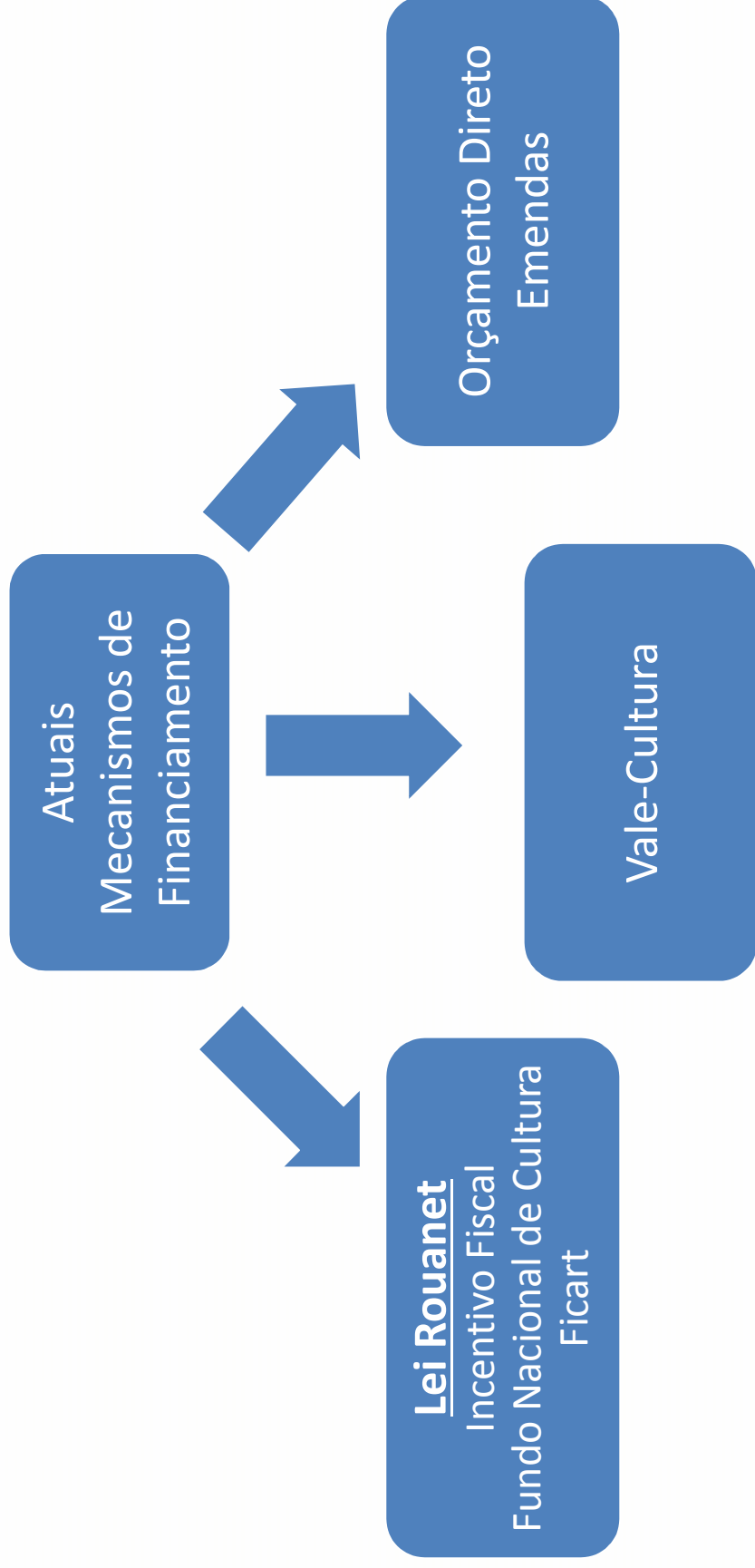
** Baseado no texto do prof. Albino Rubim*

Desafios do FOMENTO

- O **fomento direto** do estado, através de **fundos de cultura**, têm tido melhor capacidade de **universalizar** o financiamento.
- A necessária afirmação dos avanços dos **editais públicos** não pode esconder as **limitações** de sua utilização universal em decorrência de suas exigências técnicas. Outras modalidades de apoio precisam ser inventadas.
- As políticas culturais devem incentivar o desenvolvimento e a **diversidade de públicos e mercados culturais** (diversos mecanismos, inclusive os que incorporam o risco e estimulam o empreendedorismo).
- O sistema de financiamento necessita atender os **diversos momentos** do fazer cultural e superar apoios pontuais e circunscritos no tempo.
- O sistema de fomento precisa ser pensado na **perspectiva federativa** para maior **eficiência**.

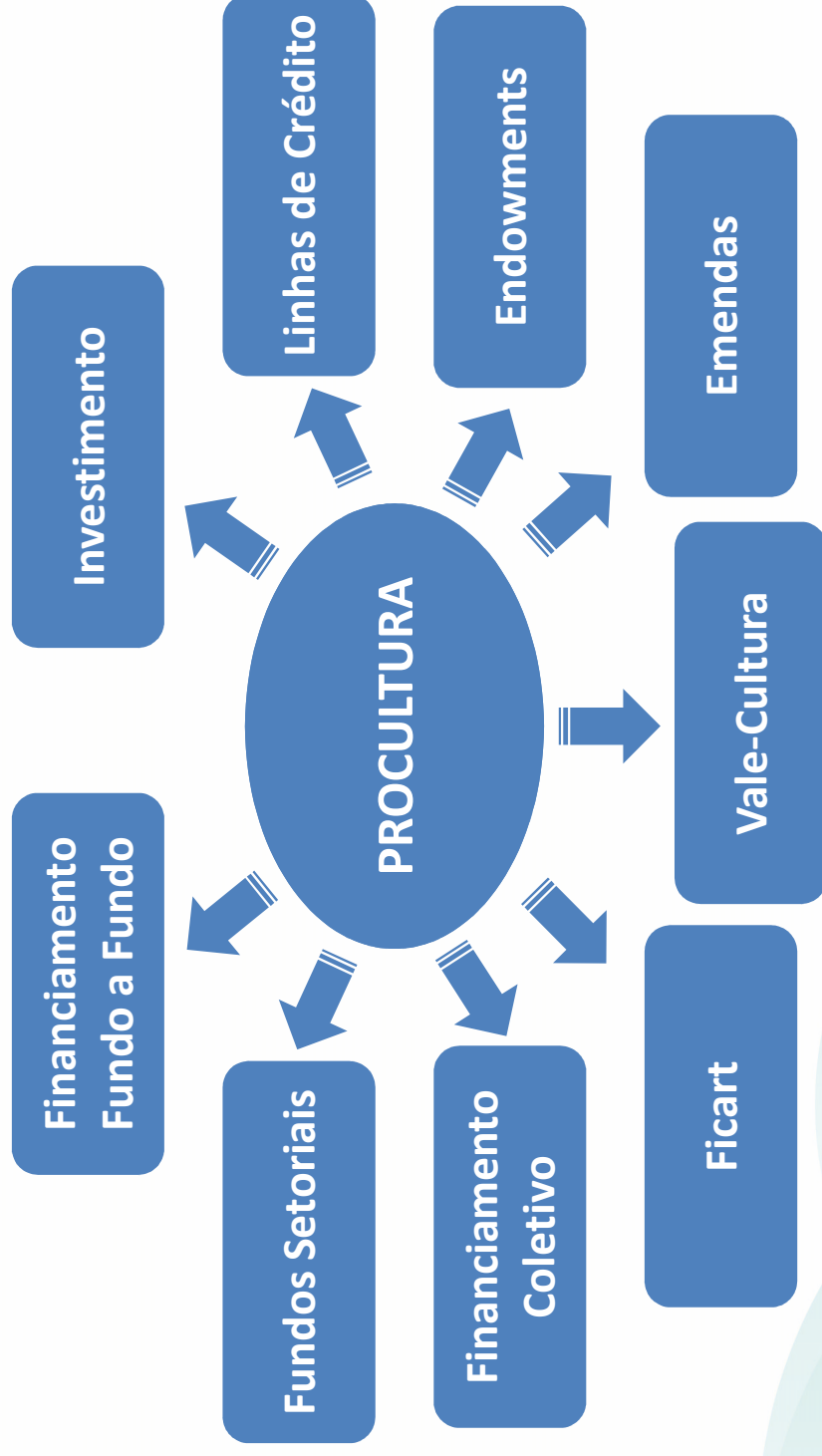
** Baseado no texto do prof. Albino Rubim*

Desafios do FOMENTO



Desafios do FOMENTO

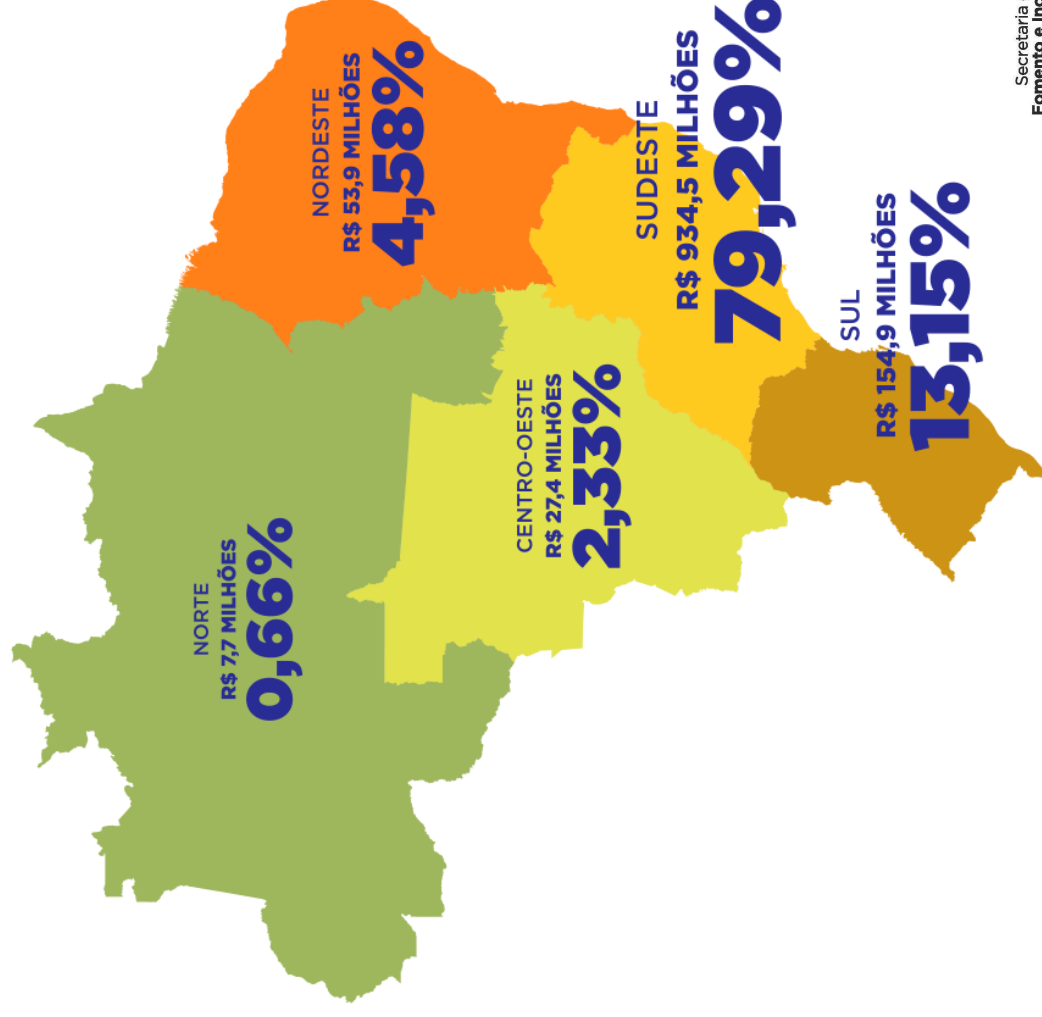
Novo Sistema de Financiamento à Cultura



Panorama do Incentivo Fiscal em 2015

Incentivo Fiscal em 2015

CAPTAÇÃO POR REGIÃO



Dados de 2015 | Atualizados em 15/2/2016

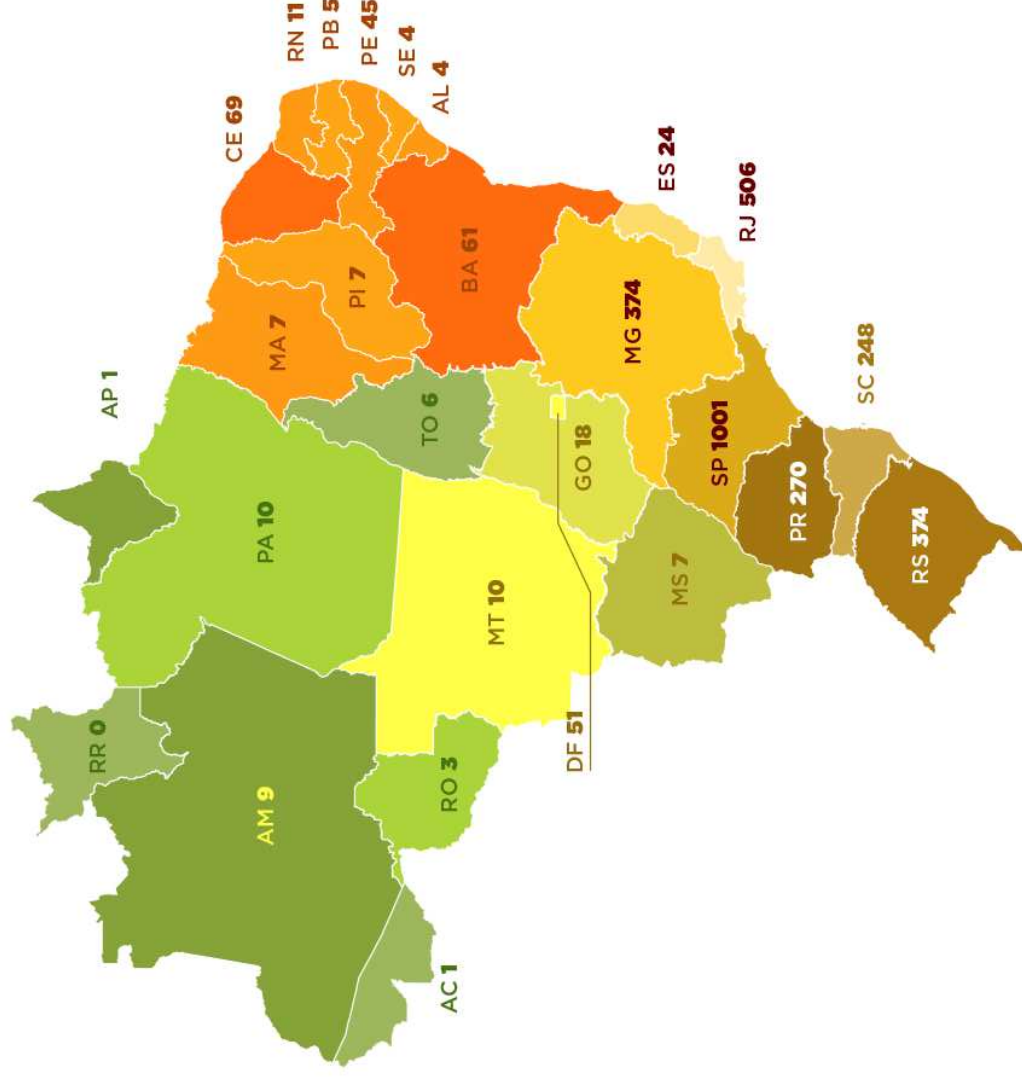
Secretaria de
Fomento e Incentivo
à Cultura

Ministério da
Cultura

Incentivo Fiscal em 2015

SÃO PAULO	528.430.814,68
RIO DE JANEIRO	281.400.368,20
MINAS GERAIS	117.621.128,48
RIO GRANDE DO SUL	75.975.222,61
PARANÁ	42.004.302,21
SANTA CATARINA	36.963.997,14
DISTRITO FEDERAL	20.784.403,58
BAHIA	18.861.089,34
PERNAMBUCO	15.752.371,33
CEARÁ	10.901.545,21
ESPÍRITO SANTO	7.104.263,36
RIO GRANDE DO NORTE	5.857.849,97
PARÁ	3.334.706,35
GOIÁS	2.922.567,28
MATO GROSSO	2.255.549,88
AMAZONAS	1.883.032,95
MATO GROSSO DO SUL	1.474.915,89
RONDÔNIA	1.326.420,00
TOCANTINS	1.062.841,50
MARANHÃO	839.254,16
PIAUÍ	709.799,75
SERGIPE	489.920,00
ALAGOAS	302.350,00
PARAÍBA	235.880,00
ACRE	80.000,00
AMAPÁ	60.000,00
RORAIMA	0,00

NÚMERO DE PROJETOS QUE EFETIVARAM CAPTAÇÃO



Visão geral: *histórico por região*

- **Toda captação do Norte e Nordeste de 1991 a 2015 (R\$ 944 mi) é quase o mesmo que a Região Sudeste captou apenas em 2015 (R\$ 934 mi).**
- **Toda a captação do Sul (R\$ 1,667 bi) equivale a 1,8 da região Sudeste em 2015.**
- O que o Sudeste captou no último biênio (2014-2015) – ou seja, R\$ 1,991 bi – é R\$ 647 mi a mais do que a **soma da captação do Norte, Nordeste e Centro-Oeste** durante toda a história da Rouanet (R\$ 1,344 bi).

Comparativos concentração

	FNC	INCENTIVO FISCAL (MECENATO)	POPULAÇÃO	PIB	Imposto de Renda	OCUPADO CRIATIVOS
CO	11%	1,70%	7,55%	9,12%	14,29%	7,67%
NE	16%	5,21%	25,98%	12,63%	5,23%	17,57%
N	9%	0,73%	10,23%	6,47%	2,52%	4,86%
SE	41%	79,29%	41,94%	55,27	67,20	52,96 %
S	19%	13,07%	14,30%	16,52%	10,76%	16,94%

Lei Rouanet: ref. 2014; FNC: ref. 2015; População: IBGE, ref 2015; PIB: 2013; IR: Receita Federal, ref 2014, IRPF, IRPJ etc.; Ocupados: Estudo BA a partir do Censo 2010

OBSERVAÇÕES:

- Concentração de Lei Rouanet por localidade do produtor. Projeto pode ser realizado em localização diversa do local do produtor.
- Nível de concentração não encontra equivalente em nenhum outro parâmetro.
- Não atendimento de princípios constitucionais e do Plano Nacional de Cultura 2011-2020

Comparativos concentração *proponentes*

N. DE PROJETOS (%)	N. DE PROJETOS (QTD)	VALOR CAPTADO (%)	VALOR CAPTADO (R\$)
5%	166	43%	600 milhões
7%	236	50%	668 milhões
15%	500	66%	888 milhões
25%	830	78%	1.040 milhões
35%	1.116	85%	1.140 milhões
100%	3.320	100%	1.334 milhões

COMPARATIVOS

- 5% dos que mais captam equivalem, em tese, a 10 mil pontos de cultura por ano – sem contar contrapartida dos estados

Avanços possíveis

- ✓ Racionalizar a gestão do incentivo fiscal
(8 mil apresentados, 6 mil aprovados, 3 mil captados)
- ✓ Articulação com estatais
- ✓ Estimular patrocínio por pessoa física
- ✓ Estimular novos patrocinadores
- ✓ Contínuo aperfeiçoamento da análise
- ✓ Acompanhamento mais efetivo
- ✓ Prestação de contas financeiras por amostragem
- ✓ Definição de critérios para projetos com potencial lucrativo a partir da decisão do TCU

Procultura



Procultura

Incentivo Fiscal

- ✓ Teto de 80% para patrocínio e 100% para doação PF e PJ
- ✓ Incentivos diferenciados de acordo com necessidades diferenciadas
- ✓ Ampliação teto renúncia empresas (a partir do porte da PJ)
- ✓ Possibilidade de parte da renúncia no ato da declaração (por PF)

Fundo Nacional de Cultura

- ✓ Melhor caracterização
- ✓ **Patamar mínimo** (referência isenção fiscal)
- ✓ Repasse **Fundo a Fundo** com piso regional
- ✓ Fundos setoriais
- ✓ **3 modalidades:** (i) fundo perdido; (ii) investimento e (iii) crédito.

Vale Cultura

Contexto inicial

Alta exclusão consumo cultural:

93% nunca foi a exposição de arte

78% nunca viu espetáculo de dança.

Potencial

Beneficiários: 42 milhões de trabalhadores sendo 32 milhões até 5 s.m.

Aportes: 1,6 bi/mês – 19,2 bi/ano

Cenário Atual

Beneficiários: 1.076 empresas, 430 mil trabalhadores

Recebedoras: 38 mil

Aportes: R\$ 232 milhões consumidos

Medidas para ampliação:

- ✓ Nova campanha publicitária
- ✓ Estímulo de adesão a estatais
- ✓ Criação de rede com estados e municípios
- ✓ Estímulo para adesão do poder público (estatutários)
- ✓ Fomentar a interoperabilidade
- ✓ Diminuir os custos de uso pelas *recebedoras*
- ✓ *Meta de 3 milhões até 2019.*



OBRIGADO!

Ministério da Cultura
Secretaria de Fomento e Incentivo à Cultura - Sefic

(61) 2024-2114/2114/2046
leonardo.hernandes@cultura.gov.br

www.cultura.gov.br/sefic
www.cultura.gov.br/fale-com-o-minc
<http://ouvidoria.cultura.gov.br>

Carlos Paiva

Secretário de Fomento e Incentivo à Cultura

Alexandra Costa

Diretora de Incentivo à Cultura

Leonardo Hernandes

Diretor de Gestão de Mecanismos de Fomento

Raphael Valadares

Chefe de Gabinete

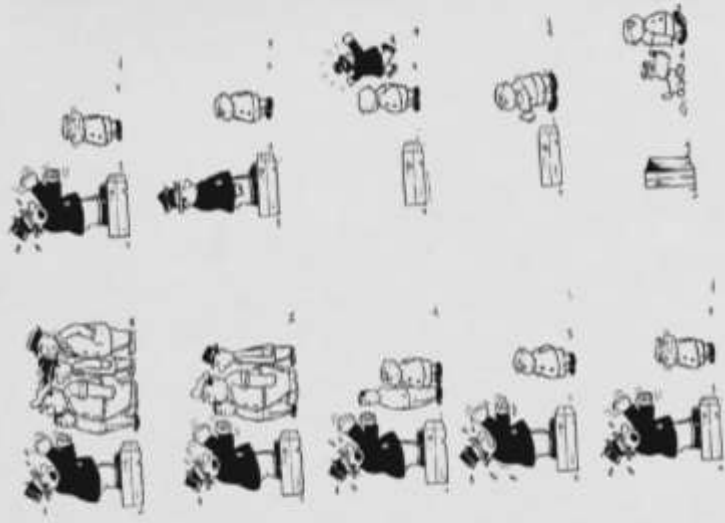
Paula Berbert

Coordenadora de Comunicação

**O PAPEL DO MERCADO E DOS
INCENTIVOS CULTURAIS NO
FINANCIAMENTO DO CONTEÚDO DE
QUALIDADE PARA CRIANÇAS**

Rodrigo Paiva

Diretor Comercial da Maurício de Sousa Produções



A Mauricio de Sousa Produções nasceu nos anos 60 do sonho de um artista brasileiro, Mauricio de Sousa. Depois de ouvir várias vezes que desenho não dava futuro, em 1959, Mauricio conseguiu, publicar sua **primeira tirinha**, com o cãozinho Bidu.

Seguindo o **modelo dos syndicates americanos**, passou a vender as tirinhas para outros jornais. No início, fazia tudo sozinho: roteiro, desenho e até a distribuição das tirinhas às publicações, levadas inicialmente de ônibus num raio de 100 km a partir de Mogi das Cruzes, no interior de São Paulo, onde morava.





No final dos anos 60, o publicitário Enio Mainardi viu uma tirinha em que a personagem **Mônica** puxava um elefante pela tromba, numa referência a um já famoso extrato de tomate. O publicitário propôs, então, tornar o **elefante Jotalhão, garoto-propaganda da marca.**

Foram **mais de 70 filmes**, que tornaram a Turma da Mônica conhecida em todo o território nacional. A partir daí, surgiu a **revista da Mônica**, pela editora Abril e, com o passar dos anos, os **gibis de outros personagens**.





Hoje, a **Mauricio de Sousa Produções** é a maior produtora nacional de conteúdo infantil e emprega diretamente **quase 400 funcionários**, sendo cerca de metade deles artistas envolvidos na produção dos quadrinhos e das animações.

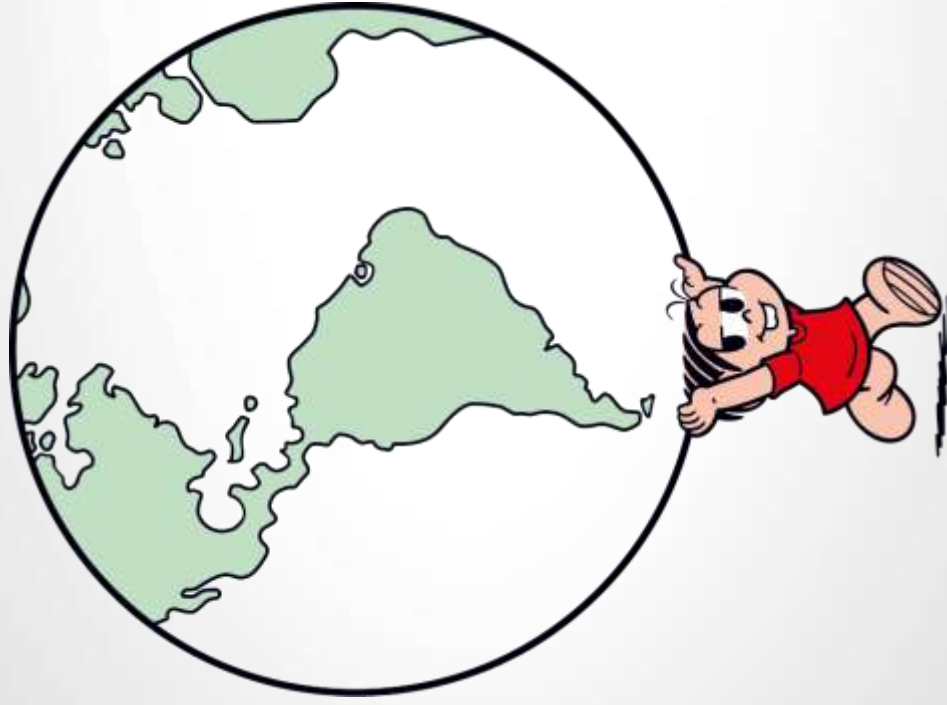
A MSP investe mais de R\$ 20 milhões em pessoal ao ano para manter os departamentos de produção artística, entre eles Estúdio de Arte, Estúdio de Som, Estúdio de Animação, Exposições, História em Quadrinhos e MSP ao Vivo.

Nos últimos anos, a MSP vem acompanhado com entusiasmo o surgimento e crescimento de **novos players** nesse mercado. Contribuem para esse **cenário positivo**, o **ambiente de liberdade** e também as inúmeras **políticas públicas do governo para o setor**.



Se antes a MSP compartilhava o espaço praticamente apenas com personagens estrangeiros, com algumas poucas exceções, **agora o cenário é outro**: temos **Galinha Pintadinha**, **Peixonauta**, **O Show da Luna**, **Meu AmigãoZão**, coprodução com o Canadá, além de programas live action, como **Detetives do Prédio Azul**, do Gloob, canal a cabo infantil da Rede Globo, para citar apenas alguns.





Hoje, a maioria dessas produções já está presente em outros países, com o apoio de associações como a ABPITV (Associação Brasileira de Produtores Independentes) e a agências como a APEX-Brasil (Agência de Promoção de Exportações e Investimentos) e ANCINE (Agência Nacional de Cinema).



As plataformas que fazem todo esse conteúdo chegar a seu público têm se multiplicado: **TV por assinatura, YouTube, Netflix** e outros serviços de vídeo on demand, aplicativos para celulares e tablets em modelos gratuitos e pagos. A criança brasileira tem acesso a um universo cada mais rico de **produções nacionais**.

Contribuem para isso, algumas políticas públicas como a Cota de Tela, que estabelece reserva de salas de cinema para exibição de produções nacionais, com percentuais definidos a partir de estudos da **ANCINE**, e a Lei da TV Paga (Lei 12.485), que exige exibição de conteúdo nacional.



Em parceria com a **APEX-Brasil**, a produção audiovisual voltada para o público **infantil tem atravessado fronteiras**. O setor audiovisual é um dos 60 setores da economia brasileira contemplado pelas ações da agência, e um dos considerados prioritários, já que contribui para a construção de uma imagem **positiva** do país e carrega valor agregado muito superior ao das tradicionais commodities.





As animações da Turma da Mônica estão na América Latina, via coprodução com a Turner, e veiculação no Cartoon Network, Tooncast, Boomerang. Por meio da Globo Internacional estamos em 116 países na **América do Norte, Central e Sul além de Europa e Ásia**. A série Mônica Toy estreará na Coreia do Sul e na Índia. Mônica Toy, Turma da Mônica e Pelezinho estão em Portugal, Angola e Moçambique.

Participamos de **feiras para comercialização de conteúdo audiovisual para o mundo todo**, entre elas estivemos recentemente na RioContent Market e participaremos este ano na França da **Annecy MIFA, MipJunior e MipCom** e da **ATF**, em Cingapura, maior feira de mercado evento de entretenimento do mercado asiático.





Hoje, o **setor criativo responde por 2,8% do PIB** brasileiro. O crescimento médio anual do setor criativo nos últimos cinco anos foi de 6,13%, maior do que o crescimento do PIB brasileiro.

O crescimento maior ainda é concentrado nos países desenvolvidos, mas **os artistas brasileiros também querem ganhar o mundo**, e a economia criativa é um dos focos de incentivo às nossas exportações.

Embora as políticas de incentivo tenham um papel importante, elas deveriam desempenhar o papel de possibilitar o ingresso de novos players e funcionar como complemento a outras fontes de recurso, entre elas o **licenciamento**.





O licenciamento é uma fonte importante para o financiamento do conteúdo audiovisual para criança que se faz no Brasil e começa a ser exportado para o mundo.

Licenciamento consiste no ato de autorizar um terceiro a utilizar marca nominativa, figurativa ou mista, ou propriedade intelectual ou artística conforme disposto nos Artigos nº 139, 140 e 141 da Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996 ou no Art. 49 da Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998. Tal direito é concedido por tempo limitado, com a contrapartida de uma remuneração para o detentor dos direitos de uso. **Em geral, a remuneração do licenciamento se dá através de um percentual por produto vendido, ao qual se associa a marca ou imagem.**

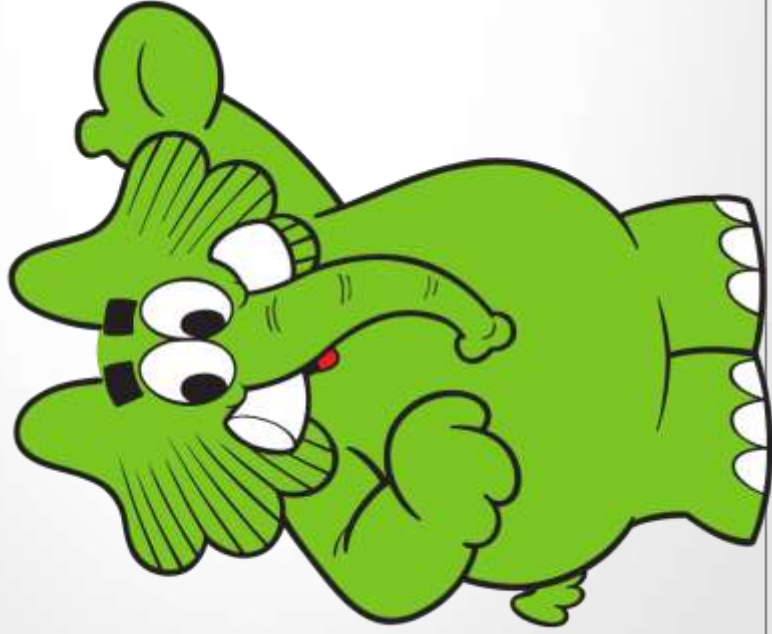




Por meio do licenciamento, produtos que querem entrar no mercado com chances maiores de concorrer com marcas já estabelecidas se associam a personagens conhecidos gerando concorrência e estimulando a inovação no setor.

Entre nossos produtos licenciados, a já famosa **Maçã da Turma da Mônica**, primeira fruta com marca do país, que vende mensalmente 650 toneladas e abriu um novo mercado, estimulando a concorrência ao se associar também a produtos in natura.

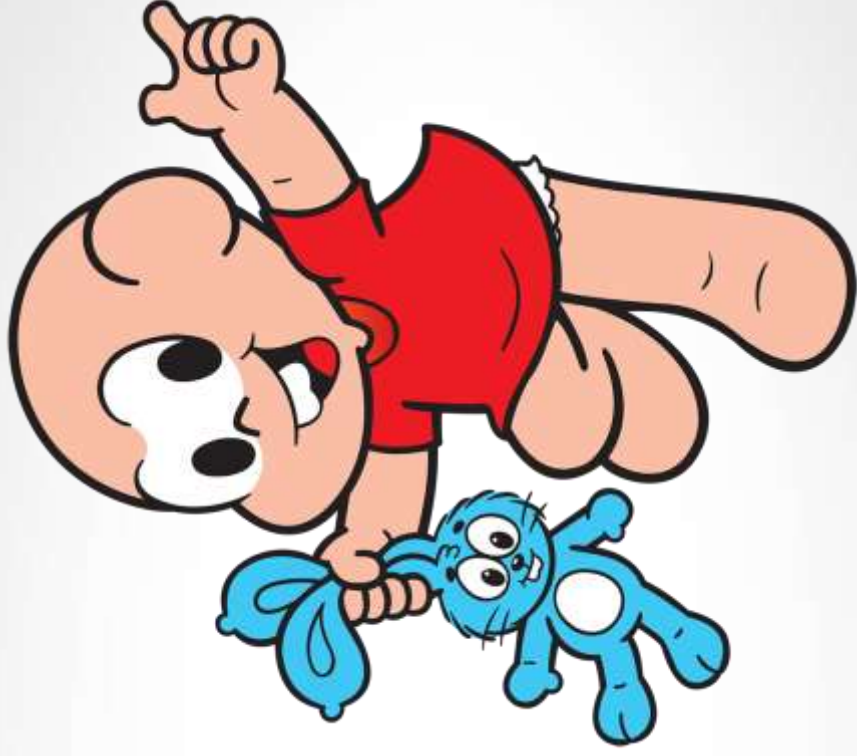


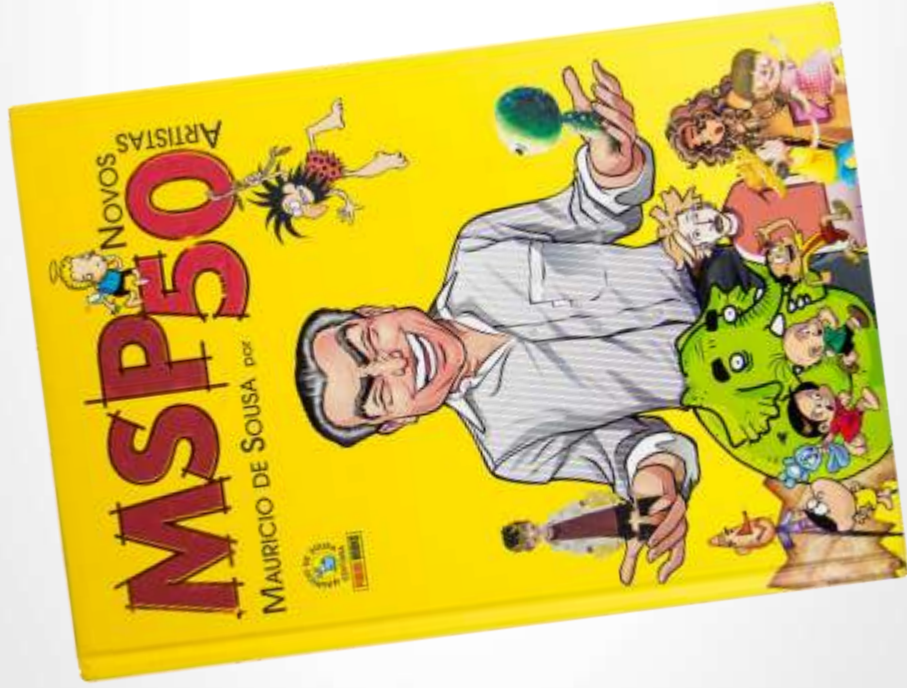


Hoje, o licenciamento de produtos, **que começou nos anos 60 com o Jotalhão e o extrato de tomate elefante**, é o que permite que a MSP cresça, reinvestindo o que fatura na própria empresa. São mais de 3.000 produtos de 150 empresas.



Como a produção de gibis e de animações requerem equipes altamente especializadas e um grande investimento, é esse faturamento que permite subsidiar a produção artística e, inclusive as nossas ações institucionais em **parceria com o Unicef, WWF e Graacc**, entre outras entidades.

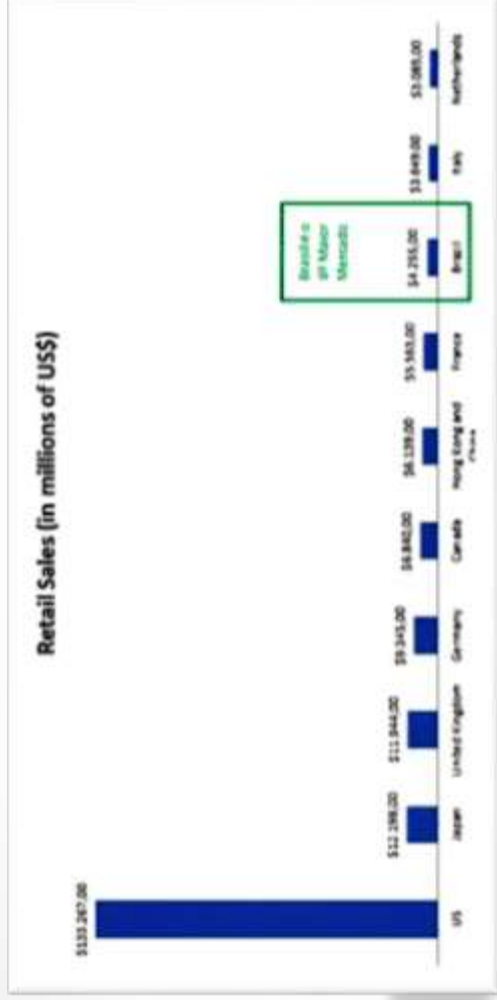




Temos orgulho de ser **um dos principais alfabetizadores informais do país** e de vender, hoje, num mundo em que a tecnologia domina, **2,5 milhões de gibis** por mês. Em 2014, foram comercializados **2 milhões de exemplares de livros** com a Turma da Mônica. Mauricio de Sousa foi o autor infantil mais lido em 2015, atrás apenas de best-sellers como Augusto ainda Cury.

O licenciamento é fundamental para os novos players, permitindo o financiamento da produção de novas animações. Ele também é bastante relevante para as empresas que produzem os personagens que citei. Segundo dados da ABRAL, existem 500 empresas licenciadas no país, sendo 600 licenças disponíveis, das quais 75% são estrangeiras.

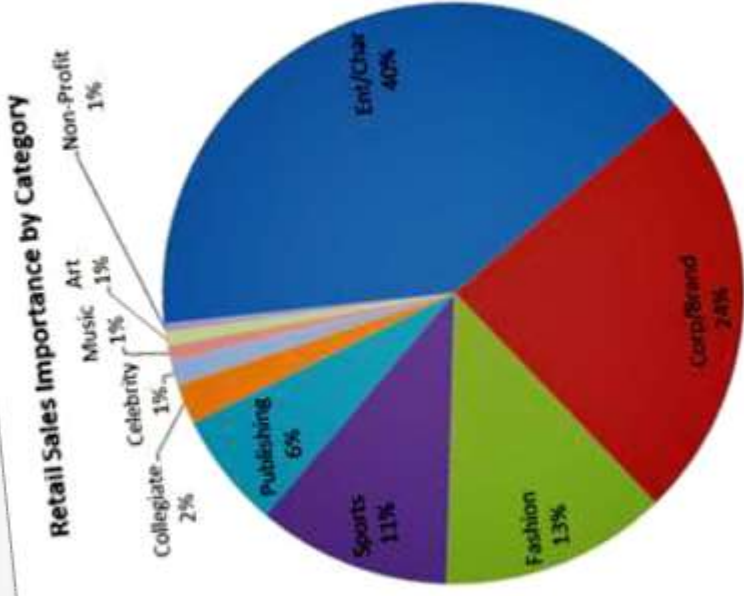




O Brasil é o oitavo maior mercado, mas ainda tem potencial para crescer

Fonte: LIMA (International Licensing Industry Merchandisers' Association)

O mercado mais importante é ligado a entretenimento e personagens



Fonte: LIMA (International Licensing Industry Merchandisers' Association)



Segundo a LIMA, a Turma da Mônica é a única marca nacional entre as dez primeiras mais lembradas para o mercado infantil, à frente de McDonald's, Peppa Pig, Coca-Cola e Nike. A ABRAL prevê que, em 2016, o mercado brasileiro fature aproximadamente R\$ 17,850 bilhões.

A TV a cabo chega a 28% dos domicílios. A qualidade do conteúdo para crianças é um dos principais motivos para a assinatura. Entre os 10 canais mais vistos estão **Discovery Kids**, **Cartoon Network** e **Disney Channel**. A **publicidade de produtos infantis é outro pilar deste mercado**, financiando os canais de TV por assinatura.

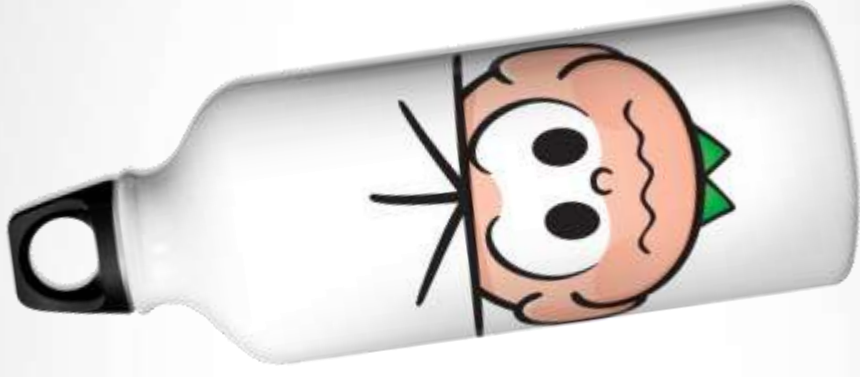
Contribuem para isso também políticas como a Cota de Tela (reserva de salas de cinema para exibição de produções nacionais) e a Lei da TV Paga (Lei 12.485), que exige exibição de conteúdo nacional.





Na TV aberta, a qual quase todos os brasileiros têm acesso, o horário infantil praticamente desapareceu. Isso se deve ao ambiente cada vez mais restritivo em relação a comunicação mercadológica com a criança. Em busca de rentabilidade, os canais preferem trocar a programação infantil por programas de variedades, em que a publicidade praticamente não enfrenta restrições.

É com grande preocupação que temos acompanhado a discussão sobre as restrições e até mesmo sobre propostas de proibição total da publicidade dirigida a crianças, incluindo qualquer tipo de licenciamento, proposta que só encontra paralelo em países como Cuba e Coreia do Norte.





No Congresso tramitam dezenas de PLs sobre a questão.

A proibição defendida por algumas dessas propostas traz consequências que podem ser muito mais prejudiciais à criança do que a publicidade dentro de parâmetros éticos e legais estabelecidos pela legislação em vigor e pela autorregulamentação do CONAR.

A **Resolução 163 do Conanda**, publicada sem discussão com a sociedade, inspira diversos PLs, como o PL 5921/2001, e estabelece que é abusiva toda a publicidade e comunicação mercadológica dirigida à criança no Brasil.

Se a proibição total da publicidade e do licenciamento for adotada, serão perdidos:

R\$ 33 bilhões em produção,
equivalente a 2 vezes o valor anual do
Bolsa Família
720 mil empregos

R\$ 6,4 bilhões em salários
R\$ 2,2 bilhões em tributos

Fonte: GO Associados

Para efeito de comparação, o Fundo do Setor Audiovisual investiu R\$ 1 bilhão em 6 anos; e a **Lei Rouanet** captou para o setor, em 2015, R\$ 74,6 milhões





Quando a resolução fala em comunicação mercadológica ela inclui não apenas a publicidade propriamente dita, mas também **páginas na internet dedicadas à criança, embalagens de produtos infantis, ações em shows infantis, patrocínios de espetáculos infantis e disposição dos produtos em lojas e supermercados.**

Existem propostas de proibição total da publicidade dirigida a crianças, incluindo qualquer tipo de licenciamento, o que só encontra paralelo em países como Cuba e Coreia do Norte.

Pela resolução do Conanda é abusivo o uso excessivo de cores, de trilhas sonoras infantis, de desenhos animados, de bonecos e personagens em quaisquer embalagens, na publicidade e na internet, em campanhas realizadas por empresas.

A resolução tem um alcance gigantesco e afetará todo um setor de produção de conteúdo infantil no Brasil.





Pelas regras da resolução, um espetáculo com personagens só poderá existir se o seu criador tiver recursos para bancar a produção sozinho, já que o patrocínio é considerado abusivo.

Será difícil convencer uma empresa produtora de conteúdo para crianças a investir em desenhos, animações e espetáculos no Brasil.

O alcance das restrições é imenso e afetará todo um setor de produção de conteúdo infantil no Brasil. A resolução afetará toda a indústria de entretenimento no Brasil.

Passaremos a consumir apenas a produção cultural infantil que vem de fora, trazendo outra cultura que não é a nossa, brasileira.



O exemplo da TV Cultura, em São Paulo, é prova de que as verbas públicas não têm se mostrado suficientes para financiar o conteúdo infantil de qualidade. Com a redução do financiamento estatal e queda nas verbas publicitárias, a TV Cultura hoje apenas reexibe programas produzidos no passado, de qualidade inegável, como Cocoricó ou Castelo Rá-Tim-Bum, não sendo capaz de sustentar novas produções.

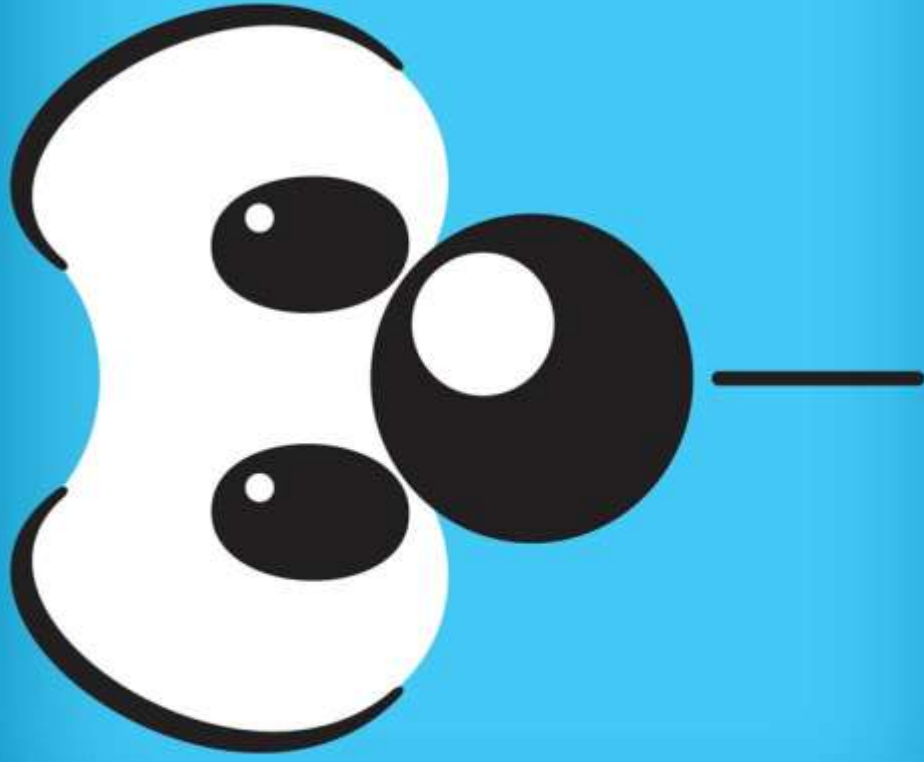




Queremos deixar claro que o modelo em que o mercado se financia com recursos do licenciamento e encontra veículo para sua **produção nos canais sustentados pela publicidade** não deveria sofrer interferências drásticas, como a de uma eventual proibição da publicidade.

A discussão sobre incentivos específicos à produção infantil e cotas de exibição nas TVs e nos cinemas é bem-vinda, mas nunca em substituição ao livre mercado que tem se mostrado dinâmico e capaz de estimular a produção nacional e a ampla concorrência.

OBRIGADO!





Início em 1999

2011 - 130 associados

Julho 2014 – 445 associados

Abril 2016 – 606 associados

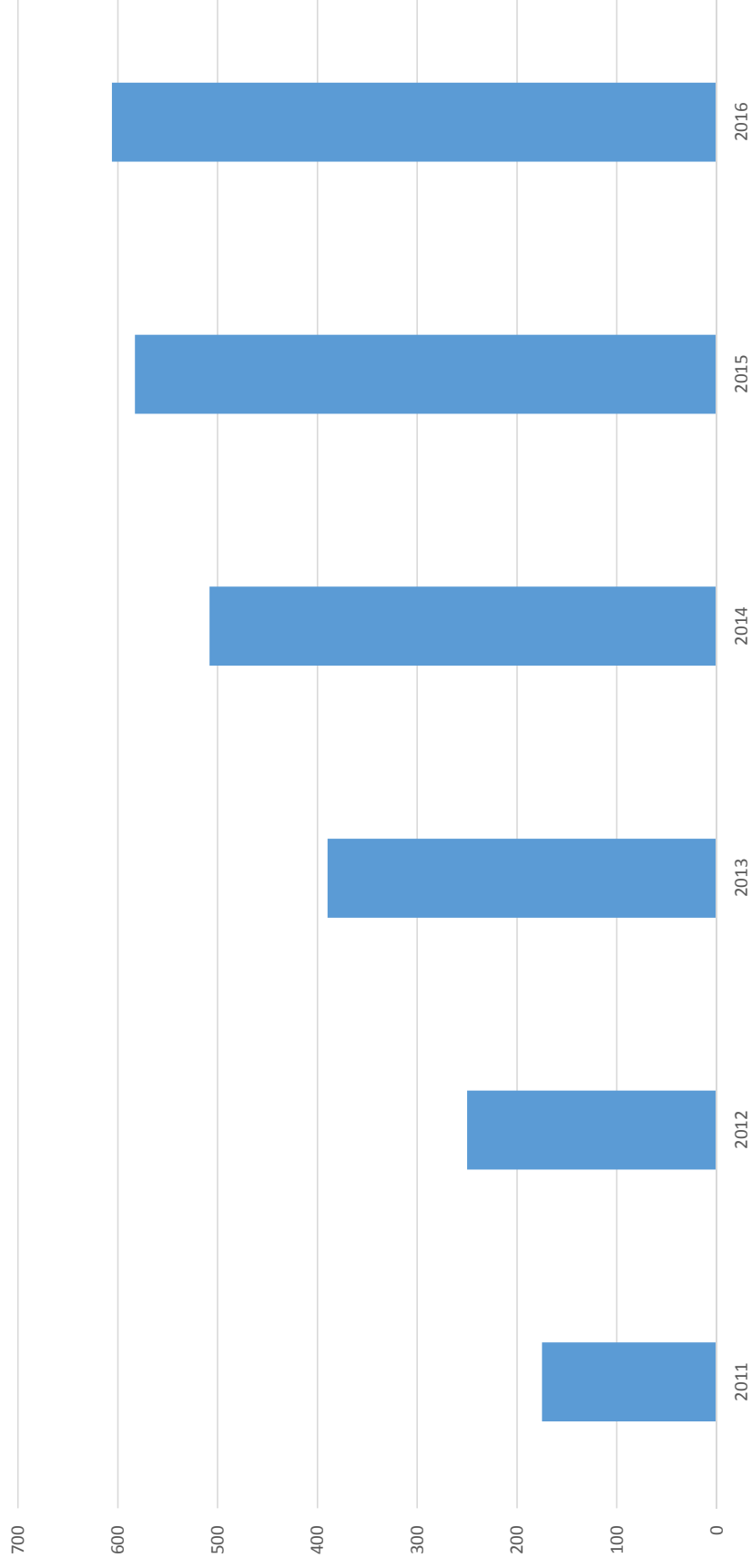
04 Pilares

- Capacitação
- Desenvolvimento
- Políticas

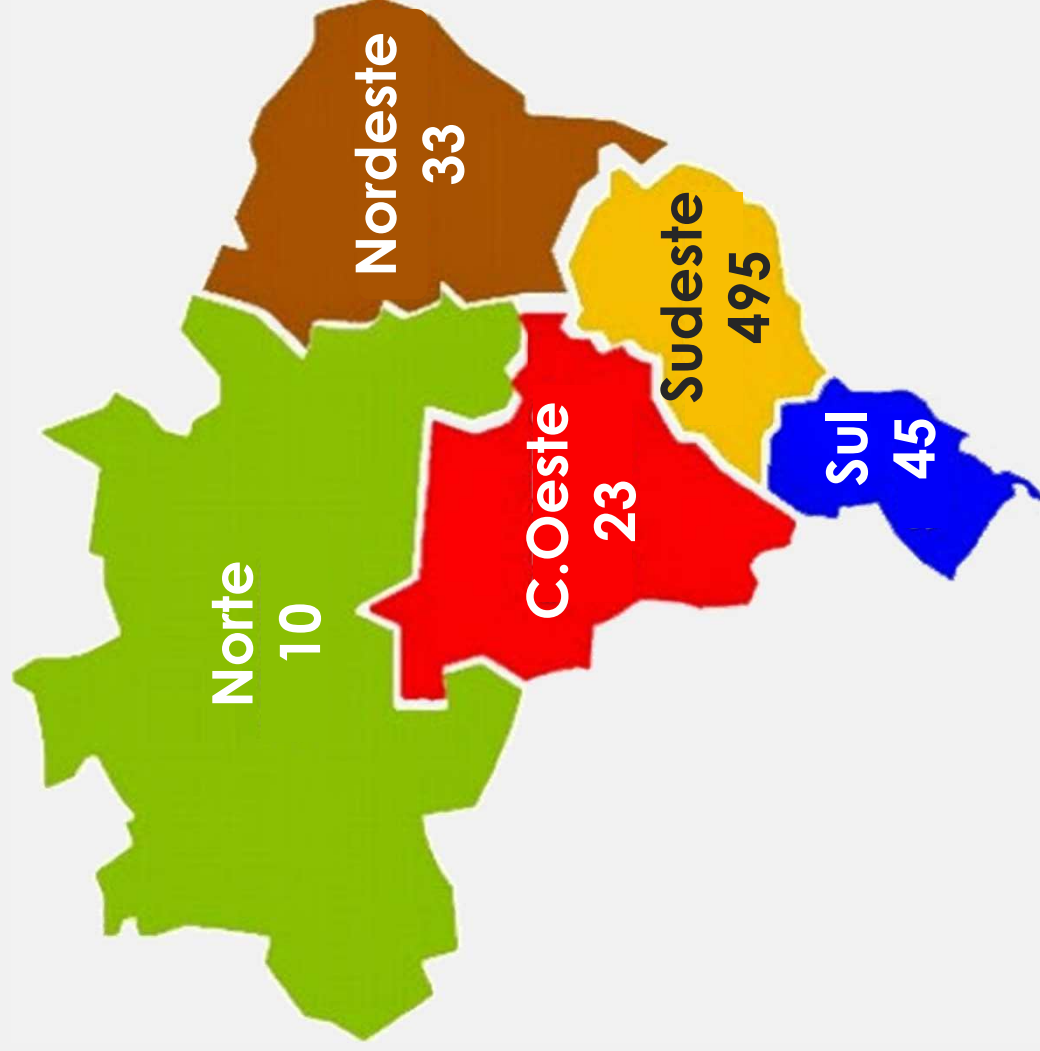
- Divulgação



Evolução do número de associados



Distribuição dos associados por região



- Norte 10
- Nordeste 33
- C.Oeste 23
- Sudeste 495
- Sul 45

O que é produção independente de TV?

Segundo a Lei 12.485, uma produtora independente deve cumprir os seguintes requisitos, cumulativamente:

- a) não ser controladora, controlada ou coligada a programadoras, empacotadoras, distribuidoras ou concessionárias de serviço de radiodifusão de sons e imagens;
- b) não estar vinculada a instrumento que, direta ou indiretamente, confira ou objetive conferir a sócios minoritários, quando estes forem programadoras, empacotadoras, distribuidoras ou concessionárias de serviços de radiodifusão de sons e imagens, direito de veto comercial ou qualquer tipo de interferência comercial sobre os conteúdos produzidos;
- c) não manter vínculo de exclusividade que a impeça de produzir ou comercializar para terceiros os conteúdos audiovisuais por ela produzidos.

Lei 12.485/2011 – “Lei da TV Paga”

Regulamentada em 2011

MAIOR PRESENÇA DO CONTEÚDO NACIONAL INDEPENDENTE
NA TV PAGA



ENTRADA DAS TELECOMS NO SEGMENTO PAY-TV
AUMENTO DA CONCORRÊNCIA



LIMITA A PRESENÇA DA PUBLICIDADE (25% EM HORÁRIO NOBRE)

Lei 12.485/2011 – “Lei da TV Paga”

CONTEÚDO NACIONAL INDEPENDENTE NA TV PAGA

2011

Uma hora e meia

2012

Duas horas e meia

semanal no “prime time”

2013

Três horas e meia

50% da cota

deve ser de produções brasileiras produzidas por
produtoras brasileiras independentes

Quantidade anual de horas de Conteúdo Brasileiro Independente

14 canais monitorados pela

Agência Nacional do Cinema - ANCINE

3884:00:02

Horas Transmitidas
+ 385%

Produção Independente
Potencial (anual)
30.000 horas

Classificação Canais
CEQ – 76
CBEQ – 16
SB e SBsR - 04

1608:54:28

2006:23:54

1007:29:59

2010

2011

2012

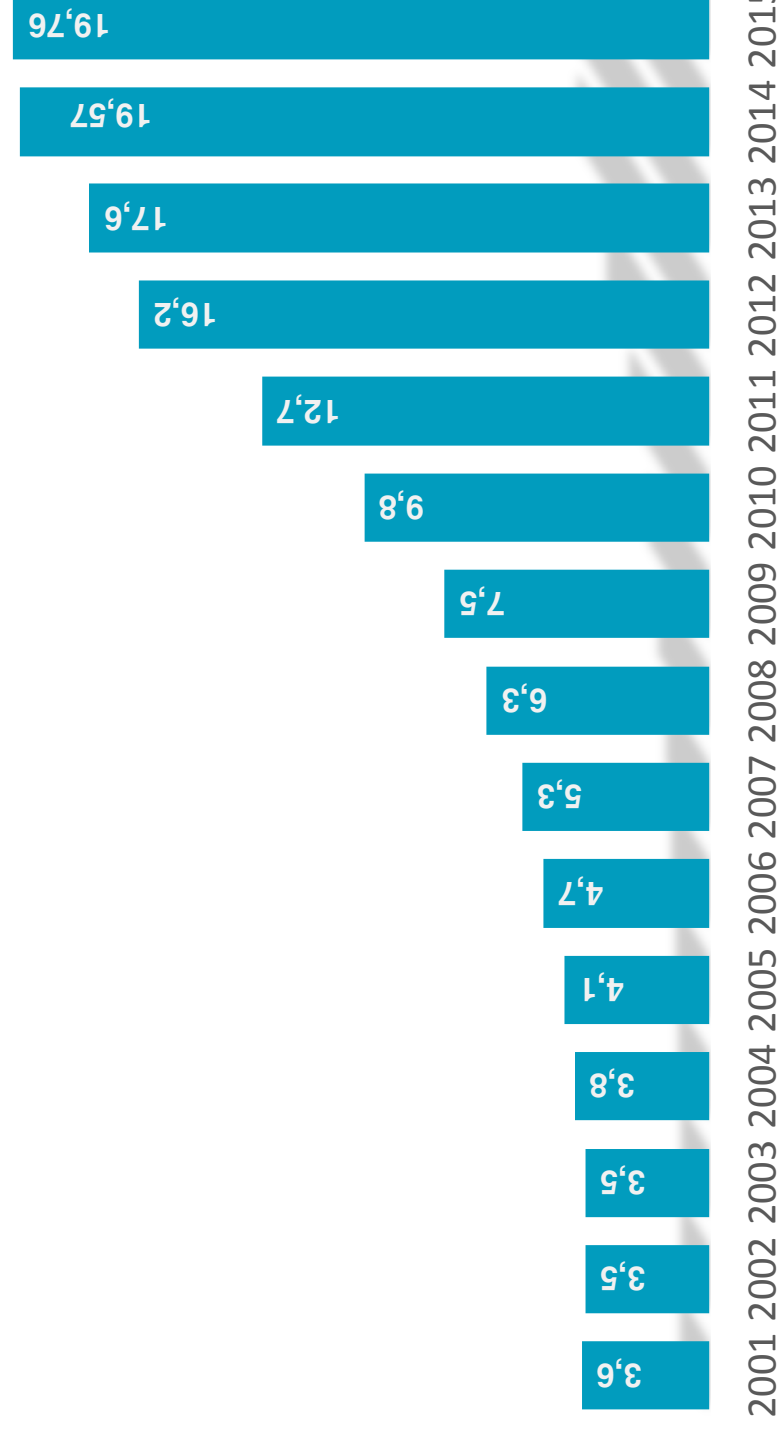
2013

Crescimento da TV Paga no Brasil

Crescimento em 2012:
28%

Nº de assinantes
(2015):
19.76 milhões

Lares com TV: MAIS DE
63 MILHÕES



Fonte: ANATEL

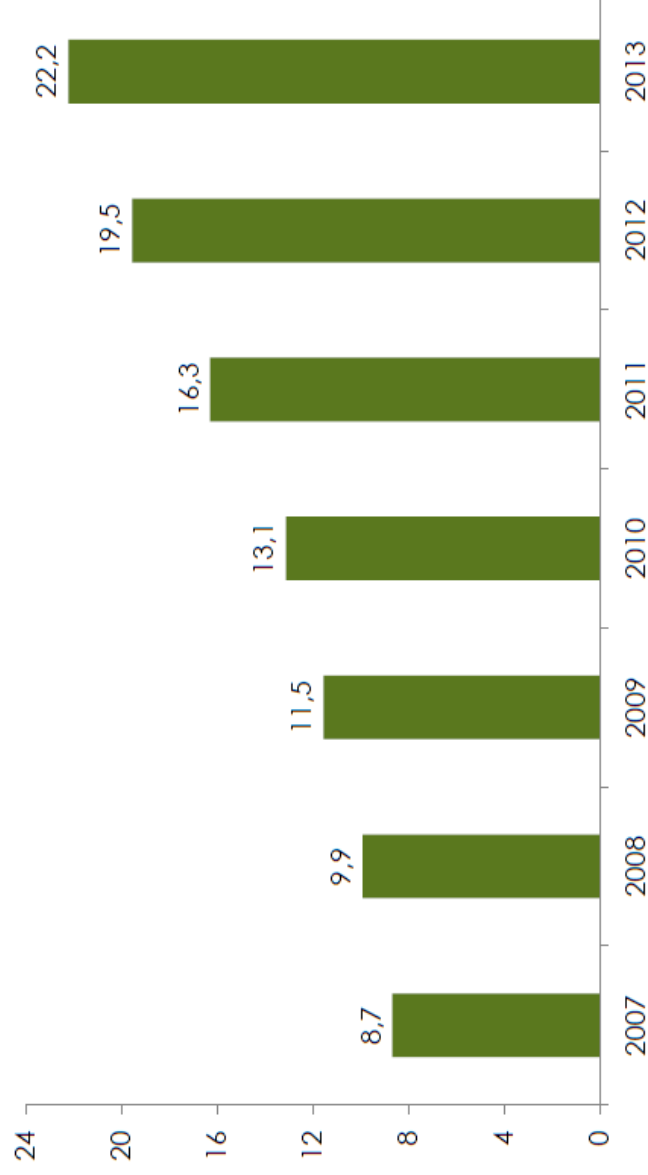
Impacto Econômico do Setor Audiovisual

- Entre os anos de 2007 e 2013 o valor adicionado pelo audiovisual à economia brasileira teve um aumento real de 65,8%, o que equivale a uma expansão contínua de 8,8% ao ano;
- Em 2013, as atividades econômicas do setor audiovisual foram diretamente responsáveis por uma geração de renda de R\$ 22,2 bilhões na economia;
- A participação do setor na economia está à frente, por exemplo, das indústrias têxtil e farmacêutica e da produção de produtos eletrônicos e de informática.

Fonte: IBGE 2007-2013

Impacto Econômico do Setor Audiovisual

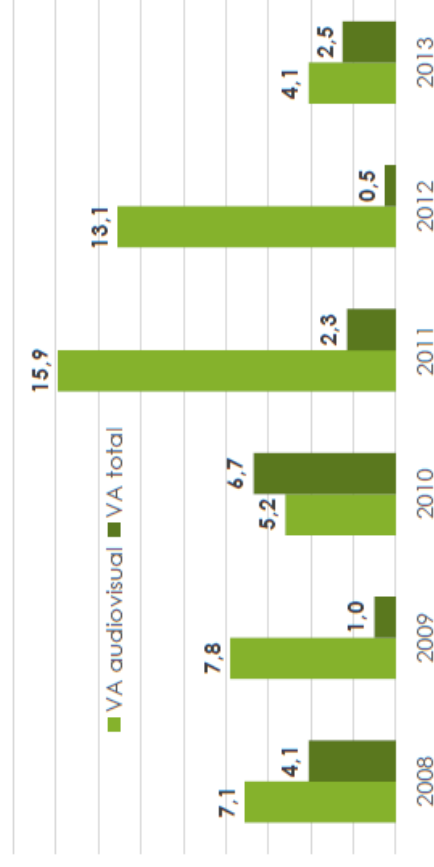
Gráfico 1 - Valor adicionado pelo setor audiovisual (R\$ bilhões correntes)



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio, Pesquisa Anual de Comércio 2007-2013, Pesquisa Anual de Serviços 2007-2013.
Elaboração: ANCINE / SEC.

Impacto Econômico do Setor Audiovisual

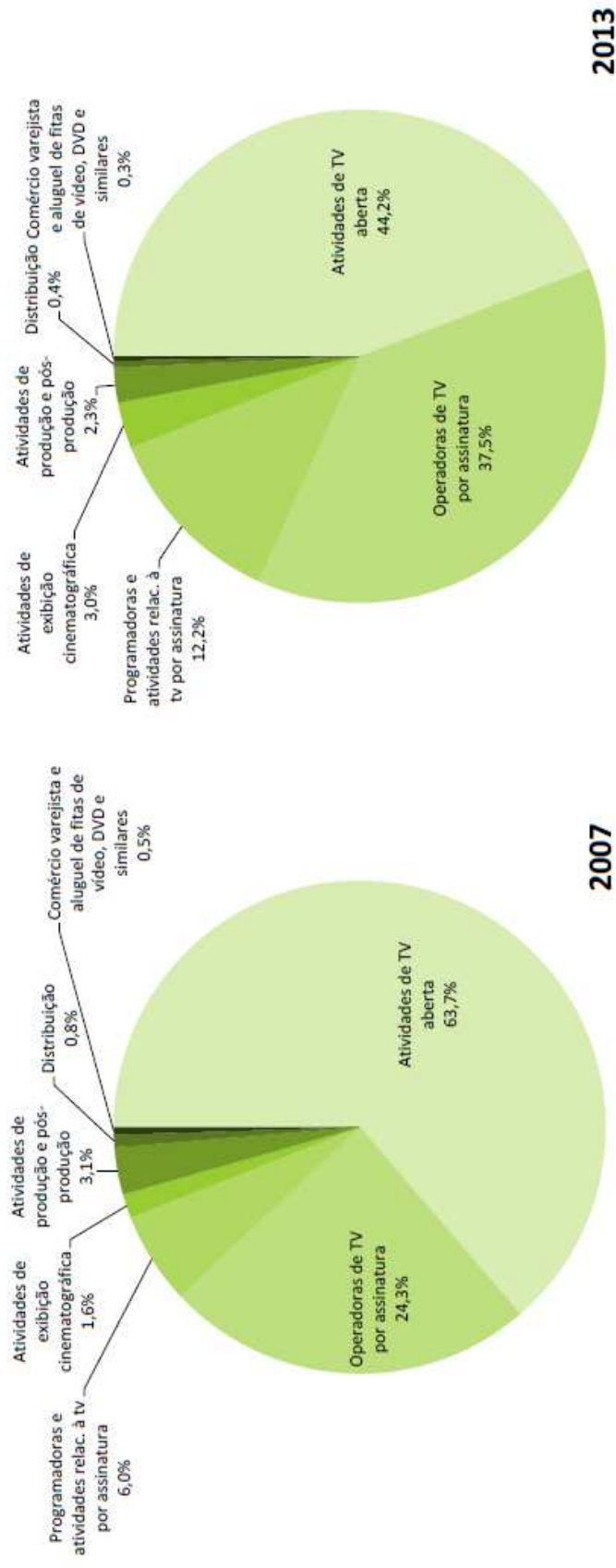
Gráfico 2 - Valor adicionado pelo setor audiovisual e Valor adicionado total: variações anuais reais (%)



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio, Pesquisa Anual de Comércio 2007-2013, Pesquisa Anual de Serviços 2007-2013; e Sistema de Contas Nacionais referência 2000.
Elaboração: ANCINE / SEC.

Impacto Econômico do Setor Audiovisual

Gráfico 5 - Participações das atividades econômicas audiovisuais no valor adicionado pelo segmento: comparativo 2007 e 2013



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio, Pesquisa Anual de Comércio 2007-2013. Pesquisa Anual de Serviços 2007 e 2013.



PRODUÇÕES INDEPENDENTES PARA TV - ANIMAÇÃO



O Irmão do Jorel

Produtora: Copa Studio
Estreia em 2014 no CN



Tronquinho e Pão de Queijo

Produtora: Gava Produções
Estreia em 2014 no Gloob



Osmar a 1ª Fatia do Pão

Produtora: 44 Toons
Exibido no Gloob
Estreou em novembro 2013



Zica e os Camaleões

Produtora: Cinema Animadores
Exibido na TV Brasil
Estreou em abril/2014



Monica Toy

Produtora: MSP
Exibido no Cartoon Network
Estreou em outubro 2013



Peixonauta

Produtora: TV Pinguim
Exibido no Discovery Kids e SBT
2ª temp. estreou em março/2013



PRODUÇÕES INDEPENDENTES PARA TV - ANIMAÇÃO



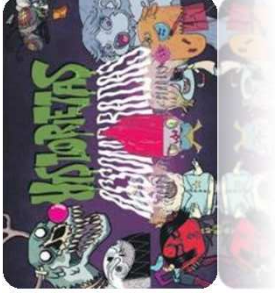
Meu Amigãozão
Produtora: 2D Lab
Exibido no Discovery Kids e TV Brasil
Estreou em agosto/2010
Coprodução Brasil-Canadá



Carrapatos e Catapultas
Produtora: Zoom Elefante
Exibido na TV Cultura, TV Brasil e
Cartoon Network



Tromba Trem
Produtora: Copa Studio
Exibido na TV Cultura, TV Brasil e
Cartoon Network



Historietas Assombradas
Produtora: Glaz
Exibido no Cartoon Network
Estreou em março/2013
Vencedora do prêmio APCA 2013



Nilba e os Desastronautas
Produtora: 44 Toons
Exibido no Gloob, TV Brasil e TV
RaTimBum!



Sítio do Pica Pau Amarelo
Produtora: Mixer
Exibido na Globo, Cartoon Network
e Gloob



Gaby Estrella

Produtora: Panorâmica/Chatrone

Exibido no Globo

Estreou em outubro/2013



Vida de Estagiário

Produtora: Mixer

Exibido na TV Cultura

Estreou em novembro/2012

Vencedora do International Emmy Kids Awards



Família Imperial

Produtora: Primo Filmes

Exibido no Futura e Disney

Estreia em novembro 2013



Julie e Os Fantasmas

Produtora: Mixer

Exibido na Band e Nickelodeon

Estreou em outubro 2011



D.P.A

Produtora: Conspiração

Exibido no Globo

Estreia em junho 2012



Tem Criança na Cozinha

Produtora: Samba Filmes

Estreou em abril 2013



PRODUÇÕES INDEPENDENTES PARA TV

PS!



Produtora: Damasco Filmes
Estreou em março/14 na HBO

Amor Veríssimo



Produtora: Conspiração
Exibido no GNT
Estreou em janeiro 2014

Passionais



Produtora: Pródigo
Estreou em março/14 no GNT

Oxigênio



Produtora: Panda Filmes
Exibido n
Estreou em abril/14

Se Eu Fosse Você – a série



Produtora: Total
Exibido na Fox
Estreou em outubro 2013

O Infiltrado



Produtora: Cine Group
Exibido no History Channel
Estreou em maio 2013



PRODUÇÕES INDEPENDENTES PARA TV – FICÇÃO



Um rua sem vergonha

Produtora: Conspiração
Exibido no Multishow
Estreou em julho 2013



Agora Sim!

Produtora: Mixer
Exibido na Sony
Estreou em setembro 2013



3 Teresas

Produtora: Bossa Nova
Estreou em abril 2013



PREAMAR

Produtora: Pindorama Filmes
Exibido na HBO
Estreou em maio 2012



Latitudes

Produtora: Los Bragas/House Enter
Exibido na TNT
Estreia em setembro 2013
Vencedora do prêmio APCA 2013



Contos do Edgar

Produtora: O2 Filmes
Estreou em abril 2013

Mandrake | F.D.P. | A Mulher Invisível | Adorável Psicose | Copa Hotel
O Negócio | Surtadas na Yoga | Sessão de Terapia | As Canalhas

TV COMO PRIMEIRA TELA



TV COMO SEGUNDA TELA ANTIGAMENTE



TV COMO SEGUNDA TELA HOJE



MÚTIPLAS TELAS COM TV



MÚTIPLAS TELAS SEM TV

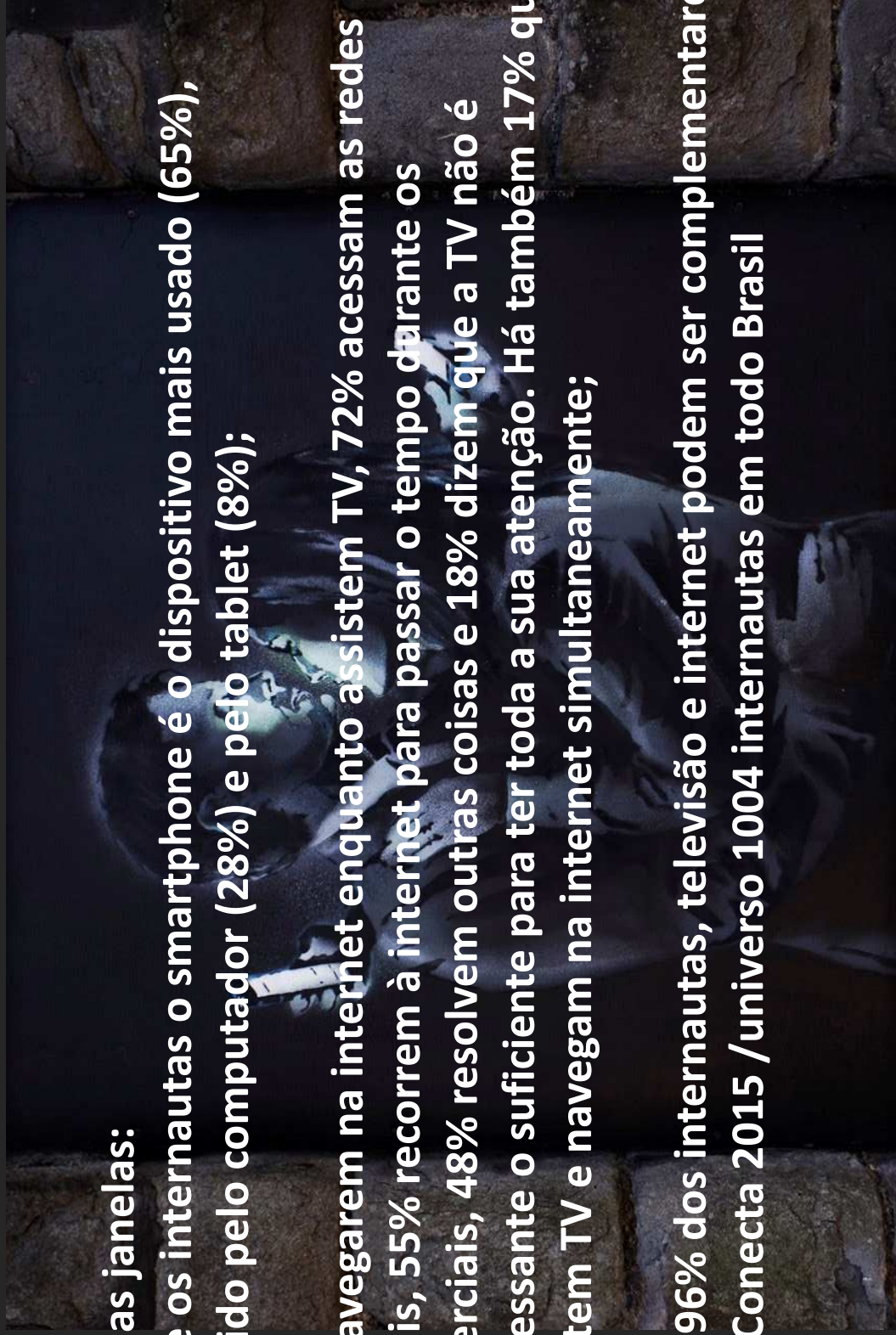


O Momento da Produção Independente

Múltiplas janelas:

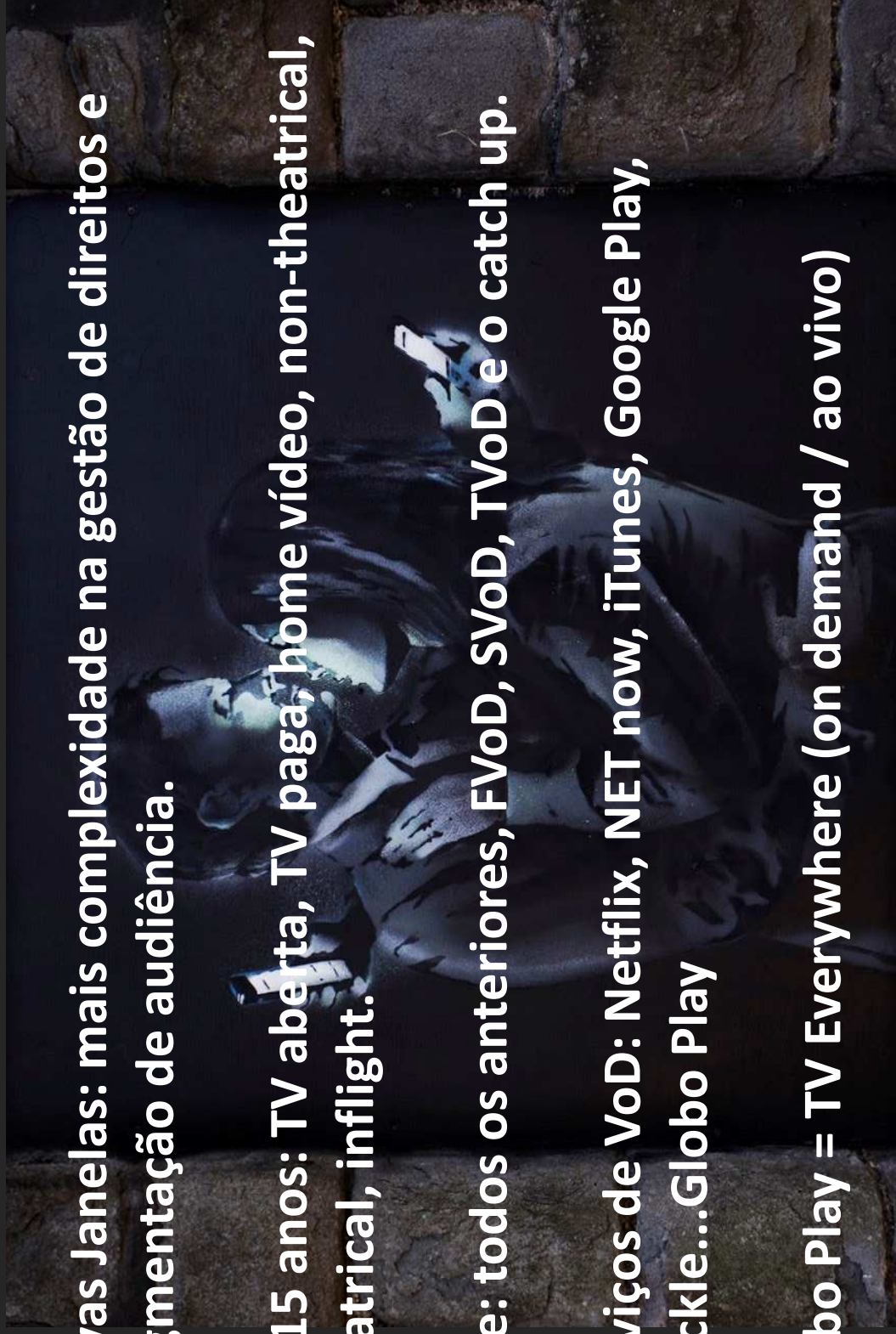
- Entre os internautas o smartphone é o dispositivo mais usado (65%), seguido pelo computador (28%) e pelo tablet (8%);
- Ao navegarem na internet enquanto assistem TV, 72% acessam as redes sociais, 55% recorrem à internet para passar o tempo durante os comerciais, 48% resolvem outras coisas e 18% dizem que a TV não é interessante o suficiente para ter toda a sua atenção. Há também 17% que assistem TV e navegam na internet simultaneamente;

- Para 96% dos internautas, televisão e internet podem ser complementares.
- Fonte: Conecta 2015 / universo 1004 internautas em todo Brasil



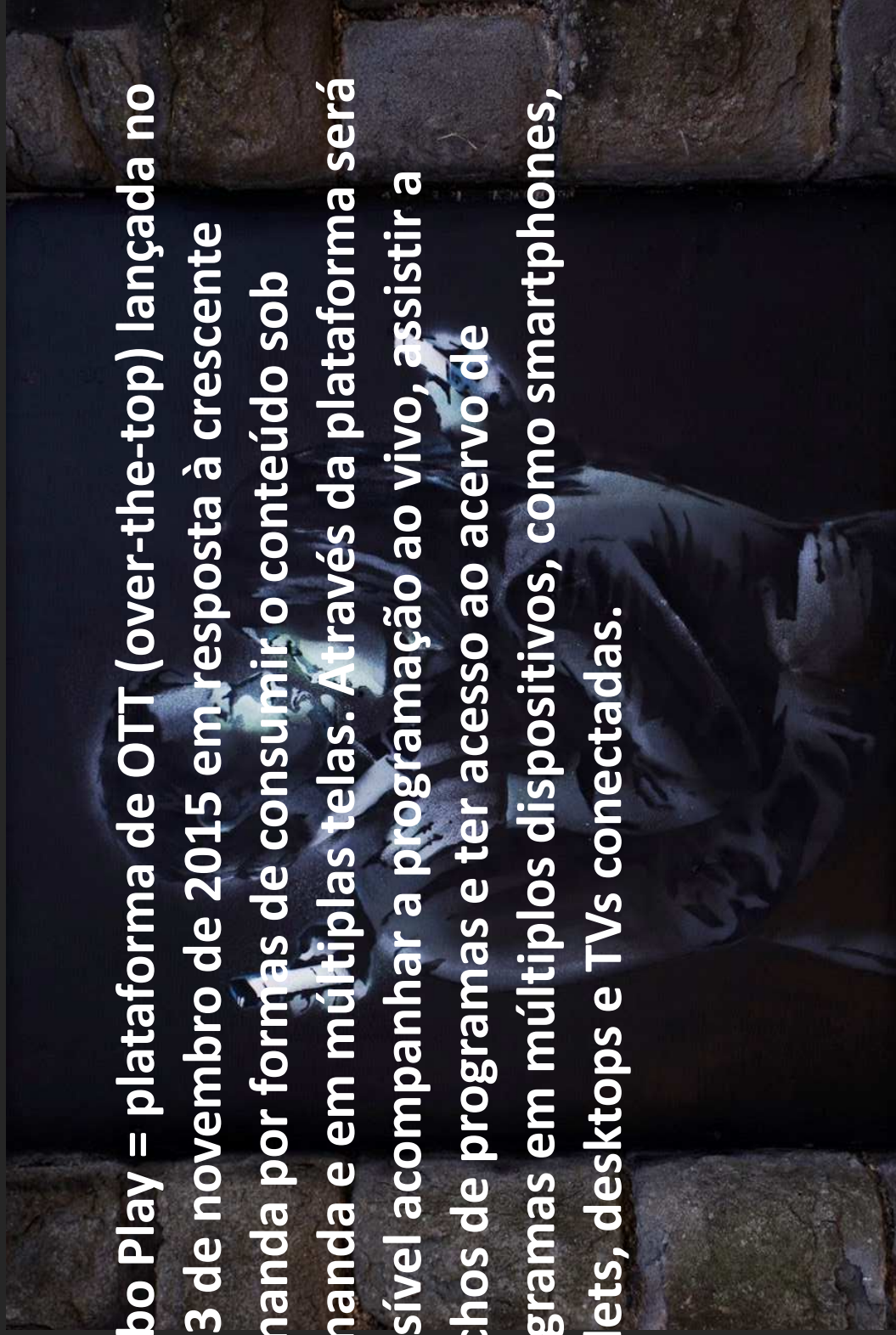
O Momento da Produção Independente

- **Novas Janelas: mais complexidade na gestão de direitos e fragmentação de audiência.**
- **Há 15 anos: TV aberta, TV paga, home vídeo, non-theatrical, theatrical, inflight.**
- **Hoje: todos os anteriores, FVoD, SVoD, TVoD e o catch up.**
- **Serviços de VoD: Netflix, NET now, iTunes, Google Play, Crackle...Globo Play**
- **Globo Play = TV Everywhere (on demand / ao vivo)**



O Momento da Produção Independente

- **Globo Play = plataforma de OTT (over-the-top) lançada no dia 3 de novembro de 2015 em resposta à crescente demanda por formas de consumir o conteúdo sob demanda e em múltiplas telas. Através da plataforma será possível acompanhar a programação ao vivo, assistir a trechos de programas e ter acesso ao acervo de programas em múltiplos dispositivos, como smartphones, tablets, desktops e TVs conectadas.**

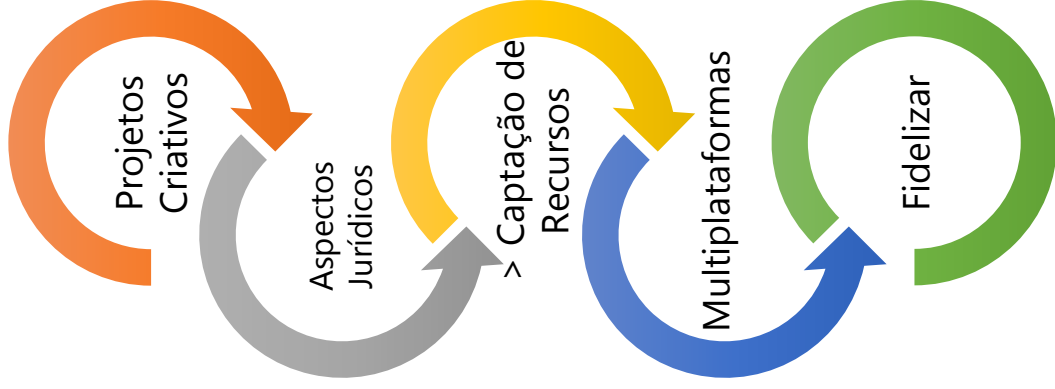


Novos Conteúdos – Novas Oportunidades

Novas Responsabilidades

CONTEÚDO AUDIOVISUAL

Construção de marcas audiovisuais



PROJETOS CRIATIVOS que atendam necessidades de um nicho (canal, sexo, faixa etária, perfis de consumo) e que garantam continuidade

Para um projeto de sucesso é indispensável a **ASSESSORIA JURÍDICA** na análise de contratos de equipe, direitos e na contratação de recursos. Além dos acordos com canais e distribuidoras.

Produtor é o sócio majoritário do conteúdo audiovisual, responsável pela **CAPTAÇÃO DE RECURSOS**. Buscar diversas fontes de recursos (leis de incentivo, patrocínios, financiamento coletivo, investimentos dos canais)

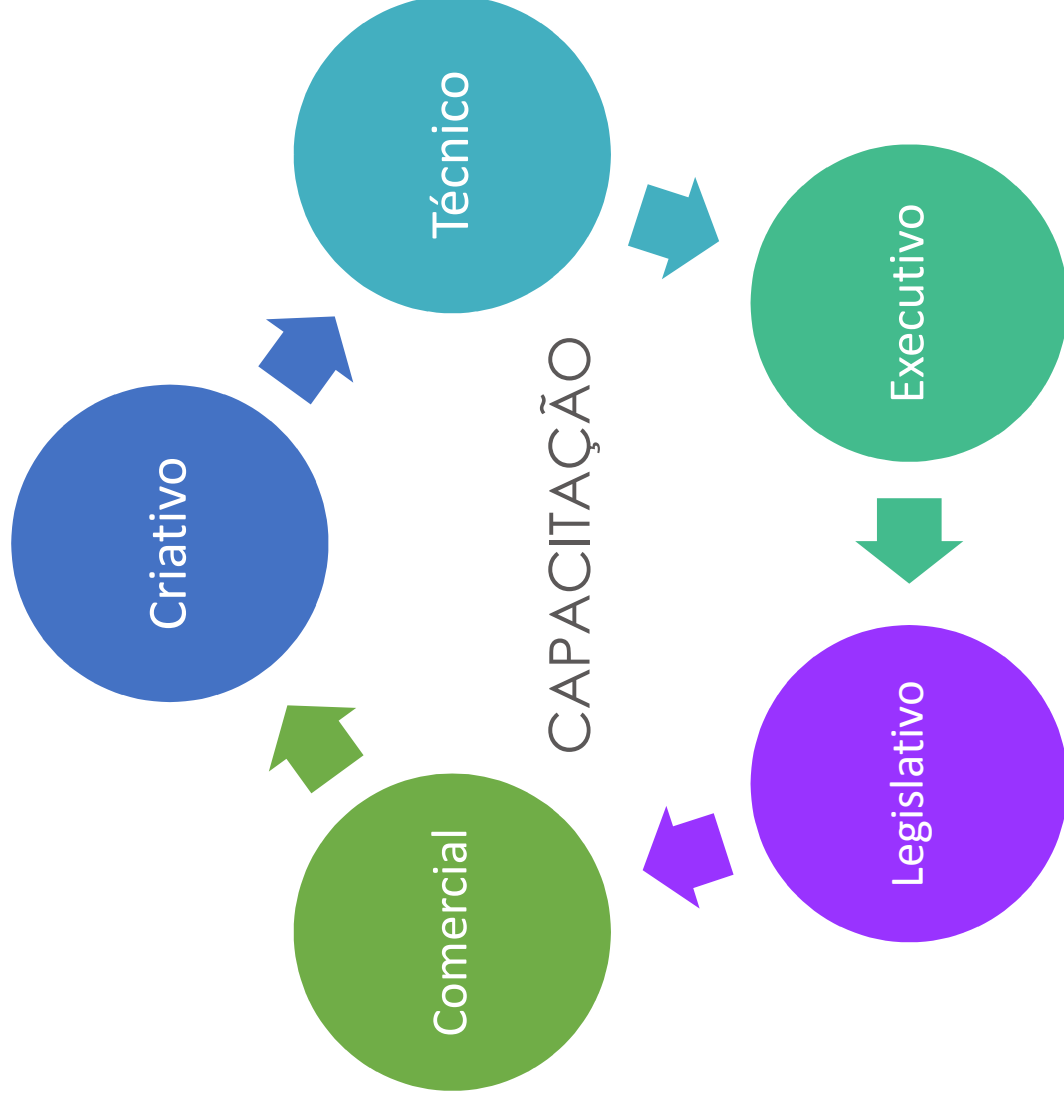
Alcançar o seu público em **MULTIPLATAFORMAS**, conteúdo deve estar disponível para o espectador. Ampliar o alcance e interatividade. Ser visto, ouvido e sentido.

Pensar em estratégias para **FIDELIZAR** o conteúdo. Gerar subprodutos, dar continuidade em novas temporadas, conquistar novas janelas, fazer o esforço render.

Mais de 100 mil postos
de trabalho no setor

DEMANDAS

- Gestão de Negócios
- Formação de Projetos
- Legislação e Fomento
- Captação de Recursos
- Produção Executiva
- Roteiros e Criativos



MECANISMOS DE FOMENTO PARA TV

Composição Orçamentária

Políticas Públicas	Mercado	Internacional
Artigo 39	MKT	Coprodução
Artigo 1ºA	Coprodução	Editais
Artigo 3º	Investimento	Pré-Vendas
Artigo 3ºA	Licenciamento	

OBRIGADO!



O SR. PRESIDENTE (Ronaldo Lemos) – Então, eu queria agradecer muito, mais uma vez, tanto as contribuições de todos os Conselheiros quanto as dos nossos painelistas, e, com isso, dar por encerrado o nosso seminário.

Muito obrigado. E vamos contar com a colaboração de vocês no futuro.

Está encerrada a reunião.

(Iniciada às 9 horas e 4 minutos, a reunião é encerrada às 12 horas e 22 minutos.)