

**Cinema, ao fim e ao cabo. Primeiras impressões sobre o  
impacto da Lei 12.485/2011, a Lei da TV paga, no Brasil**

**Cinema through cables. First impressions on the impact of  
the law 12.485/2011, the pay-tv law, in Brazil<sup>1</sup>**

Mannuela Ramos da Costa<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Uma versão deste artigo foi apresentada no XII Congresso Latino-americano de Pesquisadores de Comunicação, em agosto de 2014, realizado em Lima, Peru.

<sup>2</sup> *Mestre em Comunicação pela UFPE, onde é Professora do Curso de Cinema e Audiovisual. Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, com pesquisa na área de políticas públicas para o audiovisual e mercado de cinema independente no Brasil. É produtora de cinema e TV.*

**E-mail: [mannucosta80@gmail.com](mailto:mannucosta80@gmail.com)**

## Resumo

O presente artigo analisa o impacto da Lei 12.485/2011, conhecida como Lei da TV Paga, sobre o mercado cinematográfico de produção independente. Para tanto, vale-se de um breve diagnóstico do papel da televisão para o cinema independente nacional e inclui análise dos agentes do setor, passando pela problematização da atuação da agência reguladora do cinema no Brasil, a ANCINE. Com esses objetivos, utiliza-se de literatura especializada sobre regulação do setor de comunicações, oriunda da Economia Política da Comunicação, e de entrevistas com agentes da produção cinematográfica independente brasileira.

Palavras-chave: cinema; televisão; produção independente.

## Abstract

This paper is dedicated to analyse the impact of Brazilian Pay-tv Law (Law 12.285/2011) over the independent cinema market, once it's a regulation that obligates channels to license independent Brazilian Production. In order to do that, the piece of work includes a brief diagnosis over the relations between cinema and TV in Brazil, and relies also on the overview of the national audio-visual players. It's yet necessary to discuss the role of the national cinema regulation agency, in Brazil, ANCINE. With these aims, the paper is based on the literature from Political Economy and Media Regulation and on the interviews made with independent cinema producers from Brazil.

Keywords: cinema; television; regulation; independent production.

*Acabo de comprar uma TV a cabo.  
Acabo de entrar pra solidão a cabo.  
TV a cabo. Composição: Otto)*

## 1. O pensamento setorial sobre a relação entre cinema e televisão no Brasil

Desde que iniciou suas atividades nos anos 1950, a televisão brasileira foi se tornando a detentora do principal posto na formação do gosto médio do brasileiro para o audiovisual. Mesmo com o sucesso experimentado pelo cinema do país na década de 1970, com a atuação da Embrafilme, e com o auge do parque exibidor brasileiro e outros fatores que contribuíram para isso, foi sempre a TV a grande vedete brasileira: grande exportadora de novelas; cobertura e alcance de quase 100% do território nacional; e, mesmo com o crescimento da influência da internet atualmente, a televisão ainda lidera pesquisas como principal fonte de informação para grande parte do público.

Por ter esse papel central – ainda que se discuta a qualidade dessa centralidade, não se pode negá-lo –, foi idealizada como uma janela de exibição importante para o cinema brasileiro, desempenhando funções como uma eloquente exibidora dos filmes nacionais; promotora eficiente da diversidade narrativa e estilística audiovisual; suporte para difusão, uma vez que é eficiente veículo publicitário; estimuladora da oferta, seja como compradora (para exibir) ou coprodutora. Mas estas atividades permaneceram longe do plano real, pois a TV sempre teve uma atuação aquém do que esperavam os agentes do segmento cinematográfico brasileiro – segmento que vivenciou os chamados *ciclos*, com altos e baixos alternando-se ao longo de sua história.

“Historiadores e cineastas apresentam essa concepção de descontinuidade da história do cinema brasileiro em decorrência da dificuldade em se manter a produção de longas-metragens em níveis quantitativos expressivos e da recorrente falta de acesso do produto ao mercado. Significativo desse quadro geral é o fato de que o cinema brasileiro nunca conseguiu se industrializar.” (AUTRAN, 2010, p.16)

Naturalmente, deve-se citar que alguns empreendimentos entre televisão e cinema foram feitos e, em casos específicos, revelaram-se sucesso de público

nas salas de cinema. Figuram aqui as redes de televisão aberta Rede Record, que como coprodutora gerou o filho único *Eliana e o segredo dos golfinhos*, longa-metragem de 2005; e a Rede Globo, por meio da Globo Filmes, em associação com produtoras independentes, que gerou incontáveis sucessos de público em salas de cinema a partir da chamada Retomada.

A relação entre televisão e cinema é uma questão que permeia o pensamento industrial do cinema em vários países. Argentina, França, Inglaterra e Canadá, por exemplo, possuem sistemas próprios de funcionamento e incluem estratégias de fomento, produção e distribuição entre TV e cinema. No Brasil, como a distribuição do filme nacional sempre foi um problema, esperava-se, além das medidas e instrumentos legais para a regulação da janela das salas de exibição, que as TVs aberta e fechada (a cabo) complementassem as estratégias de mercado da produção independente brasileira. Dado isso, várias tentativas de regulação do setor foram empreendidas.

É bastante comum que a regulação seja entendida como governamental, embora não haja ao menos uma estabilização sobre o conceito de regulação (MITNICK, 1989, p. 21), já que é ponto de interseção de diversos agentes do setor: Estado, agentes privados, consumidores, etc. Resultado da mediação entre os grupos de interesse de um determinado setor (MITNICK, *idem*), tomamos a ideia genérica do processo de regulação como uma interferência guiada por um determinado agente. Este, em geral, é uma terceira parte, não diretamente implicada no segmento regulado, que influencia os demais agentes, guiando-se por uma meta ou padrão. A regulação, diz o autor, é um processo – portanto, pressupõe ações de restrição, vigilância, mediação, incentivo e promoção, cujo objeto pode ser social, econômico ou ambos.

Garnham (2001, p.1), ao tratar da regulação do setor da comunicação, propõe uma análise separada em quatro níveis: o propósito, a forma, o significado e a área da regulação. Esta última, o autor subdivide em duas: regulação do suporte (controle do acesso e uso da rede de telecomunicações, por exemplo) e do conteúdo (o que pode ser veiculado pelas redes). Já o propósito se refere à razão pela qual a interferência está sendo realizada, que pode ser de ética, social ou econômica.

No presente estudo, interessamo-nos pela atuação do agente público oficial de regulação da atividade audiovisual no Brasil, a ANCINE, especificamente sobre o impacto da Lei 12.485/2011, cujo processo de formalização jurídica levou quatro anos e sete meses (PL 029/2007; PLC 116/2010). A Lei da TV Paga, como é conhecida, é resultado de diversas mediações e, entre outras coisas, trata da relação do setor brasileiro de produção audiovisual independente com os canais de pagos de televisão que operam no país. A lei é uma forma de regulação pública sobre agentes privados, que trata prioritariamente da inclusão da produção de audiovisual independente brasileira nas redes de televisão de acesso condicionado (TV por assinatura). A Lei 12.485/2011 é aplicada aos canais de TV paga, independentemente das tecnologias, processos, meios eletrônicos e protocolos de comunicação que utilizem.

No Brasil, o papel da regulação do segmento cinematográfico foi historicamente protagonizado pelo Estado, que aplicou inúmeros esforços no elo da produção (regulamentando, com legislação de proteção e fomento; interferindo diretamente na produção por meio de empresa estatal, a Embrafilme), algumas ações do elo da distribuição e exibição (diretamente, por meio de empresa distribuidora estatal, Embrafilme; via regulação, impondo barreiras à entrada e outras medidas de suporte econômico) e ações mais modestas para a exibição. Estas últimas concentraram-se na cota de tela (que variou segundo seu parâmetro, entre número de dias e filmes, entre 1939 e 1980) ou no incentivo para que distribuidoras (a maioria delas, estrangeiras, já aliadas aos exibidores brasileiros) tivessem um papel mais relevante para a cinematografia nacional, ao tornarem-se investidoras da produção de filmes brasileiros. Autran (2010, p.26) justifica a recorrência das reivindicações do setor sobre o ente público com base na “fraqueza econômica da atividade [cinematográfica] quando comparada ao cinema dominante no mercado – de origem norte-americana – e a televisão”.

Na década de 1950, através das entidades representativas e dos espaços de debate do setor (cito aqui o I e II Congressos Nacionais do Cinema Brasileiro<sup>3</sup> e do Grupo Executivo da Indústria Cinematográfica, GEICINE, e ainda do

---

<sup>3</sup> A primeira edição do evento foi chamada de Congresso do Cinema Nacional, em 1952; na segunda edição, no ano posterior, passou a chamar-se Congresso Nacional do Cinema Brasileiro, nomenclatura empregada até hoje.

Sindicato Nacional da Indústria Cinematográfica, SNIC), a sociedade civil organizada tentou implementar algumas outras medidas junto aos órgãos estatais, como a “Lei do Contingente”, uma barreira à entrada do filme estrangeiro no Brasil (mormente o norte-americano) que limitava a quantidade de filmes importados e propunha o aumento de impostos sobre o item, uma vez que importado ou revelado no Brasil (tecnicamente, chamava-se de impressão do filme). O valor recolhido faria parte de um fundo, na forma de uma carteira de crédito bancário exclusivo para o cinema. Outra proposta era a criação de uma distribuidora única de filmes brasileiros. Há controvérsias sobre os resultados práticos dessas propostas do setor, uma vez que foram sendo efetivadas de forma difusa e, a médio e longo prazo, travestidas em leis e ações que tinham, de fundo, base nessas propostas do segmento (cf. AUTRAN, 2010; RAMOS e MIRANDA, 1997).

O breve relato tem a intenção de demonstrar a preocupação dos agentes produtores do segmento cinematográfico com relação à baixa taxa de ocupação do filme brasileiro no mercado interno. Dadas as dimensões do Brasil e o gosto do brasileiro por produtos audiovisuais, a classe cinematográfica entendia que a falta de acesso do público brasileiro ao cinema nacional era um dos grandes impeditivos para que o segmento caminhasse para a estabilidade do mercado. Buscava, assim, apoio no Estado para a realização da regulação e regulamentação do mercado. O problema da distribuição parece ser recorrente para as produções de caráter mais marginal e independente no Brasil e na América Latina. Segundo Mastrini e Mestman (1996, p.81), este é o elo da cadeia que tem ocupado vários pesquisadores da Economia Política da Comunicação, pois avaliam que, no plano dos bens culturais, ele é o mais sustentável no campo econômico, no qual se podem recuperar os investimentos e acumular capital. É por isso, também, o mais difícil de regular, uma vez que é uma tendência do capitalismo nas sociedades pós-industriais gerar oligopólios, frutos de interações sociais, restrições e interesses para promover trocas entre grupos que, aos poucos, constituem uns vantagens sobre os outros.

Com o período entre 1980 e o início da década de 1990, conhecido como “um grande apagão cultural brasileiro”, representando uma grande perda para



a regulação e regulamentação do setor cinematográfico<sup>4</sup>, registra-se a existência da Lei do Audiovisual (Lei 8.685/1993), naquele momento, de competência do Ministério da Cultura. Aqui, pelo nome da lei, já se percebe uma intenção de mudança de direcionamento do olhar, visto que o conceito se amplia de “cinema” para “audiovisual”. Vale ressaltar que a Lei do Audiovisual reiterava a premissa do investimento privado via incentivo fiscal, à semelhança da recém-criada Lei Rouanet (Lei 8.313/1991, oriunda da Lei 7.505/1986, conhecida como Lei Sarney). Nos dois casos, cabia ao mercado privado a filtragem das obras a serem financiadas, ao passo que a verba era pública, originada da renúncia fiscal do Estado brasileiro. Para Mastrini e Mestman, este período representa uma aparente desregulação, pois se a atividade cinematográfica fica entregue ao livre mercado, há, na verdade, uma forma de regulação ainda mais marcada pela concentração do capital com políticas “que ocultam seu caráter regulatório sob a figura da desregulação” (1996, p.82) e representam uma restrição ainda maior, tanto em termos quantitativos como qualitativos, limitando as possibilidades da diversidade da oferta (*idem*, p.83).

Embora importante, o viés neoliberal da regulamentação para a produção cinematográfica brasileira já foi bem explorado na literatura e em pesquisas da área, razão pela qual não nos deteremos no assunto. O que nos vale aqui é perceber que, aos poucos, o segmento buscava maneiras de voltar a estruturar o mercado audiovisual: juntas, as duas leis permitem o uso, por agentes produtores – empreendedores culturais independentes brasileiros –, de recursos públicos para a produção, difusão, promoção ou preservação de obras audiovisuais brasileiras, guardadas as exceções cabíveis ao âmbito jurídico das leis. As preocupações quanto à amplitude do conceito de cinema e a necessidade de regulamentação e regulação do mercado interno culminam com o processo de implementação da ANCINE (Agência Nacional do Cinema), bastante permeado pela negociação com o setor televisivo, tema de que trataremos adiante.

Informa Autran (2010, p.27) que no relatório do III Congresso Nacional de Cinema Brasileiro (ocorrido no ano 2000) há propostas claras sobre a regu-

<sup>4</sup> Aqui referimo-nos ao período de esvaziamento político e econômico em várias frentes da cultura. No cinema, pode-se citar o fechamento da Embrafilme, o corte em grande parte dos investimentos estatais no setor e o encerramento da Secretaria Nacional de Cultura.

lação da televisão a fim de que seu papel torne-se efetivo na estruturação do setor cinematográfico brasileiro. Questionava-se a efetiva sustentabilidade das propostas de cunho econômico (pagamento por obras de longa e curta-metragem; reserva de 3% do faturamento da TV para o investimento em produto brasileiro independente; política *antidumping* e de oferta (reserva de 30% da programação para produção brasileira independente). Note-se que parte desses questionamentos dos representantes das emissoras de TV (já que a proposta do segmento cinematográfico abrangia também a TV aberta) e dos executivos dos grupos econômicos ligados aos canais de TV paga, permaneceram sendo utilizados como contra-argumentação para a Lei 12.485/2011. Do ponto de vista governamental, entretanto, pouco se efetivou naquele momento, mas foi desencadeado um processo que culminaria na criação da ANCINE (inicialmente ANCINAV, mais uma vez voltando-se à ampliação do conceito de cinema para audiovisual) e nas diversas pressões sobre o segmento da televisão por parte do segmento cinematográfico.

## 2. A ANCINE e a Lei 12.485/2011

Fruto do desejo dos agentes do setor de resgatar uma instituição pública que atuasse em prol do cinema nacional, após o amplo período de seca na gestão pública para a cultura, a Agência Nacional do Cinema (ANCINE) foi criada após o III Congresso Brasileiro de Cinema, em 2000<sup>5</sup>. Oficialmente instituída em 2001, a ANCINE representava um primeiro passo para aglutinar diversas ações de regulação e regulamentação ocorridas entre o fim da década de 1980 e a década de 1990, relativas ao cinema. Comenta Bahia (2012, p.24-25) que:

“Por um lado, os processos de mobilização política dos agentes e a criação da ANCINE não atendem aos requerimentos para transformar em realidade o tão sonhado projeto de industrializar o cinema nacional. Por outro, impulsionaram uma ampla reflexão sobre o pensamento industrial para o cinema e o audiovisual no Brasil no contexto global. As políticas públicas para o cinema brasileiro, em

<sup>5</sup> Após o Congresso, instituiu-se o GEDIC - Grupo Executivo para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica, que, entre outras coisas, trabalhou no projeto de lei que originou a ANCINE.

meio ao processo de transnacionalização da cultura, propiciaram outras formas de fazer cinema que transitam e se sustentam na relação entre as vertentes industriais-culturais e nacionais-internacionais. O impacto da intervenção estatal incidiu na própria construção da ideia de cinema nacional pós anos 1990 e na constituição do mercado cinematográfico brasileiro. (BAHIA, 2012, p. 24-25)

Como agência reguladora, a ANCINE passou a desempenhar mais um papel de fomento e regulamentação do que de regulação. A Lei 12.485/2011 é resultado do PL 29/2007,<sup>6</sup> que tramitou no Senado como PL 116/2010 até sua promulgação como lei no ano posterior. Em certa medida, a lei acabou atendendo a parte das reivindicações do setor quando, em 2003, no V Congresso Brasileiro de Cinema, a classe apontou a necessidade de ampliar a área de atuação da ANCINE para a televisão comercial, propondo que a agência passasse a se chamar ANCINAV (Agência Nacional de Cinema e Audiovisual). As pressões obviamente foram muitas, e a atuação de agentes como a Rede Globo foi decisiva na derrocada do projeto.

Historicamente, o segmento da produção independente de cinema no Brasil alimentava um afastamento da produção televisiva, que era vista como de qualidade inferior, técnica e esteticamente, pela classe cinematográfica. Porém, percebem que a competição pelo mercado estava em duas frentes: contra o filme estrangeiro (mormente o norte-americano), ligado às *majors*, cujos lançamentos eram tidos como esmagadores no circuito exibidor brasileiro; e contra o hábito de consumo audiovisual do brasileiro, voltado para a televisão, e longe das salas de cinema. As redes de teledifusão, por outro lado, estavam ameaçadas pela competição internacional de produtos audiovisuais, advinda do crescimento das tecnologias digitais, do uso da internet e de outros recursos de entretenimento que deslocava a atenção dos consumidores.

A Lei da TV Paga é tida como uma vitória para o segmento da produção independente brasileira, que passa a enxergar a necessidade de abrir novas frentes de exibição para o produto brasileiro e não apenas o cinema, mas também a produção televisiva como um todo (sazonal, seriada, de ficção ou documental). Mas esse é só um lado da moeda, pois a sua existência e aprovação inclui argumentos de defesa pela democratização do acesso dos bra-

<sup>6</sup> PLs apensados: PL 70/2007; PL 332/2007.



sileiros ao serviço de televisão paga (ou por assinatura) e pelo fortalecimento da cultura nacional. Do ponto de vista econômico, o impacto esperado pela ANCINE e pela classe com a implementação da Lei 12.485/2011 envolve um aumento quantitativo e qualitativo na produção independente audiovisual brasileira, com vistas à diversidade, além de proporcionar mais empregos, renda e aumento nos *royalties* para o país, tendo como fim maior uma indústria mais profissional e fortalecida. Confirma essa intenção o depoimento do então presidente da ABPITV (Associação Brasileira das Produtoras Independentes de TV), em entrevista a periódico brasileiro:

“Com a possibilidade da entrada de novos players, haverá menos concentração de mercado e maior competitividade. ‘Não entendo como pode haver (sic) pessoas contra a lei. No caso das cotas para conteúdo brasileiro, me (sic) parece uma inversão de valores ser contra. Em praticamente todos os países, há restrições para conteúdo estrangeiro e proteção ao conteúdo nacional. Vivemos no Brasil. Não se pode impedir a entrada de conteúdo estrangeiro, até porque o consumidor gosta, mas podemos equilibrar melhor a oferta”, disse [Marco] Altberg. (PL116..., EXAME.COM, 2012)

A lei estabelece alguns critérios para a exibição do produto nacional, permite a entrada das redes de telefonia no segmento de acesso condicionado e altera as restrições ao capital estrangeiro em empresas de TV paga. Um dos méritos da Lei 12.485/2011 é estabelecer mais claramente os diversos tipos de operadores e atividades que compõem a comunicação audiovisual de acesso condicionado, as restrições e obrigações que cabem a cada uma delas no âmbito da nova legislação e na relação com o produto audiovisual independente brasileiro: produtora (que realiza), programação (encadeamento dos programas, ou seja, a composição da oferta num mesmo canal), empacotadora (organização dos canais, o seu agrupamento num pacote de ofertas) e distribuidora (que fornece a distribuição, isto é, transmissão do conteúdo). Outro ponto forte da lei é primar pela exibição da produção nacional independente no que chama de “espaço qualificado”, estipulando o total de 3 horas e 30 minutos semanais, em horário nobre e, ainda, classificando os canais segundo o grau de inclusão do conteúdo brasileiro (próprio ou da produção independente) em sua programação:



Espaço qualificado: espaço total do canal de programação, excluindo-se conteúdos religiosos ou políticos, manifestações e eventos esportivos, concursos, publicidade, televentas, infomerciais, jogos eletrônicos, propaganda política obrigatória, conteúdo audiovisual veiculado em horário eleitoral gratuito, conteúdos jornalísticos e programas de auditório ancorados por apresentador. (Art 2o, XII, Lei 12.485/11)

Há ainda algumas outras regulamentações quanto à data de criação do produto audiovisual: a fim de proteger o produtor e o consumidor, em relação à atualidade dos conteúdos exibidos, “pelo menos a metade dos conteúdos audiovisuais deve ter sido produzida nos 7 (sete) anos anteriores à sua veiculação” (Art. 20o, I).

Esta restrição teria a intenção de evitar que os canais e programadoras caíssem no uso excessivo de material de arquivo, o que, além de não fortalecer a cadeia produtiva, reduz em muito a diversificação da oferta para o consumidor final.

Já com base na expectativa sobre os impactos da lei sobre a demanda dos canais por conteúdo novo, a ANCINE incluiu no FSA (Fundo Setorial Audiovisual) uma linha específica para o investimento em produção televisiva, realizada por produtoras independentes brasileiras (PRODAV – Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Audiovisual/LINHA B), cujo investimento na chamada pública de 2012 foi da ordem de quase R\$ 9 milhões de reais. Outro impacto previsto com a existência da nova lei se relaciona à infraestrutura da ANCINE para realizar as atividades que lhe competem. Já havia, antes mesmo da lei e do FSA, reclamações constantes dos usuários quanto às dificuldades em se lidar com a Agência: excesso de burocracia; lentidão do sistema eletrônico e dos processos físicos; incongruência nas informações (comentaremos mais adiante sobre isso). Imaginava-se que, com a Lei da TV Paga, essa situação pioraria, sendo fonte de questionamentos das representações de classe. Recentemente, a ANCINE lançou concurso público para aumentar seu quadro em mais de 60 (sessenta) novos servidores e alterou o sistema de dados.

Basicamente, o PRODAV é um programa de ação do Estado, através de recursos do Fundo Setorial do Audiovisual, com o objetivo de induzir o desenvolvimento do mercado brasileiro de conteúdos audiovisuais.

O Fundo Setorial do Audiovisual foi instituído pela Lei 11.437/2006 e regulamentado pelo Decreto no 6.299/2007, como forma de programação de investimento no Fundo Nacional de Cultura (FNC, através de uma conta de programação específica). Os recursos do FSA são compostos também pela CONDECINE (Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional), valor pago por qualquer produtor de obras audiovisuais exibidas em qualquer meio de comunicação de larga escala e também pelas *telecoms* (empresas de telefonia, por exemplo, aptas a exibir ou distribuir conteúdo audiovisual). Visto que a ANCINE é uma agência reguladora, o FSA é operado por um agente financeiro, tendo passado pela FINEP (Financiadora de Estudos e Projetos).<sup>7</sup> Atualmente, o Fundo é operado pelo pelo BRDE (Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul).

“Os recursos do FSA serão aplicados em programas e projetos voltados para o desenvolvimento das atividades cinematográficas e audiovisuais em consonância com os programas do governo federal. Dessa forma, espera-se aumentar a participação do produto audiovisual brasileiro no mercado nacional e internacional, e, em última análise, traduzir em valor econômico e desenvolvimento social o esforço da sociedade brasileira para se inserir no cenário global do cinema e do audiovisual”. (FINEP)<sup>8</sup>

As políticas públicas desenvolvidas no âmbito do PRODAV são reguladas pelos princípios da comunicação audiovisual de acesso condicionado, inscritos no art. 4o da Lei no 12.485, de 12 de setembro de 2011, pelos princípios da política nacional do cinema, estabelecidos pelo art. 2o da Medida Provisória no 2.228-1, de 6 de setembro de 2001, e pelos princípios da Convenção sobre a Proteção e a Promoção da Diversidade das Expressões Culturais da UNESCO, promulgada pelo Decreto no 6.177, de 1o de agosto de 2007. (ANCINE, Regulamento Geral do PRODAV, 2014)

No presente, basicamente, as linhas de investimento da ANCINE via FSA são PRODECINE e PRODAV. Até 2012, as linhas eram divididas entre PRODECINE/Linha A, destinada à complementação de recursos para produção de longas-metragens (em 2012, cerca de R\$ 1,3 milhão); PRODECINE/Linha C,

<sup>7</sup> FINEP é uma empresa brasileira, de caráter público, destinada ao fomento da ciência, tecnologia, inovação e afins, em empresas, instituições de ensino e o próprio governo.

<sup>8</sup> FINEP - [http://www.finep.gov.br/pagina.asp?pag=fundos\\_audiovisual](http://www.finep.gov.br/pagina.asp?pag=fundos_audiovisual). Acesso: set.2013

voltada para distribuidoras adquirirem recursos para direitos de exploração comercial de longas-metragens (R\$ 3,8 milhões, em 2012); e finalmente, a PRO-DECINE/Linha D, voltada para a comercialização de longas-metragens (pouco mais de R\$ 600 mil, em 2012).<sup>9</sup> No ano em que publicamos este artigo, os investimentos (suporte financeiro automático e suporte financeiro seletivo) do FSA estão divididos em cerca de 8 linhas, que conjugam apoios para desenvolvimento, produção, distribuição, tanto por meio de produtoras quanto por meio de distribuidoras e programadoras, e somam mais de R\$ 400 milhões.

Note-se que o Fundo Setorial é bem anterior à Lei 12.485/2011, mas a data de sua criação coincide com o ano de início da tramitação do projeto de lei que daria origem à Lei da TV Paga. Naquele momento, os debates sobre o papel da ANCINE como agência reguladora incluíam a necessidade de pensar também sua atuação como órgão que operacionalizasse programas diversos de apoio ao cinema e ao audiovisual brasileiros, incluindo sua promoção – interna e externa –, fomento e proteção. Assim, as linhas de incentivo ao cinema são anteriores à linha específica de fomento a produtos televisivos. Outro ponto importante a ser discutido é o fato de que o FSA nasce com alguns objetivos que se direcionam à solução de problemas mercadológicos específicos, e tem um comprometimento com o retorno do investimento, de modo que se impõe um compromisso com padrões de mercado (estéticos, narrativos e técnicos).

Entre seus principais objetivos destacam-se o incremento da cooperação entre os diversos agentes econômicos, a ampliação e diversificação da infraestrutura de serviços e de salas de exibição, o fortalecimento da pesquisa e da inovação, o crescimento sustentado da participação de mercado do conteúdo nacional, e o desenvolvimento de novos meios de difusão da produção audiovisual brasileira. (ANCINE/FSA)<sup>10</sup>

Com a entrada da linha de financiamento a produtos audiovisuais para televisão, o FSA articula-se à Lei 12.485/2011 e cumpre mais uma parte de seus objetivos. Em entrevista concedida em 2012, o Presidente da ANCINE, Manoel Rangel, afirmava que os efeitos da nova legislação só seriam melhor

<sup>9</sup> Fonte: ANCINE.

<sup>10</sup> FSA (ANCINE). <http://fsa.ancine.gov.br/o-que-e-fsa/objetivos> Acesso: set.2013

sentidos a partir de meados de 2013, quando os produtores estariam já utilizando o fomento e as programadoras estariam adequadas à lei:

“Levando em conta o faturamento mundial de serviços audiovisuais, o Brasil responde por apenas 2 a 3% do montante global. Há um gargalo importante, principalmente na TV por assinatura e no cinema nacional’, acredita. Entre os objetivos da nova agenda regulatória está justamente tornar [o] mercado audiovisual compatível com [a] importância da economia do país. ‘Para isso é crucial ter mais programadores comprometidos com a produção brasileira, com o conteúdo nacional’ ” (LEI 12.485: EFEITOS..., MEIO & MENSAGEM, 2012).

Alguns pontos, no entanto, ficaram a desejar, e já são fonte de reclamações – da classe e dos consumidores – e, ao mesmo tempo, passam pela autocritica da ANCINE. A redação da lei limita a emissão de conteúdo publicitário ao máximo de 25% do total da programação; já o volume de reprises do conteúdo, não. Em entrevista recente, Manoel Rangel afirma que esperava-se que esse aspecto fosse autorregulado pelo mercado e pela reação dos consumidores, mas que se o aspecto negativo persistir, a Agência estará pronta para infringir restrições (Manoel Rangel Anuncia..., O Globo, 2013). Outro ponto muito debatido no segmento é a persistência de um número reduzido de agentes e de obras de natureza específica no mercado exibidor, de modo que, do ponto de vista do mercado, não haveria diversidade de produtores, nem de conteúdo. O presidente da ANCINE comenta:

“O caso de ‘O som ao redor’ é exemplo de conservadorismo das nossas estruturas de exibição e distribuição, é o típico caso de um filme que merecia um lançamento maior. Mas o que vem acontecendo é que a indústria está trabalhando com lançamentos cada vez maiores, com ocupações fulminantes das salas. Temos dito aos exibidores e distribuidores que identificamos nisso um problema. Na medida em que ele persistir, a ANCINE irá procurar caminhos para equilibrar essas questões. Não queremos um único filme em metades das salas brasileiras” (Manoel Rangel Anuncia..., O Globo, 2013)

A polêmica de Kléber Mendonça Filho, diretor de *O som ao redor*, com Cadu Rodrigues, diretor da Globo Filmes, ilustra esse embate. Entre trocas de opiniões e proposições de desafios, um e outro defendiam seu quinhão. O primeiro, com grande sucesso de crítica (foi elogiado pela obra no periódico

New York Times, figurando entre nomes como Quentin Tarantino e Steven Spielberg), foi lançado em 13 salas de cinema, e chegou aos quase 100 mil espectadores (dados da ANCINE/OCA – Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual), com um orçamento de menos de R\$ 1,8 bilhão. Os títulos lançados pela Globo Filmes, em geral, possuem orçamento acima dos R\$ 3 milhões e fazem mais de 500 mil espectadores, contando quase sempre com fundos de incentivo (FSA, Lei do Audiovisual etc.). O filme de KMF contou com financiamento do Funcultura (Fundo de Cultura do Estado de Pernambuco) e com o fomento da Secretaria de Audiovisual do Ministério da Cultura – SAV/MINC, através do Edital de Incentivo da Petrobras para longa-metragem. Kleber argumentava que, com o tamanho do lançamento (mais de 300 salas, só na primeira semana de exibição) e do volume investido em propaganda, as produções da Globo Filmes podem fazer mais de 200 mil espectadores de qualquer tipo de filme (Barulho que incomoda..., Jornal do Commercio, fev. 2013). Se concordarmos que a televisão tem um papel importante na difusão do filme brasileiro (formando público, inclusive), a Lei 12.485/2011 teria potencial para provocar as mudanças no cenário de produção audiovisual independente, com a entrada de novos atores e maior presença do conteúdo brasileiro diversificado na programação televisiva.

Na seção seguinte, passaremos à análise das entrevistas realizadas com produtores de médio e pequeno porte do país, a respeito da Lei 12.485/2011 e sobre suas impressões acerca da ANCINE.

### 3. A vida como ela é

Poucos discordam que entre a realidade e a ficção residem inúmeros matices narrativos no audiovisual. E, no caso da ANCINE e sua relação com os agentes do setor, passa o mesmo. Desde sua criação, esperava-se que a Agência atuasse fortemente na regulação do setor, protegendo os agentes nacionais, minimizando as fragilidades do setor e concretizando as bases para a formação da indústria cinematográfica. O fato é que, devido aos insucessos

na tentativa de implementação do projeto da ANCINAV, a atuação da ANCINE ficou controversa: cadastra e regulamenta a atividade de produtoras independentes no país; regula, regulamenta e recolhe taxas e contribuições referentes a produtos publicitários exibidos em TV; realiza programas de apoio à promoção do filme brasileiro no exterior; regulamentava, junto à SAV (Secretaria do Audiovisual) e MINC (Ministério da Cultura), as leis e programas de fomento, entre outras atividades; mas até 2011, não atuava na janela televisão. Esse era o grande anseio da classe, visto que era sabido o potencial que a televisão representava para a conquista do mercado cinematográfico interno, conforme explicitamos, não apenas pelo fato de assegurar rendimentos, mas também pela capacidade de formação de gosto/plateia do veículo. Até esse momento, as reclamações dos agentes do setor em relação à forma de funcionamento da ANCINE centravam-se na lentidão dos processos, no excesso de burocracia e na dificuldade em efetivar acordos e transações, especialmente as internacionais. Além da inserção da TV a cabo na regulação, eram esperadas melhorias também no que tange aos processos cotidianos da agência. O fato é que, até o momento, pode-se dizer que a ANCINE atua mais como uma agência de fomento e de regulamentação do que de regulação e fiscalização.

Como nos interessa avaliar o que, na realidade, está mudando no cenário mercadológico, realizamos pesquisa com 8 agentes do setor (produtoras), investigando aspectos qualitativos relativos à atuação da ANCINE, após a implementação da Lei 12.485/2011. Através de questionário estruturado, com perguntas abertas e de múltipla escolha. Das 11 produtoras acionadas, 8 responderam, oriundas dos estados de Pernambuco, Minas Gerais, São Paulo (2 respondentes, identificados como SP1 e SP2, este último com atuação também no Rio de Janeiro), Bahia, Ceará, Rio de Janeiro e do Distrito Federal. Tentamos contato com produtoras dos estados do Rio Grande do Sul e Amazonas, além de outros produtores de mercados maiores, como Rio de Janeiro e São Paulo, que não responderam a pesquisa. A seleção e o convite dos entrevistados partiram de duas premissas: estados com produção emergente, isto é, que apresentaram crescimento nos últimos 3 ou 4 anos, considerando obras de longa-metragem lançadas em circuito comercial (é o caso de Bahia,

Pernambuco e Minas Gerais); estados com produção já consolidada (RJ e SP), mesclando atores mais bem estabelecidos no mercado com outros mais novos (curiosamente, responderam os mais bem estabelecidos); e, ainda, estados em que há um baixo volume de produção (no Centro-Oeste e no Norte). Dentre as produtoras que responderam, 25% (SP1 e BA) têm mais de 20 anos de mercado; 37,5% (PE, SP2, RJ) contabilizam entre 10 e 15 anos de mercado; as demais (CE, MG e DF), que representam os outros 37,5%, têm entre 5 e 10 anos de atuação. Todas as empresas respondentes estão registradas na ANCINE – aliás, condição essencial para usufruir das leis de incentivo – sendo 50% há 10 ou mais anos; os outros 50%, entre 5 e 10 anos. A maioria (mais de 62,5%) dedica-se a projetos de cinema (SP1, RJ, CE, MG, DF); o restante (37,5%) cita a produção para cinema e televisão (BA, PE e SP2).

Para manter o sigilo empresarial, evitamos perguntas diretamente voltadas à enunciação de valores absolutos e procuramos não associar os nomes das empresas a questões que se referem à avaliação e críticas à atuação da ANCINE, priorizando resultados que expressem a média das avaliações e/ou resultados percentuais. Com o variado perfil dos entrevistados, procuramos representar os diversos tipos de experiências e expectativas das produtoras em relação à atuação da Agência e dos efeitos da Lei 12.485/2011 sobre o mercado.

O questionário investigou se as produtoras utilizavam algum tipo de lei de incentivo ou fomento para cinema e audiovisual, de que esfera (federal, estadual ou municipal), e com que frequência, obtendo o resultado de que 100% delas utilizam leis e editais públicos dessa natureza, sendo:

Tabelas 1, 2 e 3: Frequência de utilização de Fomento, de acordo com âmbito. (Elaboração Própria).

Frequência de utilização de leis de incentivo/fomento		
Âmbito municipal		
0 (nunca)	37,5%	BA, RJ, DF
1 (pouco)	37,5%	PE, SP1, SP2
2 (razoável)	25,0%	CE, MG
3 (sempre)	0,0%	



Frequência de utilização de leis de incentivo/fomento		
Âmbito estadual		
0 (nunca)	12,5%	CE
1 (pouco)	12,5%	MG
2 (razoável)	62,5%	BA, PE, RJ, SP2, SP1
3 (sempre)	12,5%	DF

Frequência de utilização de leis de incentivo/fomento		
Âmbito federal		
0 (nunca)	0,0%	
1 (pouco)	12,5%	CE
2 (razoável)	12,5%	DF
3 (sempre)	75,0%	SP1, SP2, RJ, PE, BA, MG

Quando questionados sobre a que recursos teriam tido acesso, obtivemos que 75% dos entrevistados já utilizaram recursos operados/administrados pela ANCINE, citando o FSA (PRODECINE e PRODAV), a Lei do Audiovisual (8685/1993), PAQ e PAR.<sup>11</sup> Dois deles apontam duas razões para não terem utilizado: a) não foi contemplado, apesar de inscrito; b) apesar de contemplado (PRODECINE), houve incompatibilidade do FSA com outro recurso captado pelo produtor para o mesmo projeto.

Em relação à atuação da ANCINE no atendimento às produtoras e a gestão de processos internos, a avaliação dos entrevistados oscilou de razoável a boa. Como era uma questão de resposta aberta (discursiva), verificou-se que,

<sup>11</sup> PAR e PAQ são programas de fomento da ANCINE voltadas a empresas que tenham demonstrado qualidade em seu desempenho mercadológico com suas produções. O PAQ é o “Programa de Incentivo à Qualidade do Cinema Brasileiro (...), que concede apoio financeiro às empresas produtoras em razão da premiação ou indicação de longas-metragens brasileiros, de produção independente, em festivais nacionais e internacionais”. O PAR é o Prêmio Adicional de Renda e tem “o objetivo de estimular o diálogo da cinematografia nacional com o seu público e premia as empresas de acordo com o desempenho comercial dos filmes brasileiros no mercado de salas de exibição do País”. (Fonte: ANCINE. Disponível em: <http://www.ancine.gov.br/fomento/paq> e <http://www.ancine.gov.br/fomento/par>). Atualmente ambos estão alocados como linhas de investimento do FSA.

embora todos pareçam apoiar a existência do órgão, aprovar os programas e projetos, bem como as políticas, identificam que, no que tange a prazos, atendimento direto ao usuário, fluxo de processos e gestão dos recursos (fluxo de liberação, por exemplo), a ANCINE está aquém do esperado. Justificam essa situação apontando que a estrutura (física e de recursos humanos) parece ser abaixo das necessidades reais. Apenas uma produtora entrevistada informa ter uma relação “muito boa” com a agência, uma vez que vários de seus projetos atualmente em curso transitam normalmente. Por outro lado, uma das produtoras entrevistadas afirma ter uma relação de “amedrontamento”, pela inoperância e excesso de burocracia do órgão.

Com relação à comercialização de seus produtos no mercado televisivo (sejam de cinema ou de TV) antes do ano de 2012, 100% das produtoras afirmaram já terem vendido produtos para canais de televisão, tendo apenas 25% delas (SP2 e PE) incluído, além de curtas e longas, produtos para TV. Os demais 75% informam apenas produtos de cinema (curta e longa-metragem) até aquele ano.

Todos os entrevistados afirmam conhecer a Lei 12.485/2011 e opinam que, com ela: “melhorou a forma de financiamento para o audiovisual via ANCINE” (87,5%); ou que “ainda não mudou a forma de financiamento via ANCINE, mas deve mudar em breve” (fruto da alternativa “outro” do questionário, que permitia inclusão de texto próprio), resposta que representa 12,5% do total. Nesta questão, nenhum dos entrevistados optou por assinalar as duas outras alternativas disponíveis no questionário: “piorou a forma de financiamento para o audiovisual via ANCINE” e “não mudou a forma de financiamento para o audiovisual via ANCINE”; uma outra questão, que indagava os entrevistados sobre suas impressões sobre o mercado, com a existência da Lei 12.485/2011, resultou na afirmação de 87,5% que “o mercado está mais receptivo a produções independentes”; 12,5%, na opção “outros”, observaram que “o mercado está aberto para quem já produzia para TV. Falta regulamentar a participação das TVs e o financiamento para produtos para TV. O mercado será mais receptivo após a criação de uma linha de desenvolvimento para TV via FSA”. Os resultados dessas duas últimas questões apontam para uma visão positiva acerca do impacto da Lei da TV Paga sobre o fomento/financiamento para o segmento. Por outro lado, a última resposta afirma que o mercado está melhor para quem já produ-

zia TV, o que nos faz questionar a capacidade da lei em inserir novos agentes produtores no mercado. A conclusão traz junto outra questão importante, se confrontarmos as respostas com um dos objetivos da criação da lei. Questionados sobre a tendência do mercado de produção independente para televisão, após a implementação da Lei 12.485/2011, 75% dos entrevistados afirmam que “está em crescimento, mas não é autossustentável” (MG, SP2, DF, PE, BA, CE); 12,5% afirmam “não terem condição de avaliar” (SP1); e os outros 12,5%, optaram por afirmar que o mercado “tende a criar meios de autossustentabilidade” (RJ). Embora a maioria ache que, com a lei, o mercado tende ao crescimento, a maior parte dos respondentes desconfia da capacidade da lei em dinamizar o setor a ponto de promover meios de sustentabilidade.

No que tange ao impacto da Lei 12.485/2011 sobre a relação das produtoras com a ANCINE e o uso dos recursos de fomento, 62,5% afirmam que “o uso dos recursos está mais democrático, porém, mais concorrido” (MG, SP1, SP2, RJ, BA); 25% avaliam que “não houve mudanças” (PE, CE); enquanto 12,5% entendem que “o uso dos recursos está mais fácil e democrático” (DF).

Por fim, os entrevistados foram questionados sobre o impacto direto da lei sobre a compra de obras vendidas pelas produtoras às emissoras de TV, nos dois últimos anos, avaliando dois aspectos: volume e valor, que eram metas da lei, uma vez que buscava-se aumentar a diversidade dos produtos brasileiros independentes nos canais de TV paga e melhorar a remuneração do setor, como forma de criar meios de sustentabilidade do mercado. 50% dos respondentes (MG, DF, SP2, CE) avaliam que a remuneração aumentou em volume; 25% (SP1, PE) afirmam que aumentou em valor; os 25% restantes (BA, RJ) registram aumento em volume e valor nos últimos dois anos.

#### 4. Antes dos créditos finais

A maioria dos entrevistados apresenta um perfil empresarial de jovem a adulto, uma vez que estão ainda na primeira ou segunda fase desenvolvimento de seus negócios. Na faixa entre 5 e 10 anos, as produtoras mais jovens condizem com o crescimento registrado na produção cinematográfica

nacional, após meados de 1990, no período conhecido como Retomada. Os responsáveis pelo preenchimento dos questionários foram, em grande parte, pessoas que ocupam as funções de produção, produção executiva, ou do quadro de direção/societário das empresas. Em apenas um caso registrou-se que o respondente era também diretor e roteirista. O resultado atesta um grau razoável de organização empresarial segundo funções da indústria cinematográfica, apesar de algumas delas terem pouco tempo de atuação no mercado.

As empresas com perfil mais maduro, com mais de 10 anos de mercado, que afirmam trabalhar com produtos de cinema e de televisão como atividade principal, curiosamente, não se localizam apenas no eixo Rio-São Paulo, pois incluem as produtoras de PE e BA. Nesse mesmo sentido, identificamos que as empresas com essas características utilizam com mais frequência o fomento de âmbito federal e, em segundo lugar, o estadual, exceto pelo caso de Minas Gerais (v. Tabelas 1, 2 e 3). É possível que isso se relacione ao fato de que, para acessar fundos regulados pela ANCINE, as produtoras necessitem de uma pontuação específica (dada pela Agência, com base nos projetos e produtos cadastrados, bem como valores já manejados pela produtora), que aumenta com o tempo de mercado. Outra questão que pode justificar a baixa frequência no uso de fomento federal por produtoras mais jovens é o perfil dos projetos.

Um dos itens que mudaram pouco ou nada após a implementação da Lei da TV Paga foi a percepção dos usuários sobre a gestão de processos da ANCINE, considerada de boa a razoável, incluindo críticas diretas à lentidão no uso e aplicação de verbas destinadas a fundos de fomento, como o FSA. A percepção é atestada com depoimentos colhidos na imprensa especializada:

“Em 2012, aproximadamente R\$ 660 milhões foram destinados para o Fundo Setorial do Audiovisual. A rigor, o montante de recursos proveniente do setor de telecomunicações para o fundo de fomento foi da ordem de R\$ 800 milhões, só que não houve uso dos recursos, em razão da falta de regulamentação.”  
(ANCINE e MERCADO..., 2013)

Com relação à perspectiva atual das produtoras, no que tange à dinamização do mercado, através da compulsoriedade das programadoras de TV paga exibirem conteúdo nacional, as produtoras entrevistadas revelaram ter sentido

algum aumento (de volume ou de valor) na comercialização de seus produtos. Nesse sentido, a impressão confirma dados divulgados pela ANCINE:

“No primeiro quadrimestre do ano passado foi registrada uma média de 60 obras nacionais exibidas por mês em 15 canais pagos estrangeiros monitorados, enquanto de setembro a dezembro foram 270, nos últimos quatro meses de 2012. Em relação ao registro de obras nacionais, eram 378 no primeiro quadrimestre e passaram a ser mais de 1.100 mil nos últimos quatro meses de 2012” (ANCINE e MERCADO..., Tela Viva, 2013)

Ao que parece, o impacto da lei, até esse momento, está relacionado mais à demanda (o que as emissoras estão buscando comprar) do que à oferta, isto é, produtos realizados e já no ar a partir dos recursos do FSA voltados para a televisão. Para a produção cinematográfica, que, em função do crescimento da produção nas duas últimas décadas, tem tido oferta maior, é uma oportunidade para as produtoras remunerarem-se. Curtas e longas são, inclusive, os mais citados entre os produtos comercializados pelas produtoras entrevistadas.

A perspectiva de futuro, do ponto de vista das produtoras, é favorável, embora façam reservas quanto à capacidade do mercado se autofinanciar, bem como da ANCINE conseguir superar problemas de infraestrutura, tornando-se mais ágil e com capacidade de gerir um aporte maior de recursos, uma vez que a arrecadação só tende a aumentar (através dos pagamentos da CONDECINE).

“Ocorre que a Lei 12.485/2013 transformou parte do pagamento do Fundo de Fiscalização das Telecomunicações (Fistel) em uma nova forma de arrecadação da CONDECINE, devida por todas as empresas de telecomunicações e apelidada de ‘CONDECINE telecom’. Apenas com esta nova CONDECINE, o FSA arrecadou, em 2013, cerca de R\$ 900 milhões” (O QUE VOCÊ..., Blog do Gindre, 2013).

De toda forma, vale lembrar que a medida provocou também um crescimento no número de assinantes de TV Paga no Brasil, especialmente na chamada classe C (classe média), entre 2010 e 2012, que teve um acréscimo de mais de 10 pontos percentuais. O aumento também é registrado em outras camadas da população. Em números absolutos, registrou-se um aumento de 9,8 milhões de assinantes em 2010, para mais de 16 milhões, em 2012. A ANCINE aposta que o crescimento da demanda permanecerá, chegando a 30 milhões de assinantes até 2017.

De uma maneira geral, poderíamos dizer que a lei tem, em parte, conseguido atingir seu objetivo de aumentar a penetração da TV paga no Brasil, provocando uma formação de mercado interno que poderá ser um trunfo para a produção independente. Para o cinema independente, a medida provou-se favorável. No entanto, não é possível mensurar, ainda, os efeitos reais sobre a dinamização e diversificação do mercado (operadores, tipos de produtos e quantidade). O perfil de regulamentação e fiscalização da ANCINE ainda precisa ser aperfeiçoado, já que, ao que consta, as ações de fomento estão melhorando de maneira mais clara do ponto de vista do usuário. Vale a ressalva de que essas medidas pretendem realizar mudanças mais estruturais no mercado e, portanto, lentas, que precisam ser avaliadas e monitoradas de forma continuada a médio e longo prazo, especialmente aumentando o *corpus* de análise e agentes entrevistados.



## Referências Bibliográficas

ANCINE E MERCADO ESPERAM R\$ 1 BILHÃO PARA PROJETOS EM 2013. Por Samuel Possebon ; Tela Viva. 20.fev.2013. Disponível em: <http://redomadigital.com/index.php/ancine-e-mercado-esperam-r-1-bilhao-para-projetos-em-2013/> Acesso: out.2013

ABTA – Associação Brasileira de TV por Assintura. Números do Setor. Disponível em: [http://www.abta.org.br/dados\\_do\\_setor.asp](http://www.abta.org.br/dados_do_setor.asp). Acesso: nov.2013

AUTRAN. Arthur. O Pensamento industrial cinematográfico brasileiro: ontem e hoje. In: MELEIRO, Alessandra (org.). Cinema e Mercado. Col. Indústria Cinematográfica e Audiovisual Brasileira. Vol. 3. São Paulo: Escrituras Editora, 2010. pp. 15-35.

BAHIA, Lia. Discursos, políticas e ações : processos de industrialização do campo cinematográfico brasileiro / organização da coleção Lia Calabre. – São Paulo : Itaú Cultural : Iluminuras, 2012. 228p.

BARULHO QUE INCOMODA O GIGANTE. Por Beatriz Braga; Matheus Araújo. Jornal do Commercio. 22.fev.2013.

FINEP - Financiadora de Estudos e Projetos - Disponível em: [http://www.finep.gov.br/pagina.asp?pag=fundos\\_audiovisual](http://www.finep.gov.br/pagina.asp?pag=fundos_audiovisual).

FUNDO SETORIAL DO AUDIOVISUAL. Ancine. Disponível em: <http://fsa.ancine.gov.br>. Acesso: set.2013

GARNHAM, Nicholas. Regulation. Mimeo, 2001.

Lei 12.485/11. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2011-2014/2011/Lei/L12485.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2011/Lei/L12485.htm) Acesso: mai.2013

LEI 12485: efeitos só ano que vem. Por Teresa Levin. MEio&Mensagem online. 01.mar.2012. Disponível em: <http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/noticias/2012/03/01/Lei-12-485--efeitos-so-no-ano-que-vem.html> Acesso: 22.ago.2013

MANOEL RANGEL ANUNCIA PROJETOS PARA O TERCEIRO MANDATO NA ANCINE. Por André Miranda. O GLOBO. 14.mai.2013. Disponível em: <http://glo.bo/16h0d7t> Acesso: 20.mai.2013

MASTRINI, Guillermo; MESTMAN, Mariano (1996) ¿Desregulación o re-regulación? De la derrota de las políticas a la política de la derrota., CIC N° 2, UCM, Madrid.

MITNICK, Barry. Economía Política de La Regulación. México: Fondo de Cultura, 1989. caps. 1. p.21-40.

PL 116 TRANSFORMA CENÁRIO DA TV PAGA. Por Claudia Penteadó. Exame.com. 22.ago.2011. Disponível em: [exame.abril.com.br/noticia/pl-116-transforma-cenario-da-tv-paga/imprimir](http://exame.abril.com.br/noticia/pl-116-transforma-cenario-da-tv-paga/imprimir) Acesso: 09.mai.2013.

PL 29/2007. Disponível em: <http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=339998> Acesso: mai.2013

PL116/2010. Disponível em: [http://www.senado.gov.br/atividade/materia/detalhes.asp?p\\_cod\\_mate=97352](http://www.senado.gov.br/atividade/materia/detalhes.asp?p_cod_mate=97352) Acesso: mai.2012

QUE VOCÊ FARIA COM R\$ 1 BILHÃO, O; por Gustavo Gindre. Blog do Gindre. 08.ago.2013. Disponível em: <http://gindre.com.br/o-que-voce-faria-com-r-1-bilhao-ou-sobre-a-necessidade-urgente-de-uma-politica-publica/> Acesso: 08.08.2013.

RAMOS, Fernão e MIRANDA, Luís Felipe De. Enciclopédia Do Cinema Brasileiro. São Paulo: Editora SENAC, 2000. pp.151-152

### Entrevistas

Caroline Louise. Débora Ivanov. J. Procópio; João Vieira Jr.; Luana Melgaço; Maria Ionescu; Sylvia Abreu. Vânia Catani. Entrevistas ao autor, via Formulário Eletrônico.

Formulário Eletrônico – Questionário. Disponível em: [https://docs.google.com/forms/d/1ukMKabF0G\\_QTnVlvtb17ImXC2\\_JFr0hO\\_kMXBZBN7k/viewform](https://docs.google.com/forms/d/1ukMKabF0G_QTnVlvtb17ImXC2_JFr0hO_kMXBZBN7k/viewform) .  
Elaboração Própria.