

Programa ES+Criativo

Segmento: Audiovisual

ES+CRIATIVO

#ijsn45anos
Instituto Jones
dos Santos Neves



GOVERNO DO ESTADO
DO ESPÍRITO SANTO
Secretaria da Cultura
Secretaria de Economia
e Planejamento



GOVERNO DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

José Renato Casagrande

VICE-GOVERNADORIA

Jacqueline Moraes da Silva

SECRETARIA DE ECONOMIA E PLANEJAMENTO – SEP

Álvaro Rogério Duboc Fajardo

SECRETARIA DE CULTURA DO ESPÍRITO SANTO – SECULT

Secretário

Fabício Noronha Fernandes

Subsecretária de Estado de Políticas Culturais

Carolina Ruas Palomares

Subsecretário de Estado de Gestão Administrativa

Pedro Sobrino Porto Virgolino

Gerência de Economia Criativa

Lorena Louzada Vervloet – Gerente

Agostino Lazzaro

Anna Saiter

Marcelo Ferreira Siqueira

Matheus Boni

INSTITUTO JONES DOS SANTOS NEVES – IJSN

Diretor Presidente (respondendo)

Pablo Silva Lira

Diretoria de Estudos e Pesquisas

Latussa Laranja Monteiro

Diretoria de Integração e Projetos Especiais

Pablo Silva Lira

Coordenação Geral

Victor Nunes Toscano

Coordenação Técnica

Angela Maria Morandi

Elaboração

Katler Dettmann Wandekoken

Maria Grijó Simonetti (parcial)

Colaboração

Lara dos Anjos Alves

Nathalia Brunet Procópio da Silva

Roberto Rodrigues de Souza Júnior

Silvia Borges Dondi Guido

Sumário

1. Introdução.....	5
2. Base Conceitual e Normativa.....	6
3. As instituições e suas classificações	11
3.1. Breve histórico	12
3.2. Marcos Legais	18
3.2.1 Primeiro marco legal: as leis de incentivo.....	18
3.2.2 Segundo marco legal: a criação da Ancine e da CONDECINE	22
3.2.3 Terceiro marco legal: a criação do Fundo Setorial do Audiovisual	23
3.2.4 Quarto marco legal: Lei da TV Paga.....	27
3.2.5 Quinto marco legal: Programa Cinema Perto de Você.....	28
3.3. Associações e entidades de classe.....	28
3.3.1 Entidades de classe e instituições locais.....	30
4. Cadeia produtiva do Audiovisual.....	31
4.1. Breve panorama do cinema mundial e nacional	34
4.2. Panorama estadual e municipal	37
4.2.1 Órgãos municipais e política cultural	39
4.3 Aspectos metodológicos	41
4.3.1 Estrutura produtiva.....	42
4.3.2 Tamanho dos estabelecimentos	46
4.3.3 Vínculos empregatícios e geração de renda	47
4.3.4 Análise regional.....	59
4.3.5 Ocupações criativas e não criativas do setor	62

4.3.6 Microempreendedores Individuais do setor no Espírito Santo	69
4.3.7 Agentes Econômicos do Espírito Santo na Ancine	72
4.3.8 Classificação de nível das produtoras brasileiras independentes na Ancine	80
4.4 Parque exibidor	81
4.4.1 Regularização do Vídeo sob Demanda (VoD)	85
4.4.2 Mostras e Festivais	86
4.4.3 Cineclubes	89
5. Fatores de competitividade da cadeia produtiva	90
5.1. Fatores empresariais de competitividade do audiovisual	93
5.2. Fatores estruturais de competitividade do audiovisual	96
5.2. Fatores sistêmicos de competitividade do audiovisual	98
5.3. Análise da Matriz FOFA para o segmento do audiovisual no Espírito Santo	99
6. Proposições e diretrizes para políticas públicas	103
6.1. Considerações finais	118
Referências	120

1. Introdução

A importância do audiovisual na sociedade não se atém somente aos fatores econômicos e à geração de emprego e renda, mas também pelo seu papel cultural e simbólico. Uma produção audiovisual forte expõe a realidade, a visão de mundo e a subjetividade do país, seus costumes, suas feições, seu sotaque e sua língua. Isso se verifica tanto na perspectiva nacional quanto internacional, permitindo, assim, uma reflexão interna e uma projeção externa do país e de sua cultura (PRADO; BARRADAS, 2014).

Setor em plena transformação, o audiovisual, enquanto parte da economia criativa, reflete uma dinâmica complexa e um potencial inovador para o desenvolvimento e soberania do país. Este estudo busca apresentar as características do setor no estado do Espírito Santo a partir de um viés econômico fundamentado em sua cadeia produtiva, desvelando o impacto local e a participação nacional do setor.

Com intuito de realizar um diagnóstico atualizado da cadeia produtiva, foram extraídos dados da plataforma RAIS (Relação Anual de Informações Sociais) do Ministério da Economia, que apresentam informações anuais da quantidade de empresas, empregados, profissionais do setor, massa salarial e suas características, gerando estatísticas sobre trabalho, emprego e renda. Os dados foram coletados a partir do ano de 2010, permitindo a compressão da evolução do setor nos últimos anos. Elementos do Portal do Empreendedor sobre os Microempreendedores Individuais (MEI) também são apresentados, pois compõem uma parcela significativa da prestação de serviços na área. Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) também auxiliaram, sobretudo na coleta de informações sobre o estágio de desenvolvimento das políticas públicas para a cultura nos municípios.

Também foram solicitados à Agência Nacional de Cinema (Ancine) por meio do Sistema Eletrônico do Serviço de Informação ao Cidadão, do Governo Federal, que auxiliaram na compreensão das empresas que atuam como produtoras, distribuidoras e exibidoras de conteúdo e dos produtos audiovisuais produzidos pelas empresas capixabas. Dessa forma, foi possível traçar um perfil preciso e detalhado dos estabelecimentos voltados para o cinema e para a televisão, e da produção local, quanto ao tipo, direção, especialização, formato, entre outras informações.

Um diagnóstico dos profissionais e suas atuações foi realizado a partir da elaboração da análise da matriz FOFA (Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças) e da aplicação de um questionário, via internet, para os profissionais e empresas de audiovisual do estado. Os profissionais responderam sobre sua atuação, visão e expectativa do setor, e, quando representante de alguma empresa, informaram sobre projetos e formas de financiamento.

A partir do diagnóstico, análise FOFA¹ e as estatísticas disponíveis do setor, foram elaboradas propostas de políticas públicas para o desenvolvimento do setor no Espírito Santo incrementando o seu impacto cultural e econômico. Essas propostas foram discutidas coletivamente no evento “imersões da Cultura: Rumos do Audiovisual”, realizado pela Secretaria de Estado da Cultura (Secult/ES) em parceria com o Sebrae e o Instituto Jones dos Santos Neves (IJSN) e participação de profissionais do setor, cineclubistas, entidades representativas, sindicato, coletivos e associações, que reuniu cerca de 50 pessoas.

Esta pesquisa, vinculada ao Programa ES+Criativo, buscou caracterizar e analisar o setor audiovisual no estado, com base em sua cadeia produtiva, e propor diretrizes voltadas ao seu fortalecimento, de forma a diagnosticar entraves e demandas para potencializar oportunidades para o setor.

O ES+CRIATIVO é um programa estadual de desenvolvimento da economia criativa no Espírito Santo. A missão é posicionar a cultura e a criatividade como eixos centrais do desenvolvimento socioeconômico sustentável no Estado do Espírito Santo, por meio do apoio às atividades empreendedoras que têm a criatividade, o capital intelectual e o valor simbólico-cultural como os seus principais insumos. Estes produzem valor econômico e são reconhecidos mundialmente como estratégia para a redução da desigualdade social, pois geram trabalho, emprego e renda, e também aparecem como um importante eixo para promover atividades em rede.

Nas primeiras etapas da pesquisa foram delimitados os segmentos prioritários para estudo, que incluíram: audiovisual, artesanato, gastronomia e tecnologias da informação e comunicação. O intuito é fornecer dados e informações, de forma a direcionar ações para a melhoria da eficiência e o aumento da competitividade de segmentos da Economia Criativa no estado, auxiliando na formulação de políticas públicas para estes segmentos. Adotando como princípios norteadores a valorização da diversidade cultural, a geração de emprego e renda, a sustentabilidade e a inovação, o foco está no fomento e na ampliação do acesso a bens e serviços dos setores criativos.

2. Base Conceitual e Normativa

Caracterizado por sua complexidade de produtos, tecnologias, meios e modos de fazer e de circular, o mercado de Cinema e Audiovisual prescinde de ser categorizado segundo os vários

¹ Do inglês SWOT: Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats. Significado: Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças.

elementos da sua cadeia produtiva, desde a pré-produção de uma obra audiovisual até a sua comercialização e janelas de exibição.

Para isso, a Agência Nacional do Cinema (Ancine) instituiu legalmente, por meio de Instruções Normativas e Medidas Provisórias, alguns conceitos e classificações para delimitar o que pode ser definido como parte do mercado audiovisual.

A Medida Provisória 2.228-1 de 2001 define que obra audiovisual é:

produto da fixação ou transmissão de imagens, com ou sem som, que tenha a finalidade de criar a impressão de movimento, independentemente dos processos de captação, do suporte utilizado inicial ou posteriormente para fixá-las ou transmiti-las, ou dos meios utilizados para sua veiculação, reprodução, transmissão ou difusão (BRASIL, 2001).

Audiovisual é, portanto, tudo aquilo que, a partir da fixação ou transmissão de imagens em sequência, tenha finalidade de criar a impressão de movimento, independente inclusive de ter banda sonora. Portanto, integram o audiovisual: o cinema, a televisão, a propaganda, o *vídeo por demanda*² (VoD), os jogos eletrônicos, os vídeos do *Youtube*, os registros de casamento, de aniversário, e até os *gifs* usados nas redes sociais³.

Por conta dessa definição, abrangente na forma de caracterizar um “produto da fixação ou transmissão de imagens”, entende-se conceitualmente o campo do audiovisual como expandido, podendo abrigar novos formatos e linguagens, como ocorreu com os jogos eletrônicos⁴ recentemente.

² O vídeo por demanda é um segmento recente, que reúne serviços e plataformas que disponibilizam conteúdos diversos a serem exibidos através da internet sob o comando e autonomia do usuário. Diferentemente da televisão, que apresenta o conteúdo por grade diária de programação, o VoD disponibiliza geralmente na forma de catálogo, de forma permanente ou temporária. Produtos como filmes e séries, vale ressaltar, podem transitar por essas diversas janelas de exibição.

³ Ainda nesse sentido, o audiovisual engloba o vídeo mapping, a realidade virtual (RV) e aumentada (RA), os vídeos machinimas - criados a partir de games interativos em tempo real-, e outros produtos que unem linguagem audiovisual e tecnologia.

⁴ Os jogos eletrônicos usam da linguagem audiovisual para criar uma narrativa interativa e por isso são considerados produtos audiovisuais. A discussão sobre as políticas públicas para este setor foi absorvida pela Ancine e acontece desde fevereiro de 2018 no Grupo de Trabalho de Jogos Eletrônicos, dentro do Conselho Superior de Cinema: http://www.cultura.gov.br/banner-3/-/asset_publisher/axCZZwQo8xW6/content/gt-desenvolvera-politicas-de-fomento-a-industria-de-games/10883.

Os produtos audiovisuais podem ser divididos entre aqueles que têm viés comercial e os que são meros registros caseiros ou realizados para consumo próprio. A este estudo interessa o primeiro grupo que, além de ser constituído como mercado, é fomentado e regulado pelo Estado. Entre eles estão: cinema, televisão, publicidade e jogos eletrônicos.

Esses segmentos se diferem também quanto ao conteúdo: não publicitários – cinema, televisão e VoD; e publicitários. Por definição, conteúdo publicitário é aquele “cuja destinação é a publicidade e propaganda, exposição ou oferta” (BRASIL, 2001). Essa classificação, entretanto, não é absoluta, podendo ter conteúdos híbridos, como é o caso do *branded content* e do *product placement*⁵ (APRO; SEBRAE, 2016: 35).

O conteúdo não publicitário produzido para os segmentos de mercado também se diferencia quanto ao seu formato, seriado e não seriado, e duração⁶, segundo a MP 2.228-1 (BRASIL, 2001). Os conteúdos não seriados são, portanto, categorizados segundo a duração: curtas-metragens são filmes com até 15 minutos, médias entre 15 e 70 minutos, longas-metragens com mais de 70 minutos e os telefilmes - produto destinado aos meios eletrônicos (televisão e VoD, por exemplo) - apresentam duração entre 50 e 120 minutos. As obras seriadas são aquelas produzidas em capítulos ou episódios.

Tabela 1: Definição do produto audiovisual pela duração

Formato	Duração
Curta-metragem	Até 15 minutos
Média-metragem	Entre 15 e 70 minutos
Longa-metragem	Mais de 70 minutos
Telefilme	Entre 50 e 120 minutos
Obra seriada	Produzida em capítulos

Fonte: Ancine.

Elaboração própria.

⁵ Branded Content é um conteúdo de entretenimento produzido para promoção das marcas, como exemplo brasileiro temos a série “As Aventuras de Lilica, a coala”, uma animação financiada e criada pela marca Marisol e produzida por estúdios de animação: <http://monostudio.com.br/project/mundo-ripilica-serie-animada/>. Já product placement é a exibição de um produto ou marca, mas sem caráter de anúncio. Um dos casos mais conhecidos e bem-sucedidos no Brasil foi da série transmídia Latitudes: <http://propmark.com.br/produtoras/marcas-se-unem-a-projeto-transmidia>

⁶ Vale ressaltar que a categorização segundo a duração dos filmes não é seguida atualmente da mesma forma pelos Festivais e Mostras de cinema no país. O Festival de Gramado e o Festival de Cinema de Vitória, por exemplo, distinguem as obras apenas entre longas e curtas-metragens. Os longas são definidos como filmes a partir de 70 minutos, e os curtas até 20 minutos e 30 minutos, respectivamente, segundo o regulamento de cada Festival.

Segundo a Instrução Normativa nº 104, de 2012, da Ancine, as obras não publicitárias podem ser classificadas segundo os seguintes tipos: Ficção, Documentário, Animação, *Reality Show*, Videomusical, Variedades, Jornalística, Manifestação e Eventos Esportivos, Programa de Auditório e Religioso (ANCINE, 2012a). O que, basicamente, diferencia essa classificação é a Instrução Normativa nº 100 (ANCINE, 2012b), que regulamenta dispositivos que a Lei 12.485/11 denomina de *espaço qualificado*⁷: as seis primeiras categorias constituem esse espaço na grade de programação, enquanto as quatro últimas não constituem. Obras publicitárias também não constituem espaço qualificado.

Essa definição de espaço qualificado não é objetiva e assertiva e, sim, refutatória. Isto é, demarca-se o que não constitui espaço qualificado para definir aquilo que se encaixa, como mostra a Tabela 2. Nessa exclusão, ficam de fora os conteúdos que não geram receitas após sua primeira exibição, como é o caso de eventos esportivos, programas jornalísticos e políticos, por exemplo, para filtrar os conteúdos nobres e de entretenimento que agregam valor na indústria audiovisual e sejam beneficiados por uma ambiência de fomento e regulação.

Tabela 2: Definições de espaço qualificado pelo tipo de produto não publicitário

Espaço Qualificado	Tipo
Constitui Espaço Qualificado	Animação
	Documentário
	Ficção
	Reality Show
	Videomusical
	Variedades
Não constitui espaço qualificado	Religioso
	Manifestações religiosas e eventos esportivos
	Programas de Auditório

Fonte: Ancine.

Elaboração própria.

Os filmes de longa-metragem também podem se diferenciar, distinguindo-se por sua vocação comercial ou artística. Essa definição não foi criada a partir de nenhuma legislação, mas a própria Ancine inclui essa distinção como critério em alguns editais de fomento⁸ específicos.

⁷ Espaço qualificado é definido pela Ancine como sendo: 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” (ANCINE, 2012a).

⁸ O Fundo Setorial do Audiovisual tem duas linhas que investem em projetos em face ao desempenho anterior de filmes da empresa produtora: uma linha segundo o desempenho comercial (bilheteria e licenciamento) e outra que leva em consideração a participação em festivais e mostras.

Os filmes comerciais são aqueles que priorizam uma carreira comercial, com exibição em inúmeras salas de cinema simultaneamente, com objetivo de alcançar grande bilheteria e gerar boa rentabilidade. São projetos mais caros, que, muitas vezes, têm forte apelo junto ao público de massa e necessitam de grande aporte para divulgação promocional. Já os com pretensões artísticas têm um perfil autoral, muitas vezes de experimentação de linguagem e narrativa, e buscam primeiramente a inserção e circulação em festivais e mostras de cinema. Enquanto o primeiro é importante para promover a ida do público às salas de cinema para assistir a filmes nacionais, o segundo garante prestígio à produção e repercussão pela crítica especializada, tanto nacional como internacional. As duas participações, apesar de dicotômicas, não são, necessariamente, excludentes. Filmes como o aclamado *Cidade de Deus*, exibido no Festival de Cannes e indicado ao Oscar, obteve a maior bilheteria de filmes brasileiros no seu ano de estreia nas salas de exibição, em 2002.

Já as empresas produtoras são divididas em dois grupos: empresas independentes e não independentes. São classificadas como empresas independentes (BRASIL, 2011) as que não possuem qualquer vínculo ou associação direta ou indireta com canais de televisão aberta ou fechada, programadoras, empacotadoras e operadoras. As formas de fomento – que serão apresentadas no capítulo de aparato legal – se destinam prioritariamente às produtoras independentes. As obras realizadas por essas empresas, quando classificáveis pelo tipo e formato, são considerados conteúdos brasileiros independentes⁹. Esse tipo de produto pode receber recursos do Estado e tem espaço garantido em alguns canais de televisão por assinatura, conforme previsto na lei nº 12.485/11, a Lei da TV Paga.

As empresas brasileiras independentes devem também cumprir requisitos, tais como: não manter vínculo de exclusividade que a impeça de produzir ou comercializar para terceiros os conteúdos audiovisuais por ela produzidos; não ser controladora, controlada ou coligada a programadoras, empacotadoras, distribuidoras ou concessionárias de serviço de radiodifusão de sons e imagens; entre outros (BRASIL, 2011). Já as demais produtoras excluem tais especificidades.

Desse modo, os conceitos e classificações apresentados buscam contemplar os múltiplos aspectos que caracterizam um produto audiovisual e o percurso legal que rege as diferentes

etapas da cadeia produtiva. Um ambiente regulado é imprescindível para fortalecer a produção, comercialização, exportação e chegar a todo público. A distinção por tipo, formato, linguagem, meios, entre outros, são também importantes para o reconhecimento e incentivo a experimentações, uso e desenvolvimento de tecnologias e desenvolvimento tanto cultural e simbólico, como econômico do setor.

3. As instituições e suas classificações

O aparato legal que rege o setor do audiovisual no país contribuiu historicamente para desenvolver e regular o mercado, possibilitando o amplo fomento do setor através da formulação de políticas públicas. Além disso, cumpre o papel de definir os agentes atuantes na cadeia produtiva e os produtos audiovisuais.

Para as instituições que pesquisam a economia criativa, o audiovisual é alocado como “mídias”, que congregam o setor editorial (jornalismo, publicação de livros, etc.) e o audiovisual (FIRJAN, 2014). Dentro do audiovisual ainda há outras possíveis divisões, como a de TV & Rádio e Cinema & Vídeo. Já a Conferência das Nações Unidas sobre o Comércio (UNCTAD) ¹⁰denomina todo o campo como audiovisuais.

Normalmente, os setores de Televisão e Rádio são vinculados nesses estudos por comporem a área das telecomunicações e radiodifusão. Ambos os setores são regulados, no Brasil, pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), que faz uma regulação econômica do setor, administrando, por exemplo, as radiofrequências e o uso das órbitas e os conflitos, atuando em defesa dos direitos dos consumidores (ANATEL, 2019).

Por outro lado, o cinema, o vídeo, os Jogos Eletrônicos¹¹ e parte do campo de televisão paga são regulados pela Ancine, que tem uma atuação mais social de incentivo e proteção do mercado nacional, estimulando o fomento do setor e subsidiando a formulação de políticas.

¹⁰ Ver: Creative Economy Report 2008: The challenge of assessing the creative economy towards informed policy-making.

¹¹ Em 2018 o MinC e a Ancine lançaram a nova Política Nacional de Games. Por meio da política, o FSA disponibilizou um investimento recorde de R\$45,25 milhões para produção e comercialização de jogos eletrônicos, contemplando também, pela primeira vez, projetos de realidade aumentada (AR) e realidade virtual (VR). Anteriormente, os jogos eletrônicos eram contemplados apenas por investimentos oriundos de ações transversais (MinC, 2018). www.cultura.gov.br acessado em 06 de dezembro de 2018.

3.1. Breve histórico

A história do desenvolvimento do cinema no Brasil foi e continua a ser marcada por ciclos, variando entre euforia e retração. Resgatando bastante resumidamente a história do cinema brasileiro, entre os anos de 1920 e 1930 a produção nacional se desenvolveu entre os denominados “ciclos regionais”, protagonizados pelas cidades de Cataguases (MG), Campinas (SP) e Recife (PE). Entre as décadas de 1930 e 1950 o marco foram as experiências inspiradas no modelo hollywoodiano de estúdios, quando se destacaram a Cinédia, Vera Cruz, Maristela e Atlântida, que levaram para a grande tela comédias musicais de sucesso e as grandes estrelas conhecidas do rádio. O período foi marcado também pela forte tentativa de industrialização cinematográfica através dos investimentos do capital privado, desvinculado do Estado, possível somente após o Governo Provisório de Vargas, que implementou as primeiras políticas intervencionistas nacionalistas para o cinema.

Em meio ao desenvolvimento mercadológico e declínio dessas produtoras no país, na década de 1940 a linguagem do cinema ganha uma “fórmula” criada no Brasil que o aproxima mais do público: são as chanchadas, inspiradas nos esquetes humorísticos e comédias musicais, são recheadas por sátiras, humor. A Atlântida foi a que mais apostou no novo gênero.

O período de tentativa de industrialização, entretanto, não tardou a dar seus sinais de colapso. A Vera Cruz, de certa forma, investiu fortemente na industrialização da produção, mas esqueceu-se de problemas históricos do cinema no Brasil, como a distribuição, exibição e fiscalização (CAMPOS, 2004).

Já nos anos 1960 o Cinema Novo dá outro fôlego às produções nacionais, com filmes que tratavam com maior visibilidade temas do subdesenvolvimento, em embate à alienação conferida pelo cinema norte-americano. Eram filmes comprometidos com o cinema de autor e que tinham objetivos culturais bem claros (BAHIA, 2012). Esse período conferiu maior projeção internacional, destacando uma geração de cineastas como Cacá Diegues, Nelson Pereira dos Santos e Glauber Rocha – este que popularizou a ideia de que para fazer cinema era preciso apenas “uma câmera na mão e uma ideia na cabeça”. No período da Ditadura Militar, o Cinema Novo toma outro rumo, conhecido pela sua segunda fase, característica da sua aproximação com o Tropicalismo e pelo menor volume de produções. Já na passagem para a década de 1970, ante ao desgaste sofrido pelo período de repressão, um grupo de cineastas resistentes dão novo vigor ao Cinema Novo, fase agora conhecida como Cinema Marginal. Temas políticos, sociais e postura contestatória para retratar o Brasil marcavam as produções. A radicalidade do movimento fica mais conhecida ainda pela chamada “estética do lixo” e “údigrudí”.

Na contramão da cultura alternativa contestatória, ao fim da década de 1960, propagaram-se filmes de grande apelo comercial, misturando uma linguagem de humor com erotismo: as pornochanchadas. O sucesso desses filmes se deve em parte também à lei de reserva de mercado para exibição de filmes brasileiros no cinema, que existia desde a década de 1930. Por

conta disso, as distribuidoras requisitavam cada vez mais as produções de pornochanchadas, que garantiam bilheteria cheia.

Os anseios nacionalistas ficam mais fortes que os interesses pelo mercado norte-americano na década de 1970. E é em plena Ditadura Militar que é criada a Empresa Brasileira de Filmes (Embrafilme), assumindo a forte presença do Estado sobre o mercado da produção do cinema no país. Com ela, o Estado passa a financiar a produção cinematográfica, taxar o lucro das distribuidoras estrangeiras e a fortalecer a legislação para o setor – que teve sua primeira lei¹² criada em 1932 por Getúlio Vargas. A “era da Embrafilme” também preconizou um crescimento do mercado interno e a expansão das salas de cinema, cujo pico só foi superado recentemente em 2018 (ANCINE/OCA, 2019a).

Com a atuação da Embrafilme no fortalecimento do mercado interno, o país contabilizou um dos maiores volumes de produção até a atualidade, acrescido por recorde de público e ingressos vendidos, com títulos como “Dona Flor e seus Dois Maridos” (1976), de Bruno Barreto, e “A dama do loteamento” (1978), de Neville D’Almeida.

Esse sobressalto da cultura brasileira, embalado pelo vigor do projeto nacional-desenvolvimentista para o cinema, vai durar até o final da década de 1980, quando a forte crise econômica e a fragilidade política agravadas pela dívida externa vão culminar em um forte movimento de oposição à Embrafilme. Contrários ao caráter intervencionista do estado na cultura e economia, esses movimentos vão acusá-la de má-administração e clientelismo, principalmente- dadas as formas questionáveis democraticamente de eleger quais filmes receberiam recursos.

Com apenas um decreto-lei, no Governo de Fernando Collor de Mello, é extinta a Embrafilme em março de 1990, pelo Programa Nacional de Desestatização, e toda sua estrutura (ZUBELLI, 2017). Em meio à política de livre mercado também foi extinta a Fundação do Cinema Brasileiro, o MinC - ao qual a Embrafilme era vinculada, transformando-se posteriormente em Secretaria de Cultura-, entre outras Fundações de cunho cultural.

O desmonte de toda a política de incentivo à produção e distribuição audiovisual culminou em números vexatórios para o cinema brasileiro: foram apenas três filmes de longa-metragem lançados em 1992, levando o patamar da participação nacional do setor a 1% (IKEDA, 2015). Em paralelo, crescia a ocupação de filmes estrangeiros nas salas de cinema.

¹² A lei exigia a obrigatoriedade de exibição de filmes nacionais para os cine-jornais.

Somente em meados de 1990 surge um novo modelo de fomento à cultura, baseado na renúncia fiscal e financiamento indireto do Estado. Conforme serão detalhados em “marcos regulatórios” nesta pesquisa, os dois principais mecanismos criados foram a Lei Rouanet (1991) e a Lei do Audiovisual (1993). Elas se apoiavam no modelo político dominante, que pregava um menor poder de intervenção do Estado. Dessa forma, cabe ao setor privado a decisão sobre os projetos que receberão investimento indireto do Estado, por meio dos incentivos fiscais concedidos às empresas.

Ambas as leis contribuíram para alavancar novamente a produção de cinema, dando início à chamada Retomada (IKEDA, 2015). E, para compreender a partir desse marco as políticas públicas para o audiovisual, adota-se nesta pesquisa o que Zubelli (2017) caracterizou por três ondas, visto que cada marco desses ainda repercute no setor.

1ª Onda: atuação indireta nos anos 1990

A primeira onda é característica da atuação indireta do Estado no fomento ao cinema, através das Leis de Incentivo. Com a promulgação da Lei Rouanet (BRASIL, 1991), criada pelo Secretário de Cultura de Fernando Collor, o embaixador Sérgio Paulo Rouanet, é criado também o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Proac), que recompôs o aparato estatal de incentivo à cultura. Já após o processo de *impeachment* de Fernando Collor, o vice-presidente Itamar Franco é dada continuidade à reestruturação da cultura, com a Criação da Secretaria para o Desenvolvimento do Audiovisual (SDAv) e o restabelecimento do Ministério da Cultura (ZUBELLI, 2017). Essa retomada acontece em meio à preparação para o lançamento da nova moeda, no contexto do Plano de Estabilização Econômica, para enfrentar as altas inflacionárias.

Já em 1993 é criada uma Lei específica para o setor, a Lei do Audiovisual (BRASIL, 1993), que passa a funcionar em complementariedade com a Rouanet. É no governo de Fernando Henrique Cardoso que ambas vão se consolidar como os principais mecanismos de fomento. A partir de 1995, com o lançamento do longa “Carlota Joaquina”, que levou um público de 1,5 milhão de pessoas aos cinemas (Nagib, 2002) – um marco para o início da Retomada, e a indicação ao Oscar de “O Quatrilho”, foi perceptivo o resultado do novo impulso produtivo, deixando para trás o período de “Escuridão Collorida”- em referência aos anos de omissão de política cultural no governo Collor (ZUBELLI, 2017).

Ao final da década de 1990, contudo, esse modelo de intervenção indireta dá sinais de esgotamento, mostrando não ser sustentável para o setor, de modo que a produção e o mercado audiovisual ficam vulneráveis com as crises econômicas.

2ª Onda: o tripé institucional dos anos 2000

Denúncias de má-administração do dinheiro público, agravadas por prestação de contas de longas-metragens reprovadas pelo MinC e repercutidas pela imprensa, como o caso de “O

Guarani” e “Chatô- o rei do Brasil” – este que levou 20 anos para ser finalizado -, culminou em medidas mais robustas para acompanhamento dos projetos aprovados. Diante de uma crise institucional, mas com ampla mobilização de diversas categorias do audiovisual que se reuniram em congressos e grupos de discussão, tomou força a demanda por um órgão gestor próprio para o setor audiovisual, abrindo caminho para a formação da Agência Nacional de Cinema (ANCINE).

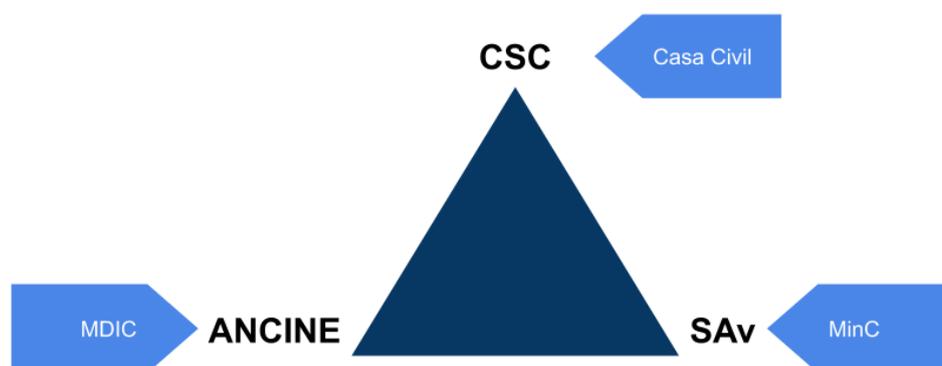
Desde o fim da Embrafilme, no início da década de 1990, o cinema não tinha um órgão independente próprio. Para suprir esse espaço é criada a Agência Nacional de Cinema, com a missão de desenvolver e regular o mercado audiovisual brasileiro e subsidiar a formulação da Política Nacional do audiovisual (ANCINE, 2019).

Foi através do marco legal da Medida Provisória nº 2.228-1/01 (BRASIL, 2001), que se iniciou a segunda onda de políticas estatais para o audiovisual. Junto à ANCINE formou-se o tripé institucional dos três órgãos institucionais coordenados para desenvolver o audiovisual no país (ZUBELLI, 2017).

Uma questão central que a ANCINE estabelece é de fomentar o setor para além da produção, atingindo também outros eixos da cadeia produtiva, como desenvolvimento, distribuição, comercialização, ainda que divididos por segmentos de mercado, sem considerar suas interações.

O novo marco institucional tem o seu tripé formado da seguinte forma: no topo, o Conselho Superior de Cinema (CSC), e nas bases a ANCINE e o MinC.

Figura 1: Tripé Institucional vigente na criação da Ancine



Fonte: ZUBELLI (2017) com base em IKEDA (2015)

O CSC é responsável pela formulação de políticas públicas setoriais e composto por representantes do governo e da sociedade civil, incluindo os representantes do audiovisual. No vértice representado pela a ANCINE, a agência exerce as funções de regular, fiscalizar e fomentar as atividades do setor. Já o vértice da SAV, que integrava o MinC e agora, no governo

Bolsonaro, faz parte do Ministério da Cidadania, abriga as responsabilidades de promover a produção de curtas e médias-metragens, difundir as obras em festivais, e também promover a formação de mão-de-obra qualificada e preservação do acervo cinematográfico brasileiro. Atualmente, a ANCINE também já não está mais vinculada ao Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC), tendo sido transferida também para o Ministério da Cidadania.

De início, com pouca autonomia, a ANCINE basicamente administrava as leis de incentivo. Mas, uma questão importante para a época foi a criação da Globo Filmes, que, de fato, alavancou a produção nacional, embora através dos *blockbusters* e como complementação à sua produção televisiva. Ou seja, a produção fílmica anual foi capaz de incrementar as estatísticas, provocando um *boom* no cinema nacional principalmente pelo aumento da bilheteria, mas sua carteira era concentrada em basicamente em um tipo de filme e menos de uma dezena por ano – que não sustentou de forma continuada a cadeia produtiva (ZUBELLI, 2017).

Em paralelo, as demais empresas de cinema se mostravam fragilizadas, baseadas em estrutura familiar, sem modelo de negócios, com dificuldades de captar recursos. Desde o fim da Embrafilme, as distribuidoras nacionais também penavam para conseguir lançar filmes no mercado interno, sendo praticamente bloqueadas da estratégia de distribuição estrangeira (ZUBELLI, 2017).

3ª Onda: Atuação Direta do Estado

Com o novo governo de Luiz Inácio Lula da Silva, em 2003, ocorre uma remodelação do papel do Estado para as políticas culturais. Em oposição ao modelo fincado em uma função reguladora, deixando para a iniciativa privada a direção dos investimentos baseadas nas Leis de Incentivo, no governo Lula a atuação governamental é mais direta, dando início à terceira onda (ZUBELLI, 2017).

Na nova reformulação entra também o novo conceito propagado de cultura, cuja participação do Ministério da Cultura (MinC) foi fundamental. Ao assumir o cargo de ministro, em 2003, Gilberto Gil introduziu à gestão cultural um conceito antropológico que ampliava a ideia de cultura para muito além das políticas compensatórias. Nessa visão, a cultura deveria ser trabalhada em três dimensões inseparáveis: econômica, simbólica e cidadã – as quais estão explícitas inclusive no Plano Nacional de Cultura, elaborado em 2010. Essas mudanças ampliaram a visão estratégica do poder público sobre o audiovisual brasileiro, que passou a considerar centrais ações pela “universalização do acesso, pelo fortalecimento das produções independentes, pela regionalização, pela internacionalização e pela defesa da diversidade” (ANCINE, 2017a).

Com isso, tem-se o rompimento do tripé institucional, que consistia na atuação complementar dos três órgãos (CSC, ANCINE e MinC), cada um vinculado a um ministério diferente. Ou seja, o tripé durou apenas dois anos.

Na mudança conceitual e estratégica, a SAV ganhou centralidade na formulação de políticas públicas, sendo alçada como órgão do governo e o CSC, que antes desempenhava essa função, foi esvaziado.

O tripé também foi enfraquecido com a desvinculação da ANCINE ao MDIC, afastando-se então da sua pretensão industrialista. Já em 2003 a agência passa a ser vinculada ao MinC. Com isso, em pouco tempo tem-se a percepção reforçada de sobreposição das ações competentes à ANCINE e à SAV. Em consequência, o desenvolvimento do audiovisual no país afasta-se ainda mais de um possível caráter industrial, comprometendo também em parte o seu desenvolvimento tecnológico e a inovação no setor, já que as ações estão centradas em apenas parte da cadeia produtiva, como a produção, e não na sua totalidade.

Ante a atuação mais direta do governo na política cultural e a pretensão de superar as políticas compensatórias, o desenvolvimento da cadeia produtiva do audiovisual continuou dependente das leis de incentivo. A expectativa de mudança veio com a criação do Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) em 2006 – detalhado na pesquisa em marcos regulatórios -, como instrumento de incentivo direto, mas de forma a complementar o financiamento indireto e não o substituir.

Comparativamente, os ganhos com o FSA (BRASIL, 2011) vieram principalmente pela maior velocidade na liberação de recursos e transparência na aprovação e acompanhamento dos projetos, ainda que tenha encontrado obstáculos e insatisfações à frente. Nesse novo papel desempenhado, o Estado também passa a ter direito de parte do retorno sobre a exploração comercial dos projetos, sem se configurar detentor dos direitos patrimoniais da obra, que é por direito pertencente à produtora da obra. Isso porque o FSA não configura uma distribuidora e produtora como era a Embrafilme.

Outro avanço veio por iniciativa do Conselho Superior do Cinema, que aprovou o Plano de Diretrizes e Metas para o audiovisual (ANCINE, 2013), guiado pelo objetivo de estabelecer as principais trilhas do audiovisual e os pontos centrais para seu desenvolvimento, com a meta de tornar o cinema do Brasil um dos principais mercados mundiais até 2020. Neste percurso, a política nacional de cinema e audiovisual passa a ser moldada como política de Estado, ou seja, uma política estruturante, sem dependência de gestão governamental para dar continuidade.

Buscando suprir a demanda de geração e conhecimento do setor e também a partir de dados compilados por conta dessas ações, foi criado posteriormente o Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (OCA), importante fonte de dados sobre o setor e desta pesquisa, vinculado à ANCINE (OCA, 2018).

Mais recentemente, em 2019, contudo, com o governo de Jair Messias Bolsonaro, outro ciclo de retrocesso acontece. Mudanças cruciais, cujos impactos ainda não puderam ser contabilizados e estudados, levaram a um desmonte das políticas culturais no país que relembra o período de apagão ocorrido com o fim da Embrafilme. A diferença é que, com a maturidade dos

equipamentos culturais e evolução dos mecanismos de produção, associado também ao fortalecimento das empresas, a produção continua efervescente, sem desmoronar-se diante da dissolução da estrutura de políticas públicas. A primeira medida de reestruturação veio imediatamente após a posse, com a extinção do MinC, sendo ele substituído por Secretaria Especial de Cultura – vinculado ao Ministério da Cidadania recém-criado. Com isso, a ANCINE também foi vinculada ao Ministério da Cidadania. Uma sucessão até mesmo inédita de comando das pastas e órgãos de governo, que atingiu principalmente a ANCINE, também contribuiu para o enfraquecimento.

Outra mudança substancial veio na proibição de as empresas estatais, como a Petrobras – principal financiadora pública do audiovisual no país – poderem investir na cultura por meio das leis de Incentivo. Com isso, festivais de cinema já consolidados, como o Festival do Rio¹³, (RJ), tiveram que recorrer apressadamente a formas alternativas de financiamento, como o *crowdfunding* – tipo de financiamento coletivo - para não interromper seu calendário anual de realização. Já a produção cinematográfica ainda resistiu devido ao FSA, que, entretanto, devido a crises institucionais de denúncias de má-gestão e por discordâncias com o Tribunal de Contas da União (TCU) teve seus recursos paralisados por meses.

3.2. Marcos Legais

As políticas públicas voltadas para o setor audiovisual a partir da década de 1990 podem ser compreendidas a partir de cinco marcos legais principais: (i) Leis de Incentivo (binômio Lei Rouanet e Lei do Audiovisual); (ii) MP da criação da Ancine e da CONDECINE (MP 2.228-1/01); (iii) Lei de criação do FSA (Lei nº 11.437/06); (iv) Lei da TV Paga (Lei nº 12.485/11); (v) Lei que cria o Recine, Cinema Perto de Você e Cinema da Cidade (Lei nº 12.599/12).

3.2.1 Primeiro marco legal: as leis de incentivo

A Lei Rouanet e a Lei do Audiovisual são, usualmente, consideradas pertencentes ao mesmo marco legal para o desenvolvimento do setor audiovisual por causa da proximidade de origem de cada Lei (1991 e 1993, respectivamente) e por pertencerem à mesma lógica estrutural. Ambas preveem suporte estatal ao setor através de mecanismos de incentivo originários de renúncia fiscal, seja por pessoa física ou pessoa jurídica, que decidem aportar capital em determinado projeto, cujo valor é abatido no imposto de renda devido daquele ano. Por isso, ambas as leis

¹³ Sem verba, Festival do Rio investe em crowdfunding:
<https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2019/09/19/sem-verba-festival-do-rio-investe-em-crowdfunding.html>

são definidas como incentivo indireto, já que o Estado não coloca um valor diretamente, nem participa da escolha de qual projeto irá recebê-lo.

A Lei nº 8.313/91, conhecida como Rouanet, instituiu o Programa de Cultura (PROAC) com a finalidade de captar e canalizar recursos para o apoio a projetos culturais a partir de três mecanismos: o Fundo Nacional de Cultura (FNC); o Fundo de Investimento Cultural e Artístico (FICART) e o Incentivo a projetos culturais (Mecenato) (BRASIL, 1991).

O FNC permite que o Ministério ao qual o PROAC esteja vinculado apoie programas, projetos e ações culturais mediante o aporte direto de recursos para fomento. Ou seja, permite que o Estado possa desenvolver a cultura em áreas geralmente ignoradas pelo interesse da iniciativa privada, funcionando como uma complementação do mecanismo de incentivo fiscal – comentado adiante. O fundo financia até 80% do custo total de cada projeto por meio de empréstimos reembolsáveis ou cessão a fundo perdido. O apoio se dá através de convênios, prêmios, subsídio para intercâmbios culturais ou bolsas. Já o orçamento do fundo provém de recursos do Tesouro Nacional, doações e legados, arrecadação de concursos e loterias federais, entre outros.

Os FICARTs, por sua vez, foram concebidos como fundos de investimentos, sem personalidade jurídica. O objetivo era incentivar a participação privada em projetos com vocação comercial, como obras cinematográficas, por exemplo. Dessa forma, os investidores teriam um abatimento parcial do Imposto de Renda (IR), cujo percentual nunca fora estabelecido. Isso, segundo Zubelli (2017), foi um dos fatores que dificultaram sua implementação. Entretanto, ela destaca que teria inspirado a elaboração das regras para a criação dos Funcines ¹⁴(BRASIL, 2006) que reproduz diversos trechos legais do FICART.

O mais difundido e reconhecido instrumento criado pela Rouanet, o incentivo a projetos culturais, conhecido como Mecenato, permite que pessoas físicas ou jurídicas destinem recursos para projetos previamente aprovados, abatendo parcial ou integralmente o valor no IR.

O aporte pode ser realizado por doação e por patrocínio. Os casos em que o abatimento chega a 100% são as atividades culturais que têm menor viabilidade comercial, como trata o artigo 18. Para os projetos com maior possibilidade de retorno comercial, o abatimento será de 80% para

¹⁴ Os Fundos de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional (Funcines) são constituídos na forma de condomínio fechado e administrados por uma instituição financeira credenciada pela Comissão de Valores Imobiliários (CVM). Eles visam investimentos em quatro modalidades: desenvolvimento de projetos, produção, comercialização e exibição de obras audiovisuais brasileiras de produção independente; construção, e reforma das salas de exibição; aquisição de ações de empresas brasileiras do setor; e projetos de infraestrutura. O Funcine foi criado na MP nº 2.228-1/01 e teve última regulamentação pela Lei 11.473/06 (BRASIL, 2006).

pessoas físicas, através de doação, e 60% caso seja feito por patrocínio. Para pessoas jurídicas o abatimento é de 40% como doação e de 30% a título de patrocínio, estabelecido no artigo 25 da lei. Esse valor também pode ser lançado pela empresa incentivadora como despesa operacional, reduzindo o seu lucro líquido e, conseqüentemente, a quantia de imposto a pagar. A diferença essencial entre doação e patrocínio é que este possui finalidade promocional, permitindo ao investidor associar a sua marca ao projeto, por meio de publicidade, cotas de ingressos, entre outros meios, enquanto que a doação proíbe a divulgação do projeto pelo investidor e associação a uma marca ou empresa. Há também limite no total da doação realizada, a qual não pode ultrapassar, no caso de pessoa física, a 6% do total de IR a pagar, e a 4% nos casos de pessoa jurídica (BRASIL, 1991).

Sem dúvida, o fomento indireto via Rouanet para projetos do setor audiovisual foi significativamente mais usado no período de Retomada do cinema brasileiro, em seus primeiros anos de vigência. Isso porque a Lei do Audiovisual, especialmente a partir da introdução do artigo 1º-A, ocorrida em 2007, preencheu algumas lacunas da Rouanet, permitindo, por exemplo, a dedução de até 100% do IR, com benefício de também acrescentar o incentivo como despesa operacional. Atualmente, a Rouanet é mais utilizada no setor audiovisual para captação de recursos para realização de eventos, como mostras e festivais de cinema.

3.2.1.1 Lei do Audiovisual

De forma a alavancar novamente a produção audiovisual no país, pós período da Retomada, foi criada a Lei do Audiovisual, Lei nº 8.685/93, três anos após a Lei Rouanet, uma vez que esta não foi capaz em seus anos iniciais de modificar com alguma expressividade o cenário do setor audiovisual no país, que estava estagnado com uma participação de mercado de aproximadamente 1% (IKEDA, 2015).

A criação de uma Lei específica para o setor trouxe maior compreensão sobre as particularidades de realização de uma obra audiovisual frente a outros tipos de projetos culturais, que movimentam um número grande de outros segmentos de mercado, sobretudo na prestação de serviços e apoio, demanda maior tempo de execução e um volume também maior de investimento. Para exemplificar, um longa-metragem de baixo orçamento pode ultrapassar R\$1 milhão em custos.

Pelo artigo 1º da Lei do Audiovisual (BRASIL, 1993) o doador ou patrocinador passa a ser compreendido de outra forma em comparação com a Rouanet: passa de um mecenas para de fato um investidor. Dessa forma, para atrair altos investimentos, o setor passa a ser encarado como um negócio, trazendo atrativos benefícios para o investidor, que terá um retorno na forma de lucro com participação nos resultados financeiros da obra, incluindo parte da receita de bilheteria, por exemplo, além de abatimento integral no IR, inclusão do valor investido como despesa operacional e vinculação da marca como patrocinadora da obra. Entretanto, deve-se ressaltar a título de direito autoral, que a participação nos resultados financeiros da obra apenas dá o direito de comercialização e não de participação da obra, ou seja, não o torna coprodutor.

Esse direito de comercialização é adquirido na forma de certificado de investimento, por meio de cotas no mercado de capitais, em ativos autorizados e regulados pela Comissão de Valores Imobiliários (CVM).

Nota-se que são criadas algumas condições para que uma obra receba os investimentos, como garantia de primeira exibição em salas de exibição, o que condiz com a priorização de projetos de longas-metragens e com maior valor comercial.

Um novo critério que a Lei do Audiovisual também trouxe está relacionado à contrapartida, exigida dos produtores/proponentes que tiveram projetos autorizados para captação. Ao longo do tempo foram mudadas as regras quanto a este quesito, que já fora de 20% e reduzido para 5% do montante do projeto (e não do valor captado), podendo incluir desde recursos próprios, a recursos de editais ou mesmo outras leis de incentivo.

O artigo 1º-A da Lei do Audiovisual, por sua vez, foi acrescentado em 2006 por intermédio da Lei nº 11.437, que cria o Fundo Setorial do Audiovisual, e autoriza os contribuintes a deduzirem do IR devido o montante de 100% do valor investido na forma de patrocínio a projetos audiovisuais. Ficam as pessoas físicas limitadas a 6% do IR devido e as jurídicas a 4%. No caso de pessoa jurídica é obrigatório que a empresa incentivadora seja tributada no lucro real (BRASIL, 2006).

O mecanismo da aquisição de cota através do CVM não é utilizado no caso do artigo 1º-A da lei, devendo o incentivador optar por um ou outro modelo. Também não é permitido que o valor investido seja lançado como despesa operacional. Por outro lado, o artigo 1º-A autoriza o incentivo para uma ampla gama de formatos audiovisuais, incluindo longa, média e curtas-metragens, telefilmes, obras seriadas, minisséries, entre outros. Já a contrapartida da empresa responsável pelo projeto permanece obrigatória.

São esses dois mecanismos da Lei Audiovisual mais recorrentemente usados pelas empresas produtoras para viabilizar obras audiovisuais e ambos tiveram um prazo máximo de vigência estipulado. Desde 2003, antes mesmo do acréscimo do artigo 1º-A, havia o prazo máximo estabelecido, que foi prorrogado sucessivamente até o final de 2019. Um dos argumentos para que isso ocorra é que a renúncia fiscal via Lei do Audiovisual é pequena se comparada

participação do setor na economia nacional. Em 2017, ela foi responsável por 0,1% de toda a renúncia fiscal¹⁵.

3.2.2 Segundo marco legal: a criação da Ancine e da CONDECINE

Como visto, com a Lei Rouanet e a Lei do audiovisual, a produção audiovisual brasileira encontrou mecanismos para retomar o fôlego e encarar novamente a disputa de mercado com os filmes estrangeiros, além de movimentar indiretamente diversos outros segmentos da economia. Contudo, para implementar efetivamente uma política nacional de desenvolvimento do audiovisual faltava estrutura e base para esse aguardado crescimento, cuja lacuna ficou aberta desde o fim da Embrafilme, no início da década de 1990. Para isso, foi criado um órgão federal específico para o setor, baseado no modelo de agências reguladoras, acrescido de atributos de fiscalização e fomento.

Contudo, diferentemente de outras agências reguladoras, a Ancine foi criada a partir de uma Medida Provisória, nº 2.228-1/01 (BRASIL, 2001). Em seu cerne, a Ancine trazia o debate acerca dos princípios de uma política nacional para a cultura, que englobaria, por exemplo, questionamento se seus atributos culturais são também compatíveis com os princípios de uma indústria e, conseqüentemente, qual Ministério era mais qualificado para abrigar a Agência. Essas discussões à época foram determinantes para direcionar o perfil de políticas públicas que seriam formuladas para o setor.

Nesse novo momento de política cultural no país, o modelo institucional era fortalecido ainda pelo Conselho Superior de Cinema (CSC), órgão colegiado responsável pela formulação da política nacional de cinema, e pela Secretaria do Audiovisual (SAv), a quem compete a formação, regionalização, difusão não comercial, democratização do acesso ao audiovisual, entre outras atribuições, além de ser responsável também por diversos editais de fomento.

A Secretaria do Audiovisual conta com duas unidades atualmente: o Centro Técnico Audiovisual (CTAv), no Rio de Janeiro, e a Cinemateca Brasileira, em São Paulo. Possui ainda como competência a fiscalização da execução das metas firmadas junto à Ancine.

A MP também criou a Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional (CONDECINE), que incide uma cobrança sobre a veiculação, produção licenciamento

¹⁵ Prorrogação da Lei do Audiovisual em pauta no Senado: <https://www.ancine.gov.br/pt-br/sala-imprensa/noticias/prorroga-o-da-lei-do-audiovisual-pauta-no-senado>

e distribuição de obras audiovisuais com fins comerciais, bem como sobre o pagamento, o crédito, emprego, remessa ou entrega aos produtores, distribuidores ou intermediários no exterior. Parte do orçamento do audiovisual, portanto, é composto pela taxaço do próprio setor, já que a CONDECINE é destinada a compor fundos como o FSA.

Ela é dividida entre as modalidades Título, Teles e Remessa (BRASIL, 2001). A cobrança da CONDECINE Título é realizada sobre a exploração comercial das obras e incide conforme o segmento de mercado a que se destina a obra, duração, se caracteriza conteúdo publicitário ou não, e se é seriada ou não, e realizada a cada cinco anos no caso de obra não publicitária e a cada 12 meses para obras publicitárias.

A CONDECINE Teles é cobrada de concessionárias, permissionárias e autorizadas de serviços de telecomunicações e é recolhida anualmente, incidindo sobre os produtos licenciados. Já a Remessa incide uma alíquota de 11% sobre a remessa ao exterior de importâncias relativas a rendimentos decorrentes da exploração de obras cinematográficas e videofonográficas, ou por sua aquisição ou importação. Ficam isentas do pagamento as distribuidoras e programadoras que aplicarem o valor correspondente a 3% das remessas internacionais em projetos de produção brasileira independente aprovados pela Ancine, o que as tornam coprodutoras.

3.2.3 Terceiro marco legal: a criação do Fundo Setorial do Audiovisual

Criado em 2006 pela lei nº 11.436, o Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) é um mecanismo de fomento direto, pelo qual o Estado analisa e seleciona, segundo mérito e critérios estabelecidos, os projetos de audiovisual que irão receber os recursos (BRASIL, 2006). O FSA é uma categoria de programação específica do Fundo Nacional de Cultura (FNC), destinado ao desenvolvimento articulado de toda a cadeia produtiva do audiovisual (FSA, 2019a). O orçamento do Fundo é constituído principalmente de recursos provenientes da CONDECINE. A Ancine é a responsável pela secretaria executiva do FSA.

O FSA é criado em um momento político que coloca a produção cultural como vetor estratégico de desenvolvimento, com objetivo de fortalecer e modernizar o audiovisual no país de forma descentralizada, através de intervenção direta do Estado, com incremento também aos conteúdos de produção independente para o segmento de televisão. Para isso, atua diretamente em gargalos específicos, em linhas de ação que visam áreas como comercialização, programação, distribuição, entre outras.

Os projetos são selecionados, de acordo com as linhas de ação estabelecidas, através do Comitê Gestor do FSA (CGFSA) por meio de chamadas públicas de fluxo contínuo, de concurso ou seleção de suporte automático por pontuação de desempenho comercial. O Comitê também define o plano anual de investimentos e é responsável pelo credenciamento das instituições financeiras que vão operacionalizar as ações do FSA. As linhas de ação foram inicialmente subdivididas em A, B, C e D, abrangendo o **PRODECINE** – Programa de Apoio ao

Desenvolvimento do Cinema Brasileiro – e o **PRODAV** – Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Audiovisual Brasileiro (FSA, 2019b; PRODAV, 2014), da seguinte forma:

Linha A: PRODECINE (Produção)

Representada pelo Prodecine, seleciona propostas de produções de longa-metragem, de produtoras independentes, com destinação inicial às salas de exibição. Visa a contratação de operações financeiras, exclusivamente na forma de investimento.

Linha B: PRODAV (Produção para a TV)

Representada pelo Prodav, é voltada para o fomento à produção de obras audiovisuais destinadas ao mercado de televisão, incluindo formato seriado, não seriado, e núcleos criativos, e para os segmentos de televisão aberta e por assinatura, salas de exibição e vídeo por demanda, visando à contratação de operações financeiras, exclusivamente na forma de investimento. Os núcleos criativos devem apresentar propostas de produção de conteúdo no modelo de carteira de projetos, podendo incluir obras seriadas e não seriadas. Atualmente, o segmento de vídeo por demanda recebe apoio via FSA como janela inicial apenas através dos núcleos criativos.

Linha C: PRODECINE 2 (Aquisição dos direitos de distribuição)

Representada pelo Prodecine, fomenta a produção de obras de longa-metragem, via distribuidora. As propostas são apresentadas por meio de distribuidoras brasileiras independentes, visando à contratação de operações financeiras, exclusivamente na forma de investimento.

Linha D: PRODECINE 3 (Comercialização)

Representada pelo Prodecine, é direcionada à comercialização de obras de longa-metragem, com seleção para exploração em todos os segmentos de mercado, mas com destinação inicial em salas de exibição e visando à contratação de operações financeiras, exclusivamente na forma de investimento. Também engloba seleção por coprodução com países que possuem acordo específico com o Brasil para desenvolvimento de projetos de produção independente.

As quatro linhas permaneceram ativas de 2008 até 2010 e nenhuma chamada pública foi realizada em 2011, ano de transição de governo que culminou em consequentes revisões nos processos do MinC. Já em 2012 as chamadas públicas retornaram e em 2013 foram acrescentadas diversas linhas ao PRODECINE E PRODAV, divididas em dois eixos/objetivos principais: produção e comercialização, e desenvolvimento.

Com isso, o PRODAV deixa de ser linha B e ganha atuação através de inúmeras linhas criadas em sucessão (PRODAV, 2014). Nesse contexto de expansão também está o lançamento do

Plano de Diretrizes e Metas para o Audiovisual (PDMA), realizado a partir de estudo de mercado com previsão de metas para até 2020, de acordo com as demandas apontadas (ANCINE, 2013).

Atualmente, as linhas do PRODECINE e do PRODAV se resumem da seguinte forma:

Tabela 3: Linhas de atuação do PRODECINE e do PRODAV

LINHA DE AÇÃO	OBJETIVO	DESTINO DE INVESTIMENTO DO FSA
Prodecine 01	Produção	Aporte na produção de longas-metragens
Prodecine 02	Produção	Aporte na produção via distribuidoras
Prodecine 03	Comercialização	Comercialização
Prodecine 04	Produção	Complementação à produção
Prodecine 05	Produção	Aporte na Produção de Longas-Metragens com Propostas de Linguagem Inovadora e Relevância Artística
Prodecine 06	Produção	Coprodução América Latina
Prodecine 07	Produção	Coprodução Argentina - Brasil
Prodecine 08	Produção	Coprodução Portugal-Brasil
Prodecine 09	Produção	Coprodução Uruguai-Brasil
Prodecine 10	Produção	Coprodução Chile-Brasil
Prodecine 12	Produção	Coprodução México-Brasil
Prodav 01	Produção	Produção independente de audiovisual para televisão
Prodav 02	Produção	Produção independente pré-selecionada por canal de televisão aberta ou fechada
Prodav 03	Desenvolvimento	Núcleos criativos
Prodav 04	Desenvolvimento	Laboratórios de desenvolvimento
Prodav 05	Desenvolvimento	Desenvolvimento de projetos
Prodav 06	Suporte Automático	Desempenho comercial
Prodav 07	Suporte Automático	Desempenho artístico
Prodav 08	TV's Públicas	Produção de conteúdo para TV's Públicas - Norte
Prodav 09	TV's Públicas	Produção de conteúdo para TV's Públicas – Nordeste
Prodav 10	TV's Públicas	Produção de conteúdo para TV's Públicas – Centro-Oeste
Prodav 11	TV's Públicas	Produção de conteúdo para TV's Públicas – Sudeste
Prodav 12	TV's Públicas	Produção de conteúdo para TV's Públicas - Sul
Prodav 13	Desenvolvimento	Renovação Núcleos Criativos
Prodav 14	Produção	Jogos eletrônicos

Fonte: FSA.

Elaboração própria.

A responsabilidade de administrar e movimentar os recursos financeiros do FSA fica por conta dos agentes financeiros credenciados. Atualmente, são credenciados o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), a Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP), a Caixa Econômica Federal e o Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul (BRDE), e cada um deles é responsável por linhas de ação distintas.

Outro mecanismo via FSA são os chamados mecanismos automáticos, que destinam recursos às empresas de forma seletiva, como complemento, baseados em critérios quantitativos. Com isso, todos os projetos que atendam determinados critérios – que costumam sofrer alterações-, estabelecidos previamente por edital, estarão aptos ao recebimento dos recursos.

São dois os principais mecanismos automáticos: o Prêmio Adicional de Renda (PAR) (ANCINE, 2018a), e o Prêmio Adicional de Qualidade ¹⁶(PAQ) (ANCINE, 2018b). Através deles, os produtores de filmes brasileiros recebem recursos por desempenho comercial de bilheteria e por mérito artístico.

A regionalização é igualmente uma importante via dos investimentos do FSA, que ganhou maior centralidade na política audiovisual com o programa Brasil de Todas as Telas (ANCINE, 2013), formulado pela Ancine em parceria com o MinC, para impulsionar a expansão do mercado através da regionalização da produção setorial e universalizar o acesso às obras brasileiras. Para isso, o fundo conta com uma linha conhecida como “Arranjos Regionais” (ANCINE, 2017b), em que são aplicados recursos em editais dos estados e municípios.

No caso do Espírito Santo, o primeiro edital de co-investimento da parceria do FSA com o Fundo de Cultura do Estado do Espírito Santo (Funcultura) foi lançado em 2019 com um recurso total de R\$11,9 milhões, pelo qual o FSA aplica até quatro vezes o valor do ente local, ou seja, a cada R\$ 1 colocado por um órgão do estado via este edital, o FSA coloca outros R\$ 4. Os editais são geridos pelo ente local, no caso a SECULT/ES.

Esta é a aplicação do maior volume já captado para o setor no Estado e possibilitou contemplar 14 áreas da produção audiovisual no estado: Curta de Animação; Curta de Ficção; Curta-Documentário, Cineclubismo, Desenvolvimento de Projetos de Audiovisual, Projetos Setoriais, Finalização, Longa-Documentário, Longa-Metragem de Ficção/Animação, Série documental para TV, Série Ficção/Animação para TV, Desenvolvimento de Projetos para TV, Núcleo Criativo de Projetos e Comercialização.

Todavia, não é somente o potencial comercial que norteia os investimentos do fundo, o qual deve destinar cotas de investimento de 30% dos recursos para as regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste (CONNE); 10% para contemplar conteúdos destinados, prioritariamente, aos canais de televisão pública (comunitários, educativos, culturais e universitários); e, devido a uma decisão do CGFSA, 10% aos estados do Espírito Santo, Minas Gerais e da região Sul, que formam o

¹⁶ O PAQ teve a sua última edição em 2014 e atualmente foi substituído pelo SUAT – Prodav 06 e 07.

Fórum Audiovisual Minas Gerais, Espírito Santo e Sul/Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul (FAMES).

3.2.4 Quarto marco legal: Lei da TV Paga

No eixo da programação e exibição, a Lei nº 12.485 de 2011, Lei da TV Paga, instituiu um marco regulatório para o segmento de TV por assinatura no Brasil, dispondo sobre cotas de conteúdo de produção independente obrigatório para os canais de comunicação de acesso condicionado, ou seja, aqueles cujo conteúdo é acessado exclusivamente por assinatura (BRASIL, 2011). Até então, a regulação era feita exclusivamente sobre a exibição cinematográfica via cota de tela.

A lei da TV Paga instituiu dois tipos de reserva de mercado para o conteúdo nacional: a Cota de Tela de Programação e a Cota de Tela de Empacotamento. A primeira obriga os canais de TV paga de espaço qualificado a exibir 3h30 de conteúdo audiovisual produzido por empresas independentes brasileiras em sua programação semanal em horário nobre, e a segunda estabelece que a cada três canais de espaço qualificado ofertados nos pacotes aos assinantes deve ser incluído ao menos um canal brasileiro de espaço qualificado (BRASIL, 2011).

Além disso, outras medidas foram regulamentadas em resposta à demanda dos consumidores, como o limite de duração em 25% da programação para comerciais – mesmo limite exigido na TV Aberta-, maior clareza sobre os canais ofertados nos pacotes e obrigatoriedade de detalhar com ao menos sete dias de antecedência a programação veiculada em cada canal.

O objetivo é ampliar a circulação de conteúdo diversificado e independente, principalmente nacional, em canais de espaço qualificado (aqueles que, em horário nobre, veiculem majoritariamente conteúdo que não sejam religioso, esportivo, jornalístico, etc), bem como aumentar a competitividade para os segmentos de produção e programação e estimular a concorrência. Para isso, a Lei também reduziu as barreiras de entrada no mercado de empacotadoras e programadoras e permitiu que as concessionárias de telefonia utilizassem suas redes para fornecer serviços de TV Paga.

A lei também foi importante por limitar o crescimento vertical do setor e a propriedade cruzada, impedindo, por exemplo, que empresas atuantes em determinado segmento, como produção, programação, empacotamento, distribuição, exerçam atividade nos demais. Ou seja, uma mesma empresa não pode atuar como produtora de conteúdo e ser controladora de empresa programadora ou distribuidora simultaneamente.

A regulação também uniformiza o setor de TV por assinatura frente ao processo de convergência tecnológica. Antes da lei, as diferentes modalidades de tecnologia de transmissão, como satélite, micro-ondas e cabo ótico, eram normatizadas ou reguladas por decretos, leis ou portarias distintos (ZUBELLI, 2017).

O artigo 41 da lei prevê o término da vigência da cota de tela para TV paga em 12 anos a partir da sua promulgação, prazo que encerra, portanto, em setembro de 2023. Por conta de seu dever regulatório, é a Ancine que fiscaliza a execução do cumprimento da Lei da TV Paga.

3.2.5 Quinto marco legal: Programa Cinema Perto de Você

Gerido pela Ancine com recursos do FSA, o programa Cinema Perto de Você, instituído pela lei nº 12.599 de 2012, foi criado para acelerar a ampliação do parque exibidor e modernizar o mercado interno de cinema. Ele está dividido em cinco eixos de ação: Linha de crédito e investimento; Projeto Cinema na Cidade (PCC); Medida de Desoneração Tributária (RECINE); Sistema de Controle de Bilheteria (SCB); e Digitalização do Parque Exibidor (BRASIL, 2012).

Articulados, esses eixos colaboram com o desenvolvimento da infraestrutura de cinema por meio de mecanismo diferente das demais ações financiadas pelo FSA, que são regidas por seleção de editais, fluxo contínuo, concursos, etc. No caso do Cinema Perto de Você o financiamento é realizado por meio de empréstimo ou investimento, contribuindo também para a expansão regional do parque exibidor, com construção de cinema em cidades tanto pequenas como médias e grandes. Em 2018 a digitalização, impulsionada pelo programa, alcançou 100% do parque exibidor (ANCINE/OCA, 2019a).

3.3. Associações e entidades de classe

As associações e entidades de classe do audiovisual são muitas, sendo que algumas reúnem as produtoras, e outras os profissionais, e, por vezes, apenas uma parcela deles. Portanto, neste estudo são enumeradas as mais importantes ou relevantes e que têm associados do Espírito Santo. São elas: BRAVI e Cinema do Brasil.

A BRAVI é o Brasil Audiovisual Independente, que reúne 656 empresas de todas as regiões do país, sendo sete delas do Espírito Santo. Os principais objetivos da entidade são auxiliar no desenvolvimento do setor, representar o setor em debates e fóruns, incentivar a produção e a inovação, oferecer capacitação e apoiar a presença das produtoras nacionais no mercado internacional (BRAVI, 2018). Para este último, ela realiza o evento Rio2C (antigo *Rio Content Market*) - a principal feira de mercado do setor na América Latina - e o projeto *Brazilian Content*, um programa de exportação dos produtos audiovisuais nacionais em parceria com a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex).

O Cinema do Brasil (2018), um programa de exportação implementado pelo Sindicato da Indústria Audiovisual do Estado de São Paulo (SIAESP, 2018), promove a participação dos filmes nacionais em festivais no exterior e o contato das produtoras com curadores, agentes de vendas, entre outros elementos importantes para o desenvolvimento do setor. São duas empresas capixabas associadas. O programa também tem parceria com a Apex. Uma diferença importante entre a BRAVI e o Cinema do Brasil é que o segundo se destina apenas aos projetos de cinema, enquanto o primeiro tem um foco especial em produções televisivas.

Nacionalmente, também é relevante a atuação do Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), com seus estudos da cadeia produtiva e guias para o setor (SOLEDADE, 2015), além dos incentivos às chamadas missões, em que o Sebrae apoia a ida de produtores a eventos de mercado e o crescente estímulo à economia criativa.

O Serviço Social do Comércio (Sesc-ES) também tem uma atuação importante nacionalmente, com, inclusive, a manutenção de salas de cinema e mostras de cinema e investimento em formação. No estado, o Sesc-ES (2019) mantém duas salas de cinema na unidade do Sesc Glória, no Centro de Vitória, e produz uma mostra anual em cooperação com o Sesc Nacional, a Mostra Sesc de Cinema, além de manter o Ciclo de Formação em Cinema e um laboratório multimídia utilizado em oficinas, cursos e grupos de estudo. A formação de público também acontece através de projetos, como o “A escola vai ao cinema” que leva estudantes das redes de ensino público e privado para as salas de cinema. A atuação do SESC também se estende ao licenciamento de filmes, cujos filmes inscritos participam de seletivas locais e nacionais e, caso aprovados, entram para o circuito de exibição do Sesc e o realizador recebe incentivos pela obra licenciada.

Ainda na esfera pública, mas com viés apenas de fomento, destacam-se instituições como a Petrobras e o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES). A primeira teve historicamente como linha prioritária de atuação o Audiovisual, por meio, principalmente de patrocínio (Lei do Audiovisual), em que apoia a manutenção de salas de exibição, a produção de filmes e a realização de festivais de cinema. Contudo, em 2019, no governo de Jair Bolsonaro, a Petrobras ficou impedida de investir no campo cultural, deixando a sociedade sem muitas respostas sobre o futuro dos investimentos da estatal e, do mesmo modo, como as produções e festivais que já contavam com o aporte realizariam suas atividades. Já o BNDES se destaca pela atuação via investimento. O Banco, através de suas linhas de financiamento como Finem de projetos culturais e o ProCult, ajuda no fortalecimento da cadeia produtiva do setor, em especial, da produção de animação e na estruturação de empresas produtoras para composição de carteira de projetos. Em 2019, o Banco anunciou uma nova modalidade de financiamento para as produções culturais. É o Programa Matchfunding de Cultura¹⁷, uma iniciativa-piloto pioneira de financiamento a projetos de patrimônio material ou imaterial, baseada no modelo de *crowdfunding* (vaquinha online). Buscando o engajamento da sociedade nas decisões sobre os investimentos, os projetos inscritos vão ser eleitos de forma online pelo público, onde os selecionados poderão receber até R\$300 mil, sendo que a cada R\$ 1,00 doado pela vaquinha,

¹⁷ Ver mais em: [https://agenciadenoticias.bndes.gov.br/detalhe/noticia/BNDES-dara-R\\$-2-para-cada-R\\$-1-doador-em-programa-de-financiamento-coletivo-a-projetos-culturais](https://agenciadenoticias.bndes.gov.br/detalhe/noticia/BNDES-dara-R$-2-para-cada-R$-1-doador-em-programa-de-financiamento-coletivo-a-projetos-culturais)

o banco aportará R\$ 2,00. O objetivo é beneficiar projetos pequenos, de até R\$30 mil, que não costumam entrar na carteira de programas maiores de investimentos.

3.3.1 Entidades de classe e instituições locais

Entre as associações que reúnem os profissionais do setor, destaca-se a ABD Associação Brasileira de Documentaristas e Curta-metragistas (ABD Nacional), que congrega as ABD's de cada estado e o Congresso Brasileiro de Cinema (CBC), por conta de sua importância histórica. O CBC teve grande protagonismo nas proposições políticas no período entre o fechamento da Embrafilme e a criação da Ancine. Foi em seu terceiro congresso, inclusive, no final dos anos 90, que houve a resolução da criação do que veio a ser a Agência e o Fundo Setorial do Audiovisual. A ABD Capixaba é a principal associação de representação de classe no estado, fundada nos anos 2000. Ao longo dos seus quase 20 anos de existência, ajudou a reorganizar e valorizar o cinema produzido no Espírito Santo e é a única entidade representativa do audiovisual a compor o Conselho Estadual de Cultura (ABD CAPIXABA, 2018).

É no Conselho Estadual de Cultura (CEC) que se normatiza, delibera e responde as demandas criadas pela sociedade; também é nele que os representantes do setor podem apresentar essas demandas. Sua composição é formada também por representantes das microrregiões do estado, de forma a consolidar a política cultural em todo estado. A relevância do CEC chama atenção do setor principalmente no período em que são definidos os valores e a divisão dos editais estaduais de cultura do Fundo Estadual de Cultura (Funcultura), pois é através deles que os valores e as regras são apresentados.

No último governo de Renato Casagrande, em 2019, a pasta de cultura do estado sofre uma reestruturação, quando é criada a Gerência de Economia Criativa, concentrando ações mais globais de desenvolvimento das cadeias produtivas dos setores da cultura, ampliando-as para o entendimento da cultura como negócio e pertencimento (SECULT, 2019).

No estado, também está presente o Sindicato da Indústria Cinematográfica do Estado do Espírito Santo (Sinaes), criado em 2015 e vinculado à Federação das Indústrias do Espírito Santo (FINDES). Atualmente, as principais pautas levantadas pelo sindicato são a Lei de Promoção, Fomento e Incentivo à Indústria Audiovisual no Estado do Espírito Santo, a fim de instituir um Polo Audiovisual no estado e regulamentar projetos de desenvolvimento, produção, difusão e comercialização de obras audiovisuais apresentados por empresas capixabas (SINAES, 2018).

Ainda incipiente no estado é a formação de coletivos e associações que representam a classe ou parte dela ou, até mesmo, a chegada de entidades nacionais com secção no estado. Enquanto, no país, efervescem associações como a Associação dos Profissionais do Audiovisual Negro (APAN), ou o Coletivo das Diretoras de Fotografia do Brasil (DAFB) e também o fortalecimento dos sindicatos de classe como o Sindicato dos Trabalhadores na Indústria Cinematográfica e do Audiovisual (Sindicine) e o Sindicato Interestadual dos Trabalhadores na

Indústria Cinematográfica e do Audiovisual (STIC), no Espírito Santo, destaca-se um movimento mais conectado à juventude, como a criação do Coletivo Damballa, um coletivo de produção cinematográfica formado por jovens cineastas negros e negras capixabas, se propõe a ser um território para encontros e realizações cinematográficas, além de espaço de discussão sobre a inserção do profissional negro e suas obras no cenário nacional (GELEDÉS, 2018).

A Universidade Federal do Espírito Santo tem, na sua grade de cursos, desde 2010, a graduação em Cinema e Audiovisual vinculado ao departamento de Comunicação Social e também ao Centro de Artes. A graduação de quatro anos tem 30 vagas e forma bacharéis capazes de trabalhar no audiovisual sem especificação. Esse é o primeiro curso de graduação de Cinema do estado e favoreceu a formação especializada destinada ao setor nos últimos anos. A Ufes também conta com um cinema, o Cine Metrópolis, que se propõe a ser uma sala de viés cineclubista e, até por não ter pretensões lucrativas, se apresenta como uma possibilidade de exibição de filmes com menos apelo popular.

Além do curso de graduação, no estado são ofertados os cursos técnicos em Rádio e TV e Multimídia oferecidos pelo Centro Estadual de Educação Técnica Vasco Coutinho, em Vila Velha, vinculado à Secretaria de Estado da Ciência, Tecnologia, Inovação e Educação Profissional (Secti). O curso técnico em Rádio e TV tem duração de um ano e meio a dois anos e oferece 90 vagas divididas pelos três turnos. Ao final do curso, o aluno pode requerer seu registro de DRT (Delegacia Regional do Trabalho) pelo Sindicato de Radialistas. O profissional formado estará apto para trabalhar como operador de câmera, de áudio, como editor de imagens e de som, além de outras funções técnicas do audiovisual. Já no curso técnico de Multimídia, com duração de um ano, visa formar profissionais capazes de atuar no desenvolvimento de projetos multimídia de comunicação audiovisual voltados para vídeos, sons, animação 2D e 3D, arte e design, entre outras.

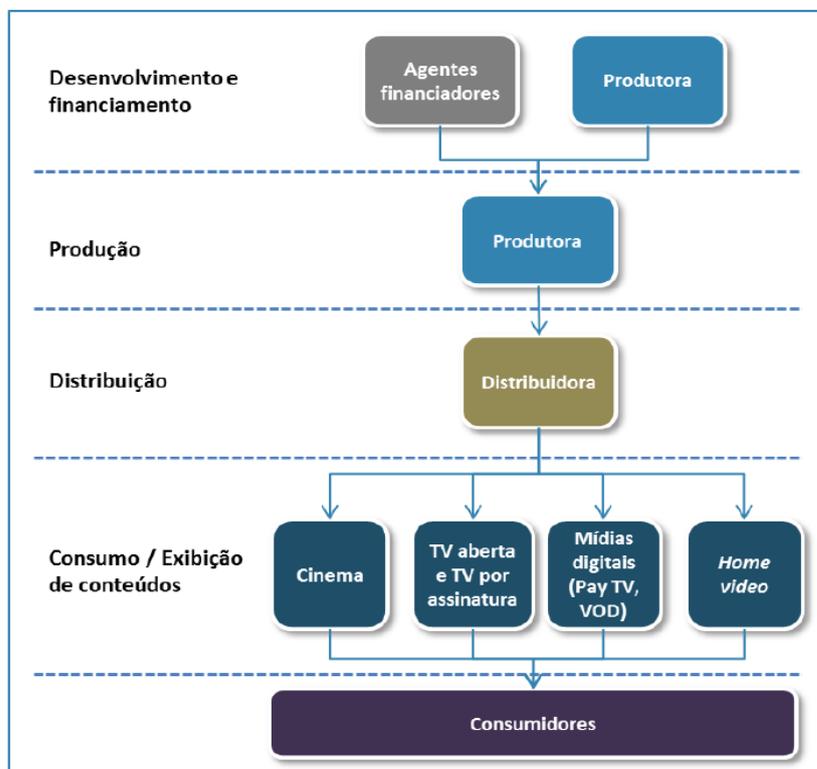
4. Cadeia produtiva do Audiovisual

Uma cadeia produtiva é um conjunto de etapas sequenciais, sob as quais se articulam todo o desenvolvimento do produto, desde o processamento dos insumos básicos até a consecução final, incluindo também a sua circulação, que depende da distribuição e comercialização.

Por ser um setor dinâmico, em constante transformação e diretamente ligado às inovações tecnológicas, a organização da cadeia produtiva do cinema e audiovisual também reflete as mudanças sociais ocorridas. Ao longo da sua evolução, como o advento do cinema falado, da televisão, dos aparelhos domésticos de reprodução, da internet e do cinema digital, por exemplo, e mais recentemente, dos serviços de *streaming*, novos agentes foram mobilizados nessa estrutura.

Neste estudo, a cadeia produtiva do setor é apresentada de acordo com as etapas de realização de seus produtos, com base no modelo desenvolvido pela Apro/Sebrae (2015). Cada uma das cinco fases requer atenção especial, pois envolve diferentes agentes e diversos profissionais.

Figura 2: Cadeia produtiva do Audiovisual



Fonte: Apro/SEBRAE.

A primeira fase é a de desenvolvimento e financiamento do projeto, que envolve dois agentes, principalmente. O desenvolvimento é a transformação de uma ideia ou argumento em um roteiro e em um projeto completo, com o qual é possível visualizar a estética proposta, o público-alvo, as motivações para a realização do filme, o orçamento e o cronograma, além de outras demandas a depender do tipo de obra a ser realizada. Para esta etapa já se prevê a obtenção de financiamento, seja público ou privado, pois nela já são contratados profissionais para executar o projeto, o qual deve apresentar também a garantia de que é viável.

Os agentes envolvidos são os financiadores, que podem ser particulares/privados ou públicos, nacionais ou internacionais; e as empresas produtoras e coprodutoras, que podem ser mais de uma ou única, e também podem ser nacionais ou internacionais. No que tange aos profissionais envolvidos nessa etapa, a quantidade e quais são dependem do tipo e objetivo do projeto. Geralmente, são contratados roteirista (s), produtor executivo, produtor (es) e, em alguns casos, captador (es) de recursos/agenciadores e tradutores.

O financiamento pode advir de diversas fontes, sendo que as mais utilizadas são: financiamento privado via leis de incentivo (mecenato, patrocínio, investimento); financiamento privado sem leis de incentivo (patrocínio, investimento, entre outros); financiamento público direto (editais com prêmios, chamamento público para investimento); financiamento coletivo (*crowdfunding*); financiamento por meio de fundos, como os funcines¹⁸, por exemplo, e até mesmo com os próprios recursos.

Com o projeto pronto e o financiamento garantido, é iniciada a segunda etapa, que consiste na produção do filme, onde estão envolvidas a empresa produtora e a coprodutora, quando há. Essa etapa consiste em preparar, produzir e pós-produzir a obra. Isto é, no caso de uma ficção, por exemplo, contratar equipe técnica, escolher cenário, locações, estúdio cinematográfico, definir a logística, incluindo fornecedores de equipamentos, transporte, alimentação de equipe, estadias, montagem e desmontagem das locações, etc.

Antes de iniciar a filmagem há ainda o trabalho de seleção de atores, que pode necessitar de diversos testes e preparações, bem como as atividades desenvolvidas pela equipe de arte, que necessita de pesquisa, desenvolvimento de figurino, seleção de peças irão compor as cenas, entre outros. Na filmagem também são requisitados um número alto de profissionais, bem como de infraestrutura. Em locais que possuem *film commission*, o trabalho de logística e filmagem podem ser facilitados com apoio, desde na seleção de locações, até disponibilização de estúdios e recomendações para contratação de equipe local. No Espírito Santo, a *film commission* estadual está em etapa de planejamento pela Gerência de Economia Criativa da Secult.

Com a filmagem completa realizada, o filme passa pelas equipes de pós-produção, que inclui montagem, edição, mixagem de som, colorização e finalização. Nessa etapa são requisitados profissionais especializados e tecnologias de ponta, tendo a opção de alugar laboratórios e equipamentos de pós-produção.

Com a obra pronta, as etapas posteriores estão interligadas: a distribuição leva à exibição e ao consumo. Dependendo do circuito de exibição planejado, também são acrescentados serviços de dublagem e legendagem.

Na distribuição, a obra já pronta é oferecida e trabalhada pela distribuidora ou pelo agente de vendas para chegar à exibição, seja pela TV, cinema ou *streaming*, e alcançar o maior público

¹⁸ Os Funcines são Fundos de Valores Mobiliários, ou seja, fundos de investimento cujos produtos são filmes, séries e projetos de infraestrutura.

possível. A exploração comercial da obra envolve uma questão sensível que é o licenciamento. O contrato de licenciamento estabelece as condições contratuais básicas das estratégias de circulação (quem exhibe, por quanto tempo, qual periodicidade), os direitos patrimoniais relativos ao domínio da obra e as questões acerca dos resultados da sua exploração comercial. Antigamente era comum que os contratos cedessem os direitos de exploração da obra para a distribuidora ou programadora por períodos acima de 50 anos, por exemplo, chegando a até 100 anos. Para proteger as produtoras brasileiras independentes nesse quesito, a Ancine disciplinou as condições para negociação, através de uma deliberação incluída no regulamento da PRODAV, para que a empresa produtora não perdesse seus direitos majoritários nem o poder dirigente sobre a obra.

Nessa etapa, portanto, estão envolvidos todos os componentes do parque exibidor, incluindo programadoras, empacotadoras, canais de TV Paga e de TV Pública, salas de cinema, *streaming*, mostras, festivais, cineclubes e home vídeo (*DVD e Blu-ray*).

Em todos os processos existe uma infraestrutura básica envolvida. No caso da televisão por assinatura, existem as operadoras, que podem utilizar a tecnologia por cabo, por satélite ou por micro-ondas para captarem e distribuírem o sinal das emissoras. Já o *home vídeo* envolve o comércio varejista e o aluguel de DVD, *Blu-ray* e similares - atividade que já foi mais essencial para o acesso à produção cinematográfica e hoje se encontra em declínio.

Esse mercado de exibição, entretanto, se encontra em plena transformação e expansão com a proliferação de alternativas de exibição de conteúdo, como é o caso dos canais de *streaming*, que ampliam o acesso do público pelas plataformas de VoD e, por vezes, reduzem os custos para os consumidores, além de proporcionar maior autonomia de escolha de consumo e fruição para o usuário.

Esses são componentes primordiais para que o setor exista, mas não estão diretamente conectados com a produção criativa do setor. Logo, é possível compreender as empresas produtoras, pós-produtoras, distribuidoras, exibidoras, programadoras e televisivas como componentes de uma cadeia criativa do audiovisual; e as empresas operadoras, comerciantes e de aluguel como componentes de uma cadeia não-criativa, mesmo que essencial.

4.1. Breve panorama do cinema mundial e nacional

A indústria do audiovisual movimenta mais de U\$ 400 bilhões de dólares por ano, segundo o *European Audiovisual Observatory* (2015). Somente de bilheteria, os filmes lançados em países de todo o mundo arrecadaram um total de U\$40.6 bilhões em 2017 (MOTION PICTURE ASSOCIATION OF AMERICA, 2018). Os consumidores gastaram U\$47.8 bilhões em compras de entretenimento audiovisual doméstico digital e físico (*Streaming*, TV a cabo, DVD) durante o mesmo ano pelo mundo. É um setor que gera milhares de empregos diretos e indiretos e seus produtos estão cada vez mais presentes no cotidiano das pessoas.

Durante os mais de 100 anos desde a sua invenção, o cinema se difundiu pelo mundo e se modernizou, ganhou cores, som e perspectiva (cinema 3D), saiu da era analógica e chegou à digital. Ganhou novos conceitos e, junto com a televisão, o vídeo, as plataformas de difusão e outros tantos elementos, compõe o campo do audiovisual.

Embora inventado na França pelos irmãos Lumière no final do século XIX, o cinema se firmou como indústria do entretenimento em *Hollywood*, nos Estados Unidos, um local de concentração de empresas e estúdios cinematográficos que se tornou referência para megaproduções. Contudo, as maiores indústrias do cinema, em número de produções, encontram-se atualmente na Índia, *Bollywood*, e na Nigéria, *Nollywood*.

A América Latina¹⁹, por sua vez, é uma região que ainda está em crescimento no setor: produz cerca de 570 longas-metragens por ano e gera U\$ 3.4 bilhões como receita de bilheteria. Embora apresente a menor arrecadação entre as regiões, foi a que mais cresceu em relação ao ano de 2016. Somente o Brasil aumentou em torno de 15% em valores de bilheteria em 2016, se tornando o 11º país no *ranking* de arrecadação.

Esse vigor no crescimento da indústria do audiovisual no Brasil pode ser comprovado também com o Estudo sobre Valor Adicionado pelo Setor Audiovisual Brasileiro realizado pela Ancine/OCA referente ao ano-base de 2014, que estimou que o setor do audiovisual adicionou R\$24,5 bilhões de reais à economia brasileira, uma fatia equivalente a 0,54% do PIB brasileiro, enquanto que em 2007 o segmento injetava R\$ 8,7 bilhões correntes (ANCINE/OCA, 2016a). A participação do setor está, inclusive, à frente das indústrias farmacêutica e têxtil, por exemplo. Em termos reais de variação, a evolução do setor atingiu um crescimento contínuo de 8,8% entre 2007 e 2014.

Grande parte dos quase R\$ 2,6 bilhões de reais gerados pelo cinema em venda de ingressos no Brasil em 2016, como mostra a Tabela 4, está relacionada aos 315 longas-metragens estrangeiros lançados no país, em especial aos norte-americanos, que foram 17 dos 20 filmes mais vistos (ANCINE/OCA, 2016b). Os longas-metragens nacionais totalizaram pouco mais de R\$ 362 milhões de bilheteria, o que resulta em R\$ 2,6 milhões de média, se divididos pelos 142 títulos lançados em 2016 (Tabela 4). Dez anos antes, em 2006, esse total era menos da metade, com 71 filmes.

¹⁹ O Motion Picture Association of America divide nas suas pesquisas o mundo em quatro grandes regiões: Europa, Oriente Médio e África; Ásia-Pacífico; América Latina; e Estados Unidos da América e Canadá.

Já em 2017, o país teve uma redução do público em salas de cinema, embora tenha continuado acima dos 180 milhões de ingressos vendidos. Foi um ano recorde em número de títulos brasileiros dentro da série histórica (2009-2017), com o lançamento de 160 filmes (ANCINE/OCA, 2017). Também cresceu o parque exibidor, com 63 salas a mais que 2016, fechando o ano com um total de 3.223 salas de exibição em funcionamento no país.

Tabela 4: Panorama do cinema no Brasil, 2009/2017

Discriminação	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Público (milhão)	112,7	134,8	143,2	146,6	149,5	155,6	173,0	184,3	181,2
Renda (R\$ milhão)	969,8	1.260,4	1.450,0	1.614,0	1.753,2	1.955,9	2.351,6	2.599,3	2.717,7
Títulos lançados	317	303	337	326	397	393	455	458	463
Preço médio do ingresso (R\$)	8,61	9,35	10,13	11,01	11,73	12,57	13,59	14,1	15
Salas de exibição	2.110	2.206	2.352	2.517	2.678	2.833	3.005	3.160	3.223
Público dos títulos brasileiros	16,1	25,7	17,7	15,7	27,8	19,1	22,5	30,4	17,4
Renda dos títulos brasileiros (R\$)	131,9	226,0	161,5	158,1	297,1	221,9	277,8	362,8	240,8
Títulos brasileiros lançados	84	74	100	83	129	114	133	142	160
Participação de público dos filmes brasileiros	14,3%	19,1%	12,4%	10,7%	18,6%	12,2%	13,0%	16,5%	9,6%

Fonte: Ancine/OCA.

Elaboração própria.

Outro crescimento expressivo ocorreu com os serviços de VoD no país, que passaram de 32 para 52, de 2016 para 2017, segundo dados gerais do mercado divulgados pela Ancine (2019b). Esse resultado representa um aumento de 100% na disponibilização do serviço desde a mensuração realizada em 2013 pela Ancine, quando eram 26.

Sendo o VoD o segmento do audiovisual que mais cresce no mundo, e com o Brasil ocupando o 8º lugar no mercado mundial em 2016 em receita gerada e o primeiro na América Latina, segundo estatísticas da *Motion Picture Association* – América Latina (PAIVA et al., 2016), isso demonstra que a pluralidade de telas deve ser também considerada nas políticas públicas para aumentar a circulação de obras brasileiras. Apesar de relativamente parte do serviço de VoD disponível no

país estar vinculado aos mesmos canais já inclusos na TV paga (*catch up* ²⁰TV), a plataforma tem demonstrado seu potencial de versatilidade em explorar diversos nichos de mercado que os modelos tradicionais de oferta de conteúdo não alcançam. Além disso, o usuário experimenta maior autonomia de escolha de consumo, se comparado com ofertas de programação lineares, como a TV aberta e parte da TV Paga.

4.2. Panorama estadual e municipal

A Secretaria de Estado da Cultura (Secult) é, atualmente, a principal fomentadora do audiovisual no estado, principalmente, por conta do Funcultura. Em 2019, o Funcultura completou 10 anos²¹ e, neste período, foram contemplados 339 projetos de audiovisual em 57 editais, somando mais de R\$ 20 milhões investidos no setor. Os editais já fomentaram mais de 100 filmes – entre longas e curtas-metragens de ficção e documentário e, em 2019, a Secult destinou a quantia recorde de R\$ 11,9 milhões para o fomento de projetos de audiovisual por meio de 14 editais específicos. Uma grande contribuição deles é a manutenção da produção de longas-metragens no estado, que, agora, conta com, ao menos, um edital de longa-metragem documentário e um de ficção. Abrangem, ainda, desde a atividade cineclubista até a comercialização de longas. Ao mesmo tempo, constata-se que a produção audiovisual no estado passa por uma dependência dessa forma de incentivo, já que são escassas as outras formas de fomento.

Outrora próspera e considerada, inclusive, uma das pioneiras no país, é a Lei Rubem Braga, Lei municipal nº 3.730 de 1991, da cidade de Vitória. Ela foi a primeira lei de incentivo à cultura criada no estado, entretanto, não é executada desde 2015, o que limitou as ações da Secretaria Municipal de Cultura de Vitória no que tange ao audiovisual. Nos 27 anos de existência, a lei viabilizou 1.737 projetos apoiados nas diversas categorias.

Até o último edital em 2015, a Rubem Braga apoiava projetos culturais em troca de bônus concedido por meio de incentivos fiscais dados às empresas estabelecidas em Vitória, com abatimento do Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISSQN) e do Imposto sobre a Propriedade Predial e Territorial Urbana (IPTU) (PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA, 1991). Dessa forma, o proponente aprovado precisava realizar a troca do bônus diretamente com

²⁰ Serviço de TV Paga de Acesso Condicionado, no qual a oferta de conteúdo depende de vínculo com outro serviço, sem a exigência de um pagamento extra, como canais que disponibilizam conteúdos de suas grades de programação linear em uma plataforma de VoD, como um valor agregado ao canal.

²¹ Em 2019, a SECULT em parceria com IJSN, iniciou uma pesquisa para análise dos 10 anos do Funcultura com vista a melhoria da política estadual de promoção à cultura através do fundo.

as empresas, sendo que nem todos conseguiam esse recurso no prazo delimitado. Somada tal dificuldade de obtenção de recursos a críticas quanto à transparência na aprovação de projetos, alta burocracia, entre outros, a Prefeitura de Vitória anunciou em 2018 que a Lei passaria por uma reformulação.

Em meados de 2019 ela foi aprovada por unanimidade na Câmara de Vereadores de Vitória, mas retornou para avaliação após o prefeito Luciano Rezende vetar uma emenda do vereador Davi Esmael, que propunha incluir a categoria “cultura religiosa” na redação da Lei. Atualmente, o Projeto de Lei segue em trâmite para apreciação do veto pelas Comissões da Câmara.

A nova redação do Projeto de Lei nº 47/2019 ampliou o escopo de categorias contempladas, que, além do Audiovisual, contempla outras 20 áreas artísticas. Na nova versão da lei, o recurso estará disponível em um fundo público municipal, possibilitando o repasse direto ao empreendedor cultural que tiver seu projeto aprovado. A previsão é de orçamento de R\$1 milhão para todos os projetos aprovados no primeiro edital após a reformulação da Lei.

Entre os ajustes está um maior rigor na transparência e acompanhamento dos projetos, a fim de reduzir as pendências de projetos que chegam até mesmo a não ser executados na totalidade, prejudicando tanto o trabalho artístico do proponente como a sociedade. Isso já será solucionado em parte com a facilidade em obter o recurso diretamente com a Prefeitura, mas também prevê penalidades para quem não executar o projeto por completo. Outra alteração também inclui as bancas de avaliação, que serão compostas por três representantes por categoria, sendo estes remunerados, e selecionados por critérios especificados na nova redação da Lei.

Além da lei da capital, o estado conta com leis municipais em Vila Velha, Serra, Cariacica, Cachoeiro de Itapemirim e Linhares, que têm funcionamento parecido e conta com recursos originários do mesmo mecanismo de renúncia fiscal.

Entretanto, o hiato no incentivo se estende também a alguns municípios. Em Vila Velha, a Lei Vila Velha Cultura e Arte, Lei nº 4.573 de 2007, não é executada desde 2012. Em 11 anos de existência foram lançados apenas quatro editais. A Lei consiste na concessão de incentivo fiscal para a realização de projetos culturais que, se aprovados, recebem os benefícios fiscais que dão direito ao recebimento de 75% do valor do benefício, pago diretamente pelo Tesouro municipal, e os 25% dos créditos inscritos em Dívida Ativa negociada com o município (PREFEITURA MUNICIPAL DE VILA VELHA, 2007). Esse formato de concessão de créditos foi bastante criticado ao longo dos anos pelos realizadores.

Na Serra, a Lei Chico Prego, n.º 2.204 de 1999, possui duas categorias de apoio para os projetos: uma denominada Projetos Especiais de Interesse Direto do Município, para as propostas que promovam a cidade, abrangendo seu histórico natural e artístico e seus espaços e equipamentos culturais, e outra chamada Projetos de Incentivo às Artes, que não exige relação

direta com a municipalidade. Os projetos são avaliados por uma comissão e o incentivo acontece por meio de renúncia fiscal (PREFEITURA MUNICIPAL DA SERRA, 1999).

Com duas linhas de apoio a projetos similares às da Lei Chico Prego, uma de Projetos Especiais e outra de Incentivo às Artes, em Cariacica a Lei João Bananeira, nº 4.328 de 2005, teve nova formulação após 10 anos de vigência. Até outubro de 2015, o incentivo à cultura consistia na troca de bônus pelo proponente com as empresas, após o projeto ser aprovado por uma comissão. A renúncia fiscal ocorria com a dedução do ISSQN (PREFEITURA MUNICIPAL DE CARIACICA, 2005). Já a atual Lei nº 5.477 de 2015 deixa de ter caráter de incentivo fiscal para ser incentivo financeiro. Consta, portanto, de um repasse direto, sem necessidade de o artista contemplado buscar a troca de bônus com as empresas (PREFEITURA MUNICIPAL DE CARIACICA, 2015). Durante a vigência da Lei de incentivo Fiscal foram contemplados 21 projetos do segmento de audiovisual e, com a reformulação da Lei, foram contemplados desde 2015 quatro projetos.

Em Cachoeiro de Itapemirim, um dos poucos municípios do interior do estado a ter uma lei própria de incentivo à cultura, a Lei Rubem Braga também sofreu reformulação. Instituída desde 1991, mesmo ano da Capital, a Lei municipal nº 3467 concede apoio cultural a partir da concessão de incentivo fiscal às empresas sobre o Impostos Sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISS) e Sobre a Propriedade Predial e Territorial Urbana (IPTU) até o limite de 20% do valor devido de cada imposto (PREFEITURA MUNICIPAL DE CACHOEIRO DE ITAPEMIRIM, 1991).

Em 2016 ela foi alterada, passando a vigorar como Lei nº 7410, na qual a Prefeitura divide o edital por 11 áreas artísticas e concede o repasse diretamente ao proponente (PREFEITURA MUNICIPAL DE CACHOEIRO DE ITAPEMIRIM, 2016). Em 2018 foram aprovados cinco projetos na categoria Cinema, Fotografia e Vídeo, do total de 13 inscritos.

Em Linhares foi aprovada em 2015 a Lei Lastênio Calmon Junior, de forma a regulamentar outras três iniciativas legislativas anteriores que previam incentivo cultural, mas estavam inativas há cerca de 10 anos. A Lei Lastênio Junior desburocratiza o acesso a cultura na cidade, mas ainda prevê troca de bônus entre o proponente e a empresa patrocinadora ou apoiadora. Ela também divide os projetos entre Especiais (de interesse direto da municipalidade) e Projetos de Incentivo às Artes, estes divididos em oito categorias. A renúncia fiscal é autorizada sobre o ISSQN até o valor de 20% devido a cada mês (PREFEITURA MUNICIPAL DE LINHARES, 2015).

4.2.1 Órgãos municipais e política cultural

O último levantamento realizado pelo IBGE (2014) sobre dados culturais dos municípios brasileiros, realizado em 2014, apontou que, além das Leis de Incentivo específicas para o setor e a presença de cinemas na cidade, outros quesitos também demonstram o nível de organização da gestão cultural municipal e sua centralidade para o desenvolvimento sociocultural da sociedade.

Dos 78 municípios capixabas, apenas 15 (menos de 20%) possuíam uma secretaria exclusiva para a pasta de Cultura em 2014 (Tabela 5). A maior parte (62,8%) divide com outras políticas, como Turismo.

Tabela 4: Municípios que possuem Secretaria de Cultura, Espírito Santo, 2014

Sobre órgão gestor da Cultura:	Nº de municípios	%
Secretaria em conjunto com outras políticas	49	62,82%
Secretaria exclusiva	15	19,23%
Setor subordinado à outra secretaria	13	16,67%
Setor subordinado à chefia do Executivo	1	1,28%
Total Geral	78	100,00%

Fonte: IBGE.

Elaboração própria.

O Conselho Municipal de Cultura, órgão colegiado que conecta a administração municipal à sociedade civil, por meio do qual a sociedade participa da formulação e fiscalização de políticas públicas setoriais, entre outras ações consultivas, normativas e deliberativas, está formado em 37 municípios, conforme mostra a Tabela 6:

Tabela 5: Municípios que possuem Conselho de Cultura, Espírito Santo, 2014

Possui Conselho Municipal de Cultura:	Nº de municípios	%
Não	41	52,56%
Sim	37	47,44%
Total Geral	78	100,00%

Fonte: IBGE.

Elaboração própria.

O Conselho é imprescindível, por exemplo, para a elaboração do Plano Municipal de Cultura, que deve seguir diretrizes contidas no Plano Nacional de Cultura, criado em 2010. Até o ano de 2014, portanto, apenas cinco cidades haviam criado o Plano formalmente (Tabela 7), que deve ser precedido também da Conferência Municipal de Cultura. Uma cidade declarou ter o Plano de forma não regulamentada e outras 26 estavam em fase de elaboração. A mesma pesquisa apurou também que 37 municípios já haviam realizado ao menos uma Conferência da Cultura, número coerente com os que avançaram nas políticas até a tentativa de construção do Plano.

Tabela 6: Fase de elaboração do Plano de Cultura nos municípios, Espírito Santo, 2014

Possui Plano Municipal de Cultura:	Nº de municípios	%
Não	46	58,97%
Em elaboração	26	33,33%
Sim	5	6,41%
Sim, mas não é regulamentado por instrumento legal	1	1,28%
Total Geral	78	100,00%

Fonte: IBGE.

Elaboração própria.

A pesquisa ainda mostrou que apenas 13 municípios (Tabela 8) possuíam Fundo Municipal de Cultura para fomento e financiamento das políticas e ações culturais, seja através de Lei de Incentivo ou na forma de convênio ou prêmio, por exemplo.

Tabela 7: Municípios que possuem Fundo de Cultura, Espírito Santo, 2014

Possui Fundo Municipal de Cultura:	Nº de municípios	%
Não	65	83,33%
Sim	13	16,67%
Total Geral	78	100,00%

Fonte: IBGE.

Elaboração própria.

4.3 Aspectos metodológicos

Para analisar o impacto econômico e produtivo da cadeia do audiovisual na economia criativa do Espírito Santo, foram reunidos dados da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), do Portal do Empreendedor e da Ancine a partir dos recortes setorial e ocupacional (PORTAL DO EMPREENDEDOR, 2019; ANCINE, 2018).

Tais informações referentes ao trabalho formal (RAIS, 2019) ajudam a dimensionar o setor e permitem caracterizá-lo quanto à sua evolução, empregabilidade, perfil do profissional, número de estabelecimentos, vínculos gerados e segmentos que o compõem e dinamizam a cadeia produtiva.

O recorte setorial seguiu as referências utilizadas pelo Observatório do Cinema e do Audiovisual (OCA), da Ancine, que identifica 11 atividades próprias do setor do audiovisual entre as existentes na Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) versão 2.0. Elas estão no nível de desagregação de quatro dígitos de classe, como pode ser visualizado na Tabela 9, e abrangem toda a cadeia audiovisual (produção, distribuição, exibição), incluindo TV aberta, TV paga e vídeo doméstico (ANCINE/OCA, 2018a). Para efeito de coleta de dados, foi considerado apenas a CNAE cadastrada como principal de cada empresa.

Já no recorte ocupacional foram extraídos dados da Classificação Brasileira de Ocupações (CBO), que trazem informações sobre profissionais criativos com ocupação do audiovisual, mas que podem estar alocados em qualquer setor da economia. Somado ao perfil dos trabalhadores formalizados como Microempreendedores Individuais (MEIs), foi possível obter indicadores para avaliar as transformações ocorridas na última década e propor políticas públicas alinhadas à realidade setorial do Espírito Santo.

Tabela 9: Lista de CNAEs do Setor de Audiovisual

Código CNAE	Descrição do CNAE
47.62-8	Comércio varejista de discos, CDs, DVDs e fitas
59.11-1	Atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão
59.12-0	Atividades de pós-produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão
59.13-8	Distribuição cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão
59.14-6	Atividades de exibição cinematográfica
60.21-7	Atividades de televisão aberta
60.22-5	Programadoras e atividades relacionadas à televisão por assinatura
61.41-8	Operadoras de televisão por assinatura por cabo
61.42-6	Operadoras de televisão por assinatura por micro-ondas
61.43-4	Operadoras de televisão por assinatura por satélite
77.22-5	Aluguel de fitas de vídeo, DVDs e similares

Fonte: Ancine/OCA.

Elaboração própria.

4.3.1 Estrutura produtiva

O setor do audiovisual somou, em 2017, 6.372 estabelecimentos em todo país (RAIS, 2018), com 80% deles concentrados em nove estados, como mostra a Tabela 10, e distribuídos entre as regiões Sudeste, Centro-Oeste, Nordeste e Sul. Entre 2010 e 2017 São Paulo liderou o *ranking*, detendo 30% da participação nacional no último ano. Rio de Janeiro e Minas Gerais variaram entre o segundo e terceiro lugar no período. O Espírito Santo, por sua vez, ocupou a 13ª colocação, com 120 estabelecimentos, e participação de 1,9 % do mercado.

São Paulo e Rio de Janeiro, que concentram o maior número de produtoras de vídeo e emissoras de TV, foram os estados que, isoladamente, apresentaram relevante crescimento na participação do mercado, com aumento de 1,5 e 1,6 pontos percentuais, respectivamente. A evolução é mais significativa ao se observar que todos os estados tiveram um declínio contínuo no número total de estabelecimentos desde 2010, com redução de 34% até 2017, o que elevou a participação dos dois estados, que concentram os estabelecimentos dos segmentos mais fortalecidos da cadeia: os de produção, TV aberta e exibição.

Tabela 10: Ranking dos estados com maior número de estabelecimentos do setor e participação de mercado (%), 2010 – 2017

Ranking 2017	UF	2010		2017		Evolução da part.p.p
		Nº Estab.	Part. %	Nº Estab.	Part. %	
1°	São Paulo	2,765	28,8	1,931	30,3	↑ 1,5
2°	Rio de Janeiro	992	10,3	762	12	↑ 1,6
3°	Minas Gerais	1,116	11,6	618	9,7	↓ -1,9
4°	Rio Grande do Sul	834	8,7	428	6,7	↓ -2,0
5°	Paraná	682	7,1	411	6,5	↓ -0,7
6°	Santa Catarina	688	7,2	346	5,4	↓ -1,7
7°	Bahia	301	3,1	206	3,2	↑ 0,1
8°	Goiás	286	3	191	3	→ 0,0
9°	Ceará	271	2,8	168	2,6	↓ -0,2
13°	Espírito Santo	187	1,9	120	1,9	↓ -0,1
	Outros	1,481	15,4	1,191	18,7	↑ 3,3
	Total	9,603	100	6,372	100	

Fonte: RAIS - DEC nº 76.900/75 MTB.

Elaboração própria.

A redução do número de estabelecimentos em nível nacional se verifica por uma mudança profunda ocorrida no setor, que, a partir da transformação tecnológica, vislumbrou novos modos de fazer e, principalmente, de consumo e fruição. Assim, com o cinema digital e a difusão do conteúdo via internet, houve nos últimos anos um massivo fechamento de empresas de comércio varejista e locadoras de DVDs, fitas e similares em todo país, mas que impactou principalmente os mercados fora do eixo Rio –São Paulo.

No Espírito Santo, conforme aponta a Tabela 11, a queda de 36% no total de estabelecimentos reflete essa transformação do setor: em 2010, os segmentos de aluguel e de comércio varejista de DVDs, fitas e similares correspondiam a mais da metade, 62%, de todo o mercado do audiovisual, domínio, contudo, perdido gradualmente nos últimos anos chegando a uma queda de participação de mercado de 32 pontos percentuais. Somente os estabelecimentos de aluguel tiveram uma perda de 76% do total, passando de 78 para 19, enquanto os de comércio varejista tiveram redução de 55%, com o fechamento de 21 estabelecimentos.

Tabela 11: Total de estabelecimentos por segmento no Espírito Santo e participação de mercado (%), 2010 – 2017

CNAE 2.0 Classe	2010		2017		Evolução da part. p.p
	Nº Estab.	Part. %	Nº Estab.	Part. %	
Comércio Varejista de Discos, Cds, Dvds e Fitas	38	20,3	17	14,2	↓ -6,2
Atividades de Produção Cinematográfica, de Vídeos e (...)	20	10,7	31	25,8	↑ 15,1
Atividades de Pós-Produção Cinematográfica, de Vídeos (...)	0	0,0	3	2,5	↑ 2,5
Distribuição Cinematográfica, de Vídeo e de Programas (...)	3	1,6	2	1,7	↑ 0,1
Atividades de Exibição Cinematográfica	13	7,0	19	15,8	↑ 8,9
Atividades de Televisão Aberta	14	7,5	17	14,2	↑ 6,7
Programadoras e Atividades Relacionadas à Tv por Ass. (...)	7	3,7	3	2,5	↓ -1,2
Operadoras de Televisão por Assinatura a cabo, satélite (...)	14	7,5	9	7,5	→ 0,0
Aluguel de Fitas de Vídeo, Dvds e Similares	78	41,7	19	15,8	↓ -25,9
Total	187	100,0	120	100,0	

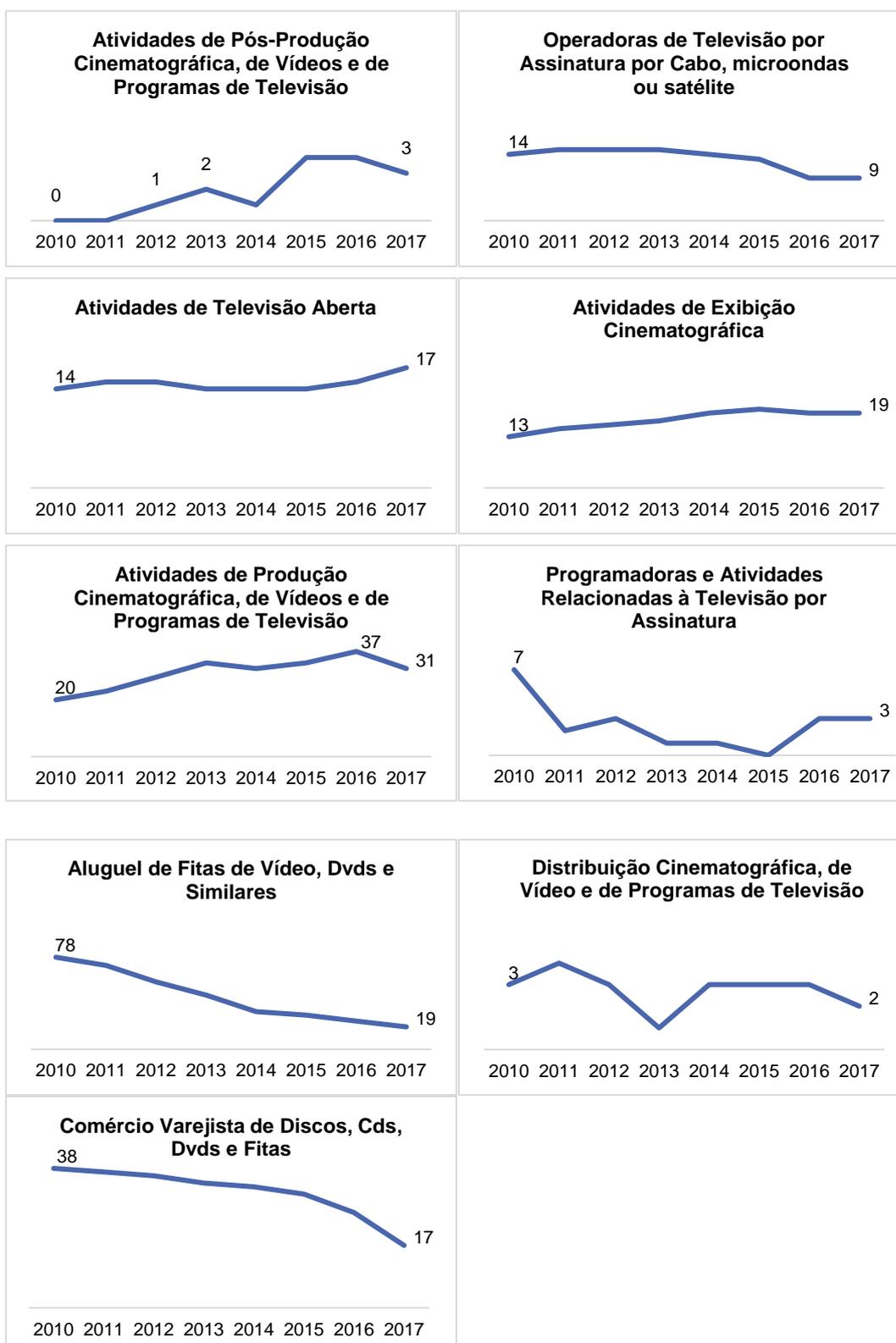
Fonte: RAIS - DEC nº 76.900/75 MTB.

Elaboração própria.

Em contraste, o setor apresentou um crescimento substancial do segmento de produção cinematográfica, com aumento da participação em 15 pontos percentuais e abertura de 11 novas empresas. Em 2016 houve um pico de 37 estabelecimentos, mas que não se sustentou no ano seguinte, como mostra mais detalhadamente o Gráfico 1. A chegada de novos complexos de cinema, ainda que concentrados em *shoppings centers*, também contribuiu com a expansão do segmento de exibição no estado, elevando em 9 pontos percentuais a participação de mercado entre 2010 e 2017. São seis novos estabelecimentos, número que, contudo, não equivale ao total de salas de cinema, que é superior, pois cada estabelecimento ou complexo de cinema pode abrigar inúmeras salas de exibição.

Um adensamento da cadeia, com maior profissionalização do setor, também pode ser observado com o desenvolvimento de um segmento até então inexistente enquanto atividade principal de empresas no estado: o de pós-produção, com o primeiro estabelecimento aberto em 2012.

Gráfico 1: Evolução do número de estabelecimentos por segmento do setor no Espírito Santo, 2010/ 2017



Fonte: RAIS - DEC nº 76.900/75 MTB.

Elaboração própria.

Outro segmento que também se destaca em termos de evolução é o de TV aberta, que registrou aumento de 6,7 pontos percentuais em participação de mercado. São três novos

estabelecimentos, que têm peso significativo na cadeia produtiva do audiovisual por ser o segmento que historicamente mais emprega.

Por outro lado, um elo ainda enfraquecido da cadeia do audiovisual no estado é o de distribuição cinematográfica. Na base de dados da RAIS havia, em 2017, dois estabelecimentos identificados com CNAE principal de distribuição. Porém, segundo registros da Ancine, essas duas empresas não possuem cadastro de Agente Econômico na Ancine, que é imprescindível para o exercício da atividade (BRASIL, 2010).

Essa dicotomia pode ser esclarecida em uma breve pesquisa no portal da Receita Federal realizada a partir do CNPJ dessas empresas, que apontou que elas atuam como locadoras de vídeo, DVDs e similares. Isso demonstra, desde já, o desconhecimento de parte do setor sobre o processo de abertura de empresas. A partir da divulgação pela Ancine da lista de distribuidoras (ANCINE/OCA, 2019c) e dos resultados de editais e chamadas públicas, identifica-se uma empresa sediada no Espírito Santo com atuação recente no mercado de distribuição, a Pique-Bandeira Filmes.

Comparativamente, portanto, frente o crescimento de alguns segmentos entre 2010 e 2017 no estado, com maior força para o desenvolvimento da produção e exibição cinematográfica em detrimento da comercialização, o setor, contudo, não se sustentou, resultando na retração de 36% - cenário refletido também em nível nacional.

4.3.2 Tamanho dos estabelecimentos

Na economia local, a maior parte das empresas do setor, 47,5%, possuía de um a quatro funcionários formalizados em 2017, conforme mostra o gráfico 2. A proporção aumenta se somá-los às empresas que registraram zero funcionários²² formalizados e às que possuíam de 05 a 09, chegando a 80% o total de empresas do audiovisual que empregavam no máximo 09 funcionários no estado.

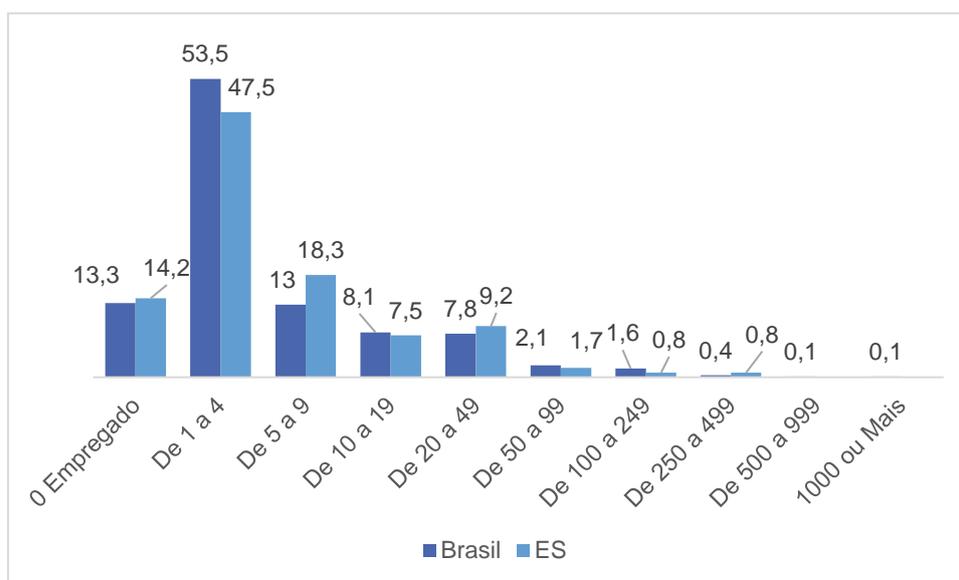
O cenário se manifesta também em nível nacional, em que mais da metade, 53,5%, dos estabelecimentos empregavam de um a quatro funcionários em 2017, sobretudo nos segmentos

²² O registro de zero funcionários na base de dados da Rais acontece quando a empresa teve pelo menos 01 empregado durante o ano, mas nenhum registro em dezembro do ano-base. Parte das empresas do segmento de produção e pós-produção que apresentam esse registro engloba aquelas que se formalizam para, prioritariamente, poder obter recursos e incentivos junto à Ancine e outros órgãos de fomento. As linhas de financiamento do FSA, por exemplo, não habilitam como proponentes de projetos pessoa física ou MEI. Porém, o cadastro desses agentes é importante para acessar outros serviços junto à Agência, como registros de obras.

de comércio e aluguel de fitas, DVDs e similares e de produção. Já as médias e grandes empresas do setor no país estão concentradas nas atividades de TV aberta e de exibição.

No estado, as empresas do setor com 50 funcionários ou mais equivalem a uma operadora de televisão por assinatura e o restante a emissoras de TV aberta. Nenhuma das empresas do audiovisual do país que possuem acima de 500 empregados está no Espírito Santo.

Gráfico 2: Distribuição dos estabelecimentos por tamanho, Brasil e Espírito Santo, 2017 (%)



Fonte: RAIS - DEC nº 76.900/75 MTB.

Elaboração própria.

4.3.3 Vínculos empregatícios e geração de renda

As 120 empresas do setor existentes no Espírito Santo, em 2017, geraram um total de 1.367 vínculos, representando 0,16% do total de empregos formais da economia capixaba. Em nível nacional esse número corresponde a uma participação relativamente maior do mercado audiovisual, onde o Espírito Santo alcança 1,5% de participação dos empregos do setor e ocupa a 13ª colocação.

O *ranking* dos estados que mais geraram empregos no audiovisual nos últimos sete anos apresenta São Paulo na liderança, seguido por Rio de Janeiro e Minas Gerais, tal qual o *ranking* de estabelecimentos. Dentre eles, somente Rio de Janeiro aumentou sua participação de mercado desde 2010, com uma evolução de 1,4 pontos percentuais, ao mesmo tempo em que todos os três estados fecharam mais postos de trabalho do que abriram, conforme Tabela 12.

Tabela 12: Ranking de vínculos do setor no Brasil e participação de mercado (%), 2010-2017

Ranking 2017	UF	2010		2017		Evolução da part.p.p
		Nº Vínculos	Part. %	Nº Vínculos	Part. %	
1º	São Paulo	38.599	36,4	29.244	32,1	↓ -4,3
2º	Rio de Janeiro	21.048	19,9	19.383	21,3	↑ 1,4
3º	Minas Gerais	6.852	6,5	5.215	5,7	↓ -0,7
4º	Distrito Federal	2.634	2,5	4.204	4,6	↑ 2,1
5º	Paraná	4.649	4,4	3.886	4,3	↓ -0,1
6º	Rio Grande do Sul	5.981	5,6	3.782	4,2	↓ -1,5
7º	Ceará	2.285	2,2	2.289	2,5	↑ 0,4
8º	Santa Catarina	3.731	3,5	2.275	2,5	↓ -1
9º	Goiás	2.025	1,9	2.168	2,4	↑ 0,5
10º	Bahia	2.393	2,3	2.098	2,3	→ 0
11º	Pernambuco	1.715	1,6	1.921	2,1	↑ 0,5
12º	Pará	1.634	1,5	1.640	1,8	↑ 0,3
13º	Espírito Santo	1.727	1,6	1.367	1,5	↓ -0,1
Outros		10.749	10,1	11.660	12,8	↑ 2,7
Total		106.022	100	91.132	100	

Fonte: RAIS - DEC nº 76.900/75 MTB.

Elaboração própria.

Por outro lado, um relevante crescimento se verificou no Distrito Federal que, embora não esteja entre aqueles que somam 80% dos estabelecimentos do setor - como mostrou o *ranking* anterior -, se destaca entre os que mais empregam no país. Nos últimos sete anos o Distrito Federal criou 1.570 novos postos de trabalho formais, aumentando em 2,1 pontos percentuais na participação de mercado. Relacionando os empregos gerados com o total de empresas, o Distrito Federal se destaca por empregar uma média de 31,6 funcionários por estabelecimento - número bem acima da média de São Paulo, por exemplo, que é de 20 vínculos por empresa, enquanto o índice do Espírito Santo é de 11,4.

Esses dados apresentam um panorama coerente com a expansão das políticas públicas e dos arranjos do mercado cultural que ocorreu em Brasília. Além de abrigar o mais antigo Festival, o Festival de Brasília do Cinema Brasileiro – que já ultrapassou 50 edições -, o Distrito Federal conta também com um Polo de Cinema e Vídeo desde 1991. Este recentemente foi substituído pelo Parque Audiovisual de Brasília, que prevê em seu projeto a construção de estúdios e salas de cinema e o fomento a núcleos de animação, produção de games, filmes, séries, entre outros atrativos, oferecendo uma estrutura mais atualizada e inovadora que o antigo Polo (AGÊNCIA BRASÍLIA, 2017).

Recentemente, em 2017, também foi instituída a Lei Orgânica da Cultura (LOC) através da Lei Complementar nº 934 (BRASIL, 2017a), e autorizada a criação da Fundação das Artes e da Fundação do Patrimônio Cultural, através da Lei Complementar nº 933 (BRASIL, 2017b) que, juntas, dispõem sobre o Sistema de Arte e Cultura do Distrito Federal. Seguindo um dos objetivos previstos na LOC, de diversificar o acesso às fontes de recursos para a cultura, foi também

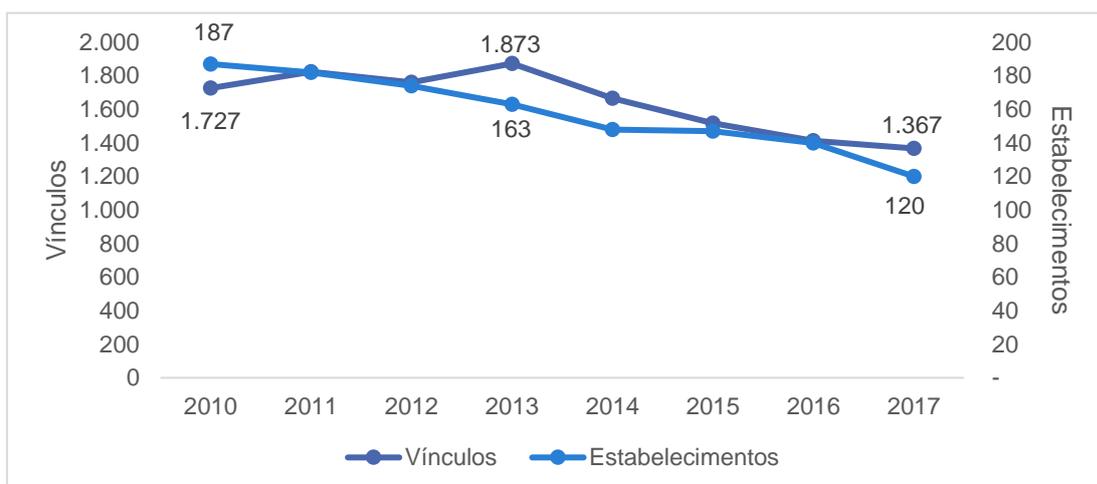
expedida a portaria nº 50 de 2018, que estabelece o funcionamento do Programa de Incentivo Fiscal mediante a renúncia fiscal do ICMS e do ISS.

Essas ações, que priorizam tanto a recuperação como a criação de novos equipamentos culturais, além da promoção de políticas públicas para a cultura, organizam o setor em torno de aparatos legais que preveem resultado em longo prazo, como aconteceu com a estruturação do início da década de 1990 (CULTURA E MERCADO, 2015). São proposições perenes, que terão garantia de continuidade independente da gestão governamental. Isso contribui para o fortalecimento do setor local e aumenta a competitividade no mercado nacional, atraindo também mais investimentos para a região.

Em relação ao Espírito Santo, observa-se no gráfico 3 que houve oscilação entre o número total de empregos gerados e a quantidade de estabelecimentos do setor no período entre 2010 e 2017. Até 2013, enquanto caía gradativamente o número de estabelecimentos, crescia o número de vínculos. Isso pode ser explicado pelo fato de que a baixa de estabelecimentos não estava diretamente ligada à crise econômica - impacto este que surgiu no período posterior, quando houve queda contínua dos vínculos junto ao fechamento de empresas. Nesse caso, os empregos gerados pelos segmentos de produção, exibição, TV aberta e, principalmente, de operadoras de televisão por assinatura, superaram, inicialmente, a perda dos vínculos referentes ao fechamento massivo de locadoras de vídeo e comércio varejista.

Proporcionalmente, a perda total de empregos (-20%) do setor no estado também foi menor que a de estabelecimentos (-36%) ao final do período entre 2010 e 2017, indicando que as empresas menores, com menos vínculos formais, foram as mais afetadas.

Gráfico 3: Comparação entre total de vínculos x total de estabelecimentos no Espírito Santo, 2010/ 2017

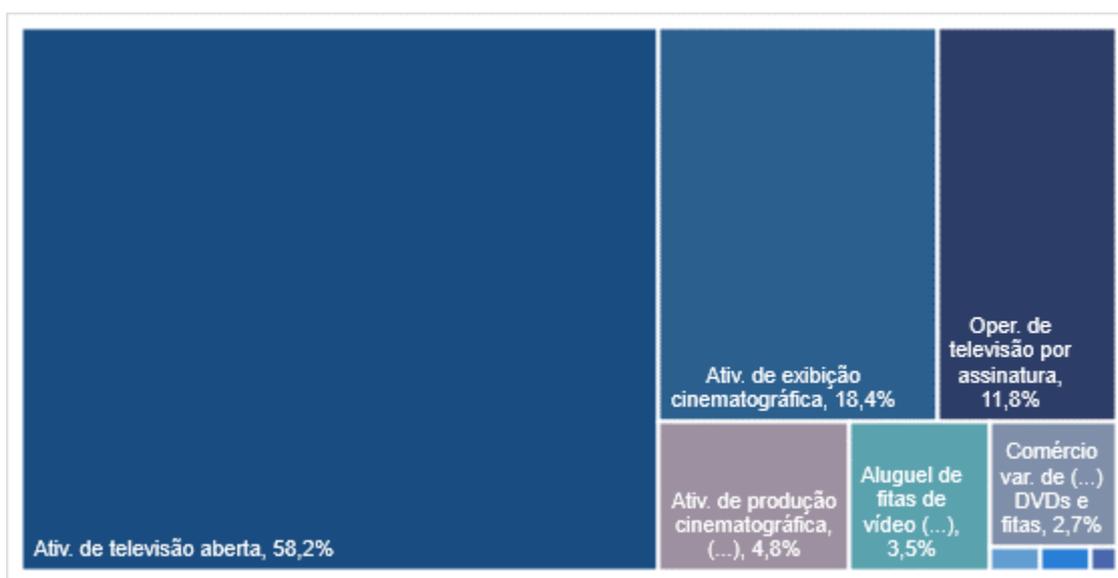


Fonte: RAIS - DEC nº 76.900/75 MTB.

Elaboração própria.

O segmento da cadeia do audiovisual que mais emprega no Espírito Santo é o de televisão aberta, com as emissoras dominando quase 60% do mercado setorial capixaba em 2017, como aponta o Gráfico 4. Em seguida, os complexos e salas de cinema somam 18% dos vínculos gerados, à frente das operadoras de televisão por assinatura (12%), e das produtoras de cinema e TV (5%). Com peso menor no mercado estão os segmentos de aluguel de fitas de vídeo, DVDs e similares (4%) e comércio varejista de discos, CDs, DVDs e fitas (3%). Já os segmentos de pós-produção cinematográfica, distribuição e programadoras de TV por assinatura não chegam a 1% dos vínculos do setor.

Gráfico 4: Porcentagem de vínculos por segmento do setor no Espírito Santo, 2017



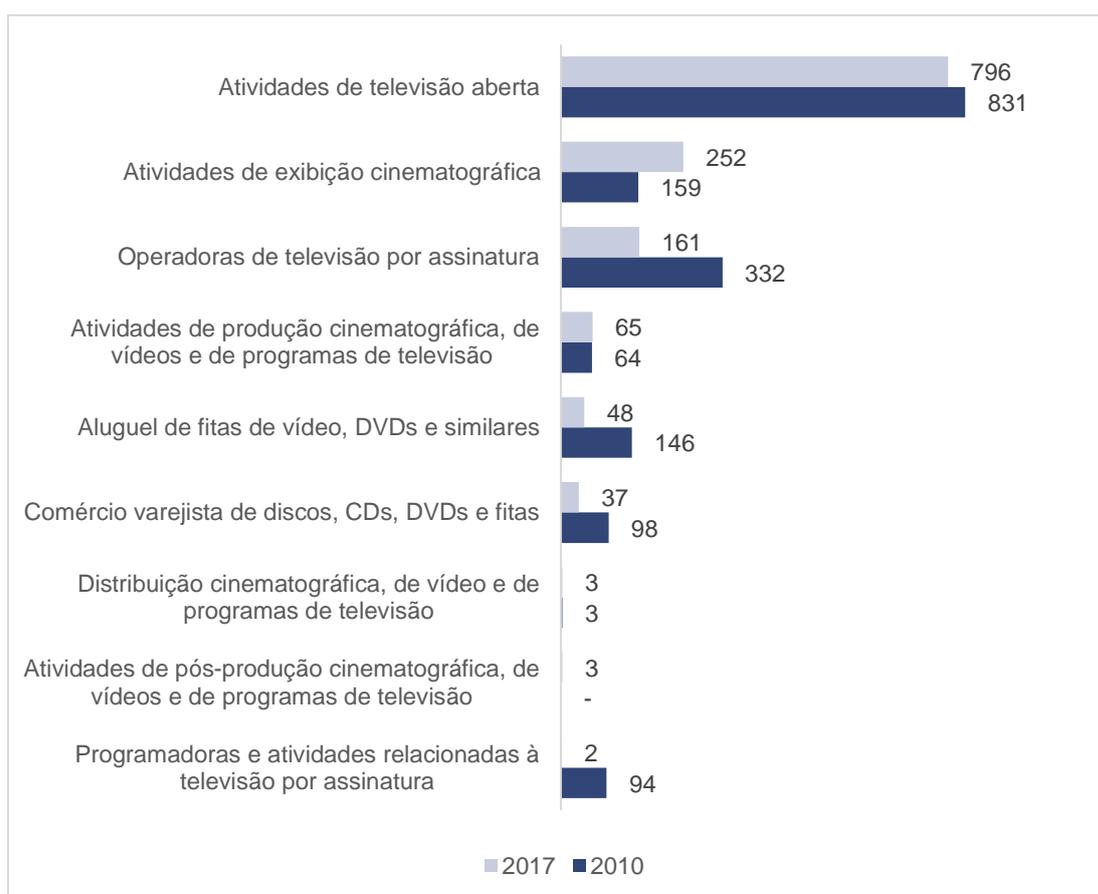
Fonte: RAIS - DEC nº 76.900/75 MTB.

Elaboração própria.

Esse panorama permite identificar que parte da cadeia produtiva do audiovisual é formada por segmentos que operam de forma sazonal, sob influências do setor como os ciclos de financiamento, patrocínios, editais de incentivo e festivais; ou seja, um conjunto de interferências que inviabilizam contratações fixas, de longo prazo. Isso mostra que embora sejam atividades que requeiram uma diversidade e quantidade elevadas de profissionais, como na realização de curtas, longas, séries de TV, festivais, entre outros, a produção dessas empresas é irregular, o que impulsiona os profissionais a trabalharem com alta rotatividade em diferentes projetos ao ano, sem estabelecer vínculo empregatício com as empresas.

Esse contexto pode ser visualizado com nitidez ao resgatar os dados sobre a evolução dos estabelecimentos entre 2010 e 2017 no Espírito Santo, quando houve um crescimento de 15 pontos percentuais em participação de mercado no segmento de produção cinematográfica, refletido na abertura de 11 novas empresas, e examinar que o número de vínculos não acompanhou esse desenvolvimento – eram 64 em 2010 e passou para 65 em 2017, como mostra o Gráfico 5. Enquanto no segmento de produção são empregados em média 2,1 funcionários por empresa, no de TV Aberta são empregados 46,8 por estabelecimento.

Gráfico 5: Total de vínculos por segmento do setor no Espírito Santo, 2010-2017

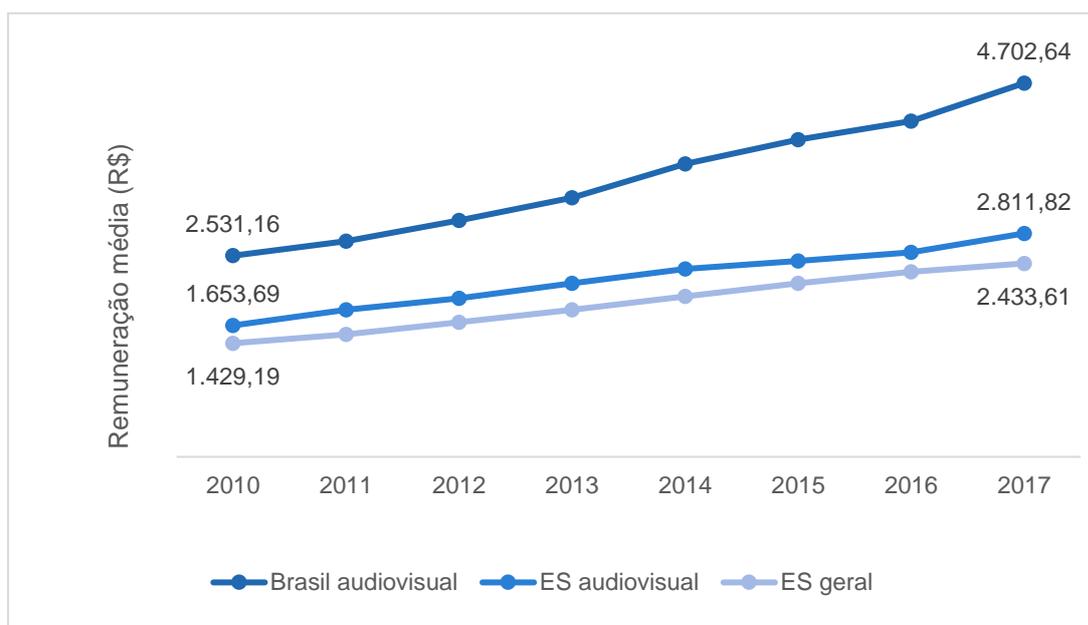


Fonte: RAIS - DEC nº 76.900/75 MTB.

Elaboração própria.

Quanto à remuneração, o gráfico 6 mostra que em 2017 os trabalhadores formais do setor audiovisual receberam 40% a menos no Espírito Santo do que a média brasileira do setor– a maior diferença desde 2010. Enquanto no Espírito Santo o ganho médio foi de três salários mínimos²³ (R\$ 2.811,82), a média do país ultrapassou cinco salários mínimos (R\$ 4.702,64) em 2017. Esse valor, por outro lado, é 16% acima da remuneração média geral do Espírito Santo, que inclui todas as atividades produtivas e alcançou R\$ 2.433,61 reais no mesmo ano.

Gráfico 6: Remuneração média dos trabalhadores formais, Brasil e Espírito, 2010/2017 (R\$/mês)



Fonte: RAIS - DEC nº 76.900/75 MTB.

Elaboração própria.

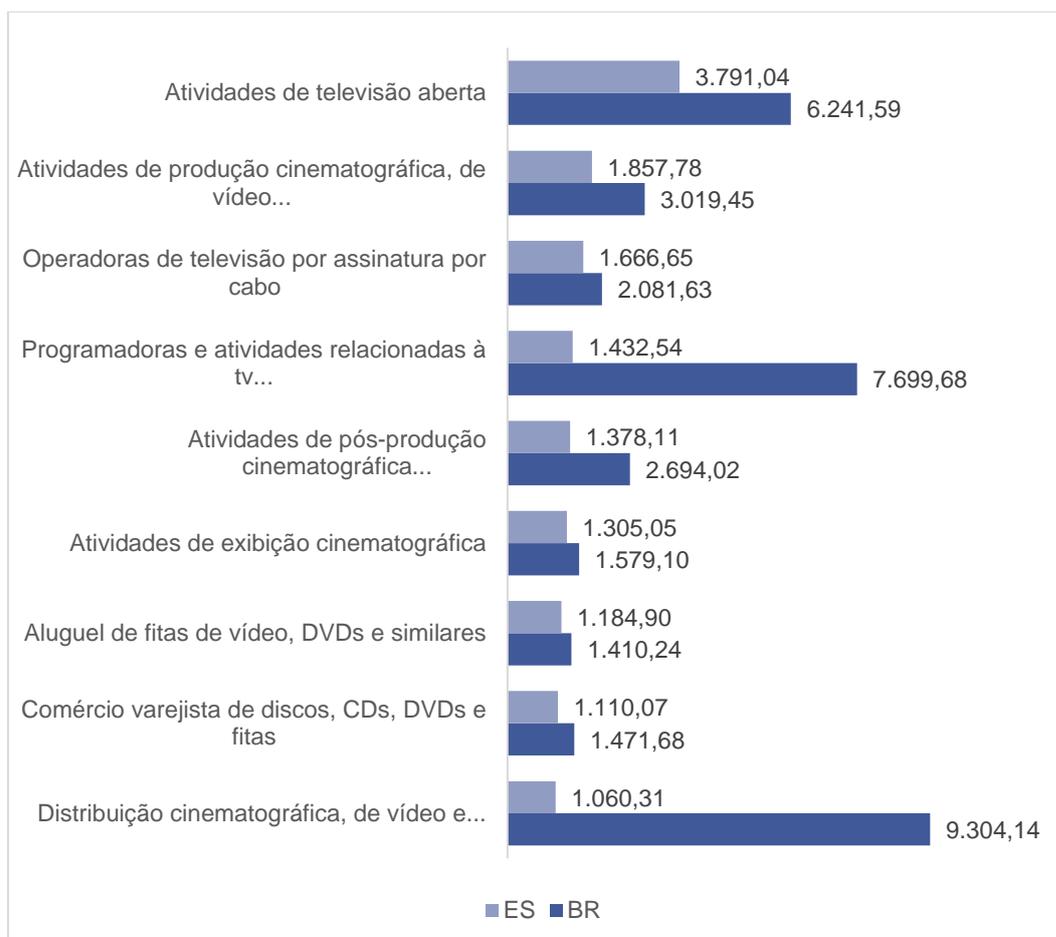
O total que o setor do audiovisual injetou na economia local em massa salarial foi de R\$ 3,8 milhões no ano de 2017, o equivalente a 0,18% da massa salarial estadual. Esse valor corresponde a 0,9% da massa salarial em circulação no país referente apenas ao setor.

No cenário nacional a remuneração média é alavancada pelas distribuidoras cinematográficas, chegando a ultrapassar R\$ 9.000 reais, como se observa no gráfico 7. Na sequência estão as programadoras e empresas com atividades relacionadas à televisão por assinatura e as emissoras de TV aberta.

²³ O salário mínimo vigente em 2017 era de R\$ 937,00.

Já no Espírito Santo, a remuneração é impulsionada pelo segmento de TV aberta, sendo inclusive o único cuja remuneração esteve acima da média geral do estado, chegando a R\$ 3.791,03 por mês em 2017. Esse valor contrasta bastante com os segmentos que proporcionam os menores salários, que incluem as empresas registradas como distribuidoras, as de comércio varejista e as de aluguel de fitas de vídeo, DVD e similares. Somente o segmento de TV aberta concentrou 78,5% da massa salarial do setor no estado.

Gráfico 7: Remuneração média dos trabalhadores formais do setor por segmento, Brasil e Espírito Santo, 2017 (R\$/mês)



Fonte:

RAIS - DEC nº 76.900/75 MTB.

Elaboração própria.

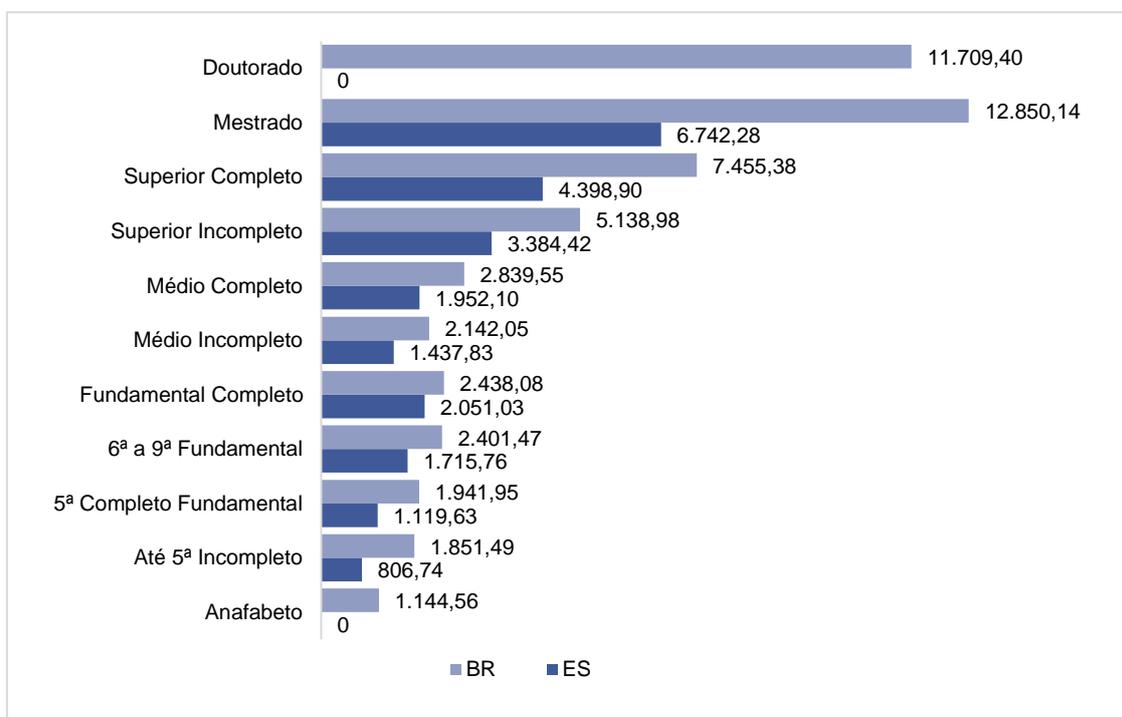
As maiores distorções estão nos segmentos de programadoras e atividades relacionadas à TV por assinatura, que pagam 81% a menos que a média do país, de pós-produção, com -49%, e TV aberta, com -39% do que a média nacional. Já o segmento de distribuição não deve ser considerado para fins de comparação estatística, visto que é um segmento praticamente inexistente, sendo inclusive considerado o maior gargalo do setor no estado.

Em relação à escolaridade, como indica o gráfico 8, a remuneração dos profissionais do audiovisual no país evolui gradativamente de acordo com a qualificação. No Espírito Santo a

média, em 2017, iniciou abaixo do salário mínimo vigente²⁴, em R\$ 806,00, para os empregados com até 5º ano do fundamental incompleto, e foi até R\$ 6.742 reais para aqueles com qualificação de mestrado – que corresponde a apenas dois vínculos. Não constam profissionais com nível de doutorado registrados no estado como trabalhadores formais em empresas de nenhum dos 11 segmentos. Também não há presença de trabalhadores analfabetos vinculados ao setor no estado.

No comparativo entre o Espírito Santo e a média brasileira, identifica-se que os profissionais com escolaridade até o ensino médio completo recebem remuneração mais próxima da média nacional, enquanto que os contratados com maior qualificação chegam a receber 41% a menos que a média nacional, no caso do ensino superior.

Gráfico 8: Remuneração média dos trabalhadores formais do setor por escolaridade, Brasil e Espírito Santo, 2017 (R\$/mês)



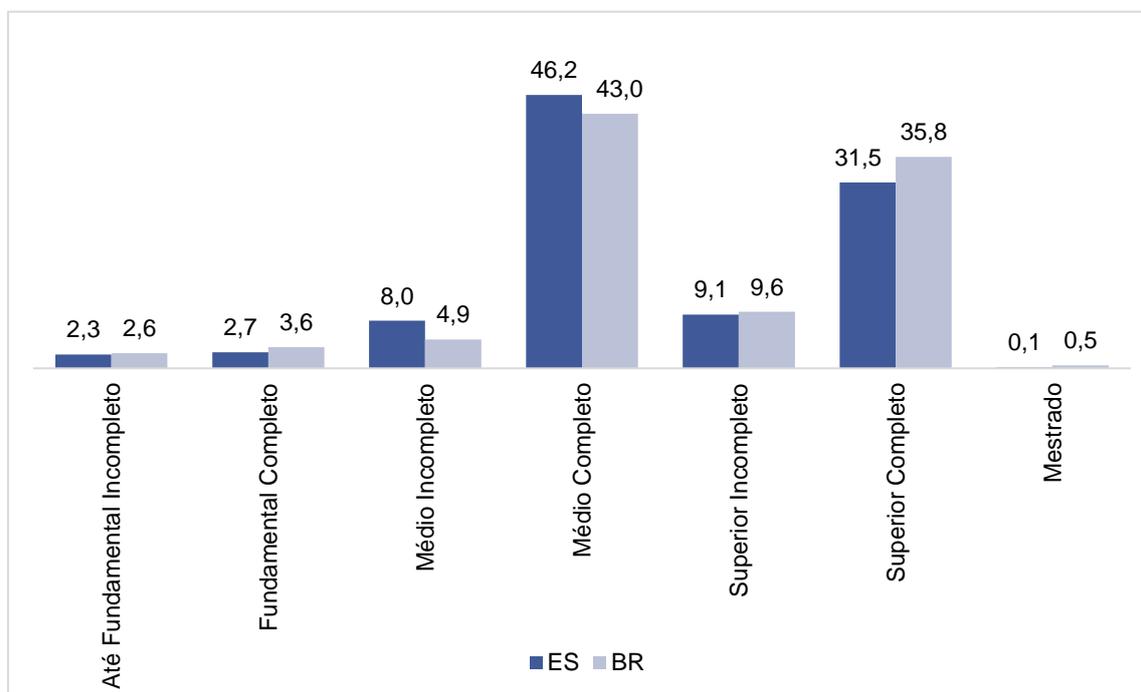
Fonte: RAIS - DEC nº 76.900/75 MTB.

Elaboração própria.

²⁴ O salário mínimo vigente em 2017 foi de R\$ 937,00 reais.

Os trabalhadores com nível médio de escolaridade também são a maioria dos contratados pelo setor, tanto no âmbito local como nacional, segundo indica o gráfico 9.

Gráfico 9: Vínculos por escolaridade, Brasil e Espírito Santo, 2017(%)



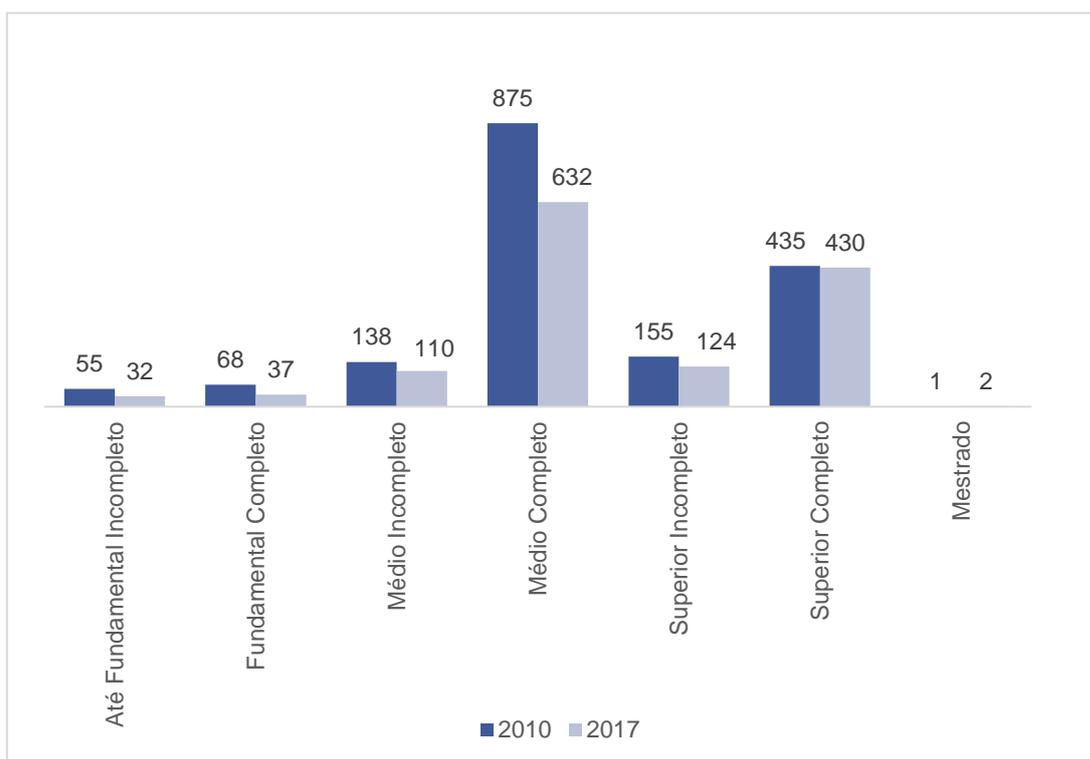
Fonte: RAIS - DEC nº 76.900/75 MTB.

Elaboração própria.

Nota-se que a redução total de vínculos, acelerada pela crise econômica, incidiu principalmente entre os trabalhadores com menor escolaridade, como os que possuem fundamental completo (-46%) ou nível médio (-28%), enquanto que os de ensino superior completo oscilaram em somente -1%, conforme o gráfico 10. Isso pode ser interpretado como efeito tanto de uma maior escolarização dos trabalhadores que já estavam inseridos no mercado de trabalho, como também da valorização pelo mercado de profissionais com maior qualificação.

A abertura de um novo curso em Cinema e Audiovisual em 2010 na Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes) também contribuiu com a especialização de mão de obra e oxigenação do setor, embora não se possa afirmar que esses profissionais tenham sido absorvidos pelo mercado de trabalho formal em escala expressiva.

Gráfico 10: Total de vínculos por escolaridade no Espírito Santo, 2010 – 2017

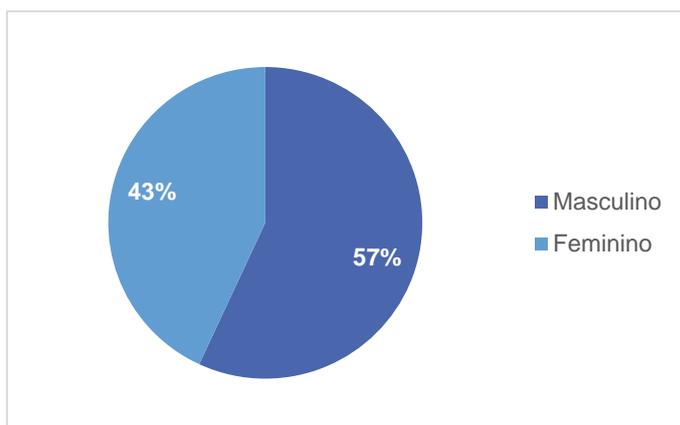


Fonte: RAIS - DEC nº 76.900/75 MTB.

Elaboração própria.

Considerando todas as atividades do setor, o gráfico 11 mostra que o mercado local é formado por 57% homens e 43% mulheres, uma proporção que se mantém desde 2010. A participação feminina é maior somente no segmento de exibição cinematográfica, como apresenta o gráfico 12. A disparidade de gênero do setor no estado é semelhante ao restante do país, em que as mulheres ocupam 40% do mercado de trabalho formal do audiovisual.

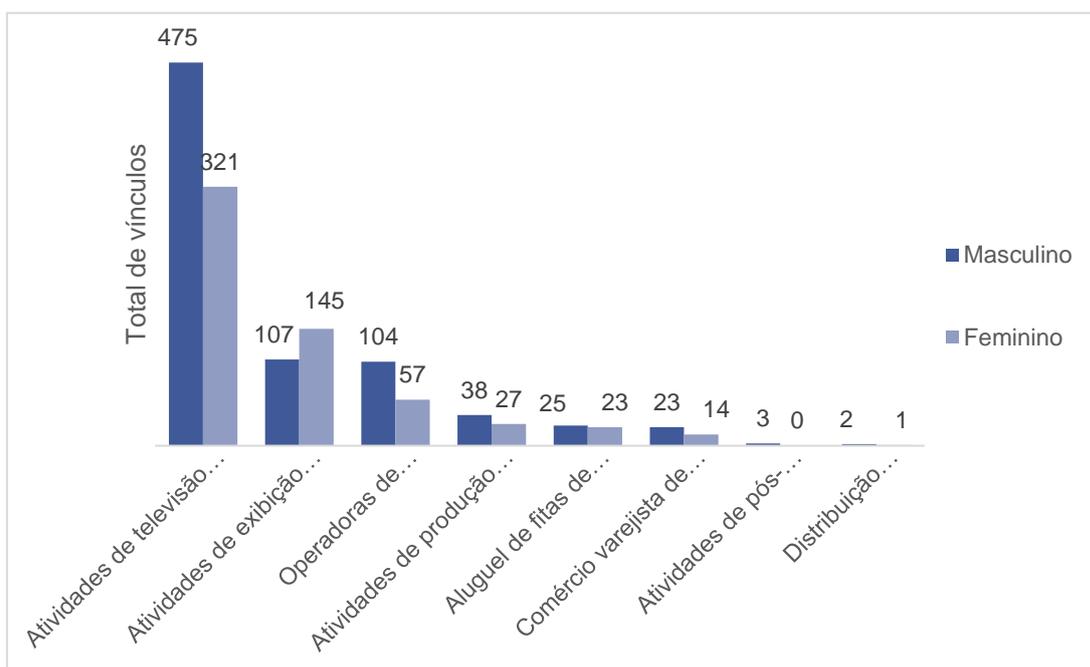
Gráfico 11: Sexo do trabalhador no setor no Espírito Santo, 2017 (%)



Fonte: RAIS - DEC nº 76.900/75 MTB.

Elaboração própria.

Gráfico 12: Vínculos por sexo do trabalhador nos segmentos do setor no Espírito Santo, 2017



Fonte: RAIS - DEC nº 76.900/75 MTB.

Elaboração própria.

A tabela 13 retrata que, em média, as mulheres tiveram rendimentos 17% menor que os homens no Espírito Santo em 2017, em quase todos os segmentos da cadeia produtiva do audiovisual. A desigualdade foi maior entre as empresas de produção cinematográfica, de vídeo e de programas de televisão, que remuneraram as mulheres em R\$ 1.483,56 contra R\$ 2.123,67 para os homens, o que representa uma diferença de 30%. Em nível nacional, essa diferença foi de 16% em todo o setor, e no estado a média geral foi de 18%.

Em contraste, as programadoras de televisão por assinatura, listadas na tabela com remuneração 18,8% a mais para as mulheres, não se configuram um dado seguro de análise, pois se restringem a dois vínculos ligados ao segmento, um de cada sexo. Com representação pequena também está o segmento de pós-produção, em que os três vínculos existentes são do sexo masculino, o que zera a remuneração comparada para o sexo feminino na tabela.

Tabela 13: Remuneração por sexo e por segmento do setor no Espírito Santo, 2017

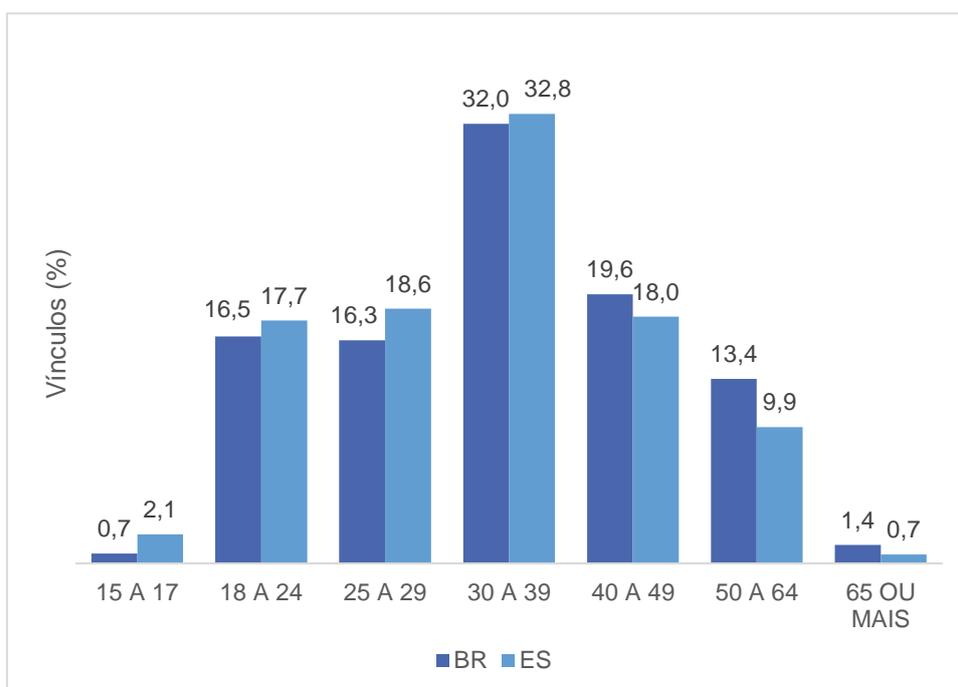
CNAE 2.0 Classe	Feminino	Masculino	Diferença (%)
Comércio varejista de discos, CDs, DVDs e fitas	R\$ 1.050,50	R\$ 1.146,33	↓ -8,4%
Atividades de produção cinematográfica, de vídeos e...	R\$ 1.483,56	R\$ 2.123,67	↓ -30,1%
Atividades de pós-produção cinematográfica, de vídeos...	R\$ -	R\$ 1.378,11	-
Distribuição cinematográfica, de vídeo e de programas...	R\$ 1.041,27	R\$ 1.069,83	↓ -2,7%
Atividades de exibição cinematográfica	R\$ 1.219,97	R\$ 1.420,34	↓ -14,1%
Atividades de televisão aberta	R\$ 3.539,28	R\$ 3.961,17	↓ -10,7%
Programadoras e atividades relacionadas à televisão...	R\$ 1.561,35	R\$ 1.313,73	↑ 18,8%
Operadoras de televisão por assinatura por cabo	R\$ 1.455,58	R\$ 1.782,34	↓ -18,3%
Aluguel de fitas de vídeo, DVDs e similares	R\$ 1.244,30	R\$ 1.130,24	↑ 10,1%
Total	R\$ 2.516,06	R\$ 3.035,73	↓ -17,1%

Fonte: RAIS - DEC nº 76.900/75 MTB.

Elaboração própria.

Quanto à faixa etária, predominam as contratações de trabalhadores com idade entre 30 e 39 anos, que concentram 33% da força produtiva do setor no estado - cenário espelhado também na média brasileira. A distribuição por faixas etárias, conforme mostra o gráfico 13, é bastante equilibrada, com três delas tendo pesos similares (18 a 24; 25 a 29; e 40 a 49 anos). Isso evidencia que, em certa medida, o setor valoriza os profissionais mais experientes, sem deixar de incorporar os mais jovens na cadeia produtiva.

Gráfico 13: Vínculos por faixa etária, Brasil e Espírito Santo, 2017



Fonte: RAIS - DEC nº 76.900/75 MTB.

Elaboração própria.

4.3.4 Análise regional

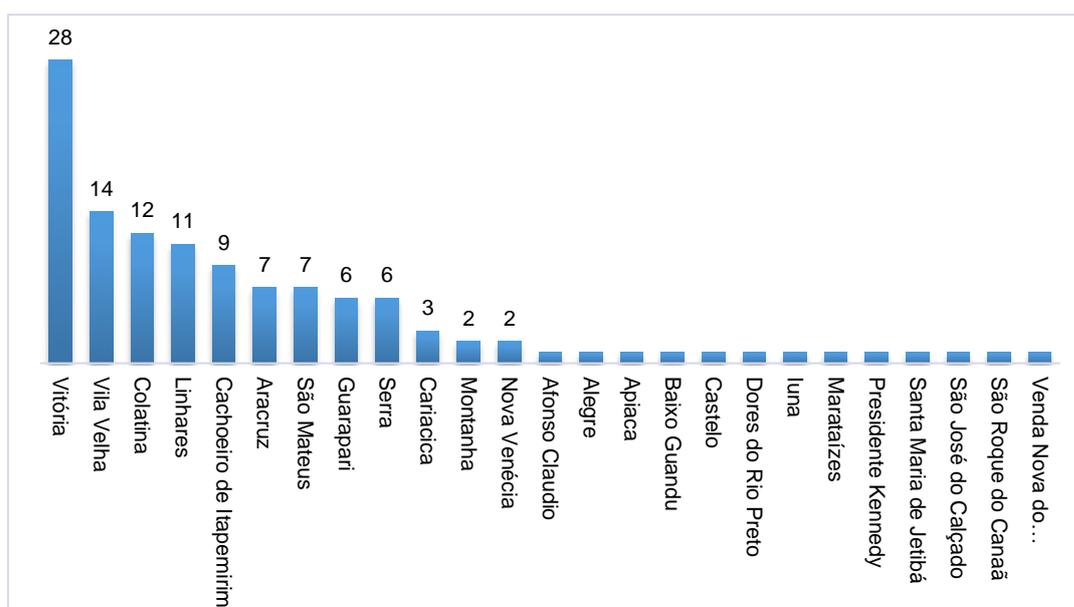
Os dados referentes ao ano-base 2017 mostram que os estabelecimentos do setor do audiovisual estão presentes em 25 dos 78 municípios do Espírito Santo, sendo que somente em Vitória concentram-se 23% deles, com 28 estabelecimentos, seguido por Vila Velha com 14, correspondendo a 12% do total, como indica o gráfico 14.

A capital e Vila Velha, juntas, abrigam mais de 1/3 das empresas do setor estadual. Os outros municípios com maior número de empresas estão fora da região metropolitana, com destaque para Colatina, Linhares e Cachoeiro de Itapemirim.

Vale ressaltar que Linhares e Cachoeiro de Itapemirim são as duas únicas cidades fora da região metropolitana que possuem uma Lei de Incentivo à Cultura. Em Linhares foi aprovada em 2015 a Lei Lastênio Calmon Junior, a fim de desburocratizar o acesso ao incentivo cultural na cidade. A lei deu nova redação a outras criadas anteriormente também voltadas para a cultura, mas que estavam inativas há 10 anos.

Já Cachoeiro de Itapemirim conta com a Lei Rubem Braga desde 1991 e se destaca também pela sua história de desenvolvimento precoce, sendo a primeira cidade a receber luz elétrica no estado. Colatina, por sua vez, se tornou referência com o polo de confecções, que funciona também como um vetor de desenvolvimento atraindo empreendimentos diversos para a cidade. Outro fator a considerar é o parque educacional bem desenvolvido, que conta com dois *campi* do Ifes e faculdades particulares, possibilitando a permanência da população jovem na cidade.

Gráfico 14: Número de estabelecimentos por município no Espírito Santo, 2017



Fonte: RAIS - DEC nº 76.900/75 MTB.

Elaboração própria.

Em 2010, quando o mercado do audiovisual capixaba centrava-se no final da cadeia produtiva, na comercialização e difusão dos produtos, verifica-se que os municípios apresentados na tabela 14 possuíam apenas estabelecimentos de venda ou aluguel de fitas, DVDs e similares. Na região metropolitana o cenário era similar: em Vila Velha, das 18 empresas, 13 eram de venda ou aluguel (72%), e na Serra, das 16, 12 (75%) correspondiam a alguma dessas atividades em 2010.

Tabela 14: Municípios que possuem apenas estabelecimentos de comércio ou aluguel, 2010

Município	Comércio Varejista de Discos, Cds, Dvds e Fitas	Aluguel de Fitas de Vídeo, Dvds e Similares	Total
Alegre	1	0	1
Barra de São Francisco	1	1	2
Fundão	0	1	1
Iúna	0	1	1
João Neiva	0	1	1
Marataízes	0	2	2
Marechal Floriano	0	2	2
Montanha	2	2	4
Pedro Canário	1	0	1
Santa Teresa	0	1	1
São Gabriel da Palha	1	1	2
São Roque do Canaã	0	1	1
Venda Nova do Imigrante	1	2	3
Viana	0	1	1
Subtotal	7	16	23
Total Geral	38	78	187

Fonte: RAIS - DEC nº 76.900/75 MTB.

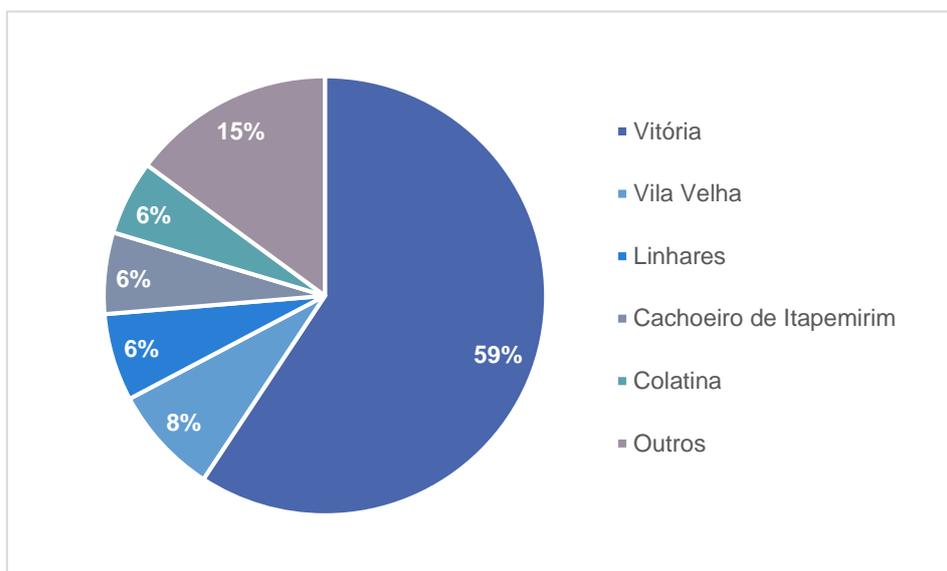
Elaboração própria.

Também se identifica certa interiorização das emissoras de TV aberta, com presença delas em oito municípios do estado em 2010 - cenário que não se expandiu no período posterior, tendo o segmento crescido em número de estabelecimentos, mas não em abrangência territorial. Em contraponto, o parque exibidor cresceu nos dois sentidos: de 7 municípios, passou a abranger 11; e de 13 estabelecimentos, aumentou para 19 em 2017. Ainda assim, a cobertura equivale a apenas 14% dos municípios capixabas.

Com a diversificação da cadeia produtiva, a partir do desenvolvimento do segmento de produção e pós-produção cinematográfica, duas cidades da região metropolitana e duas do interior do estado despontaram no cenário: a capital passou de 7 para 9 empresas de produção e uma de pós-produção; Serra, que não tinha nenhuma empresa dos segmentos, passou a abrigar duas de produção e uma de pós-produção; e Colatina dobrou o número, de duas para 4 empresas; assim como Linhares, que igualmente dobrou de 2 para 4 e passou também a ter uma de pós-produção.

O emprego se concentra massivamente em Vitória, com 810 vínculos, representando 59% do total. Com menor expressão segue Vila Velha, absorvendo 8% dos trabalhadores, enquanto Linhares, Cachoeiro de Itapemirim e Colatina, que também se destacaram em número de empresas, acolhem 6% dos vínculos cada uma, segundo o gráfico 15.

Gráfico 15: Total de vínculos por município no Espírito Santo, 2017



Fonte: RAIS - DEC nº 76.900/75 MTB.

Elaboração própria.

Analisando-se pelo recorte de microrregiões, na Tabela 15 visualiza-se que a região metropolitana foi responsável pela concentração de 48% dos estabelecimentos, 76% dos vínculos e mais de 80% da massa salarial em 2017, seguida pela região do Rio Doce, que abriga empresas do audiovisual nos municípios de Linhares e Aracruz.

A região Central Sul, a terceira em número de vínculos, concentra seu destaque em Cachoeiro de Itapemirim, enquanto que outras cidades como Apiacá e Castelo são inexpressivas para o setor, possuindo apenas uma empresa cada. A região Centro-Oeste, por sua vez, apresentou pequeno crescimento no número de empresas desde 2010, devido à participação do município de Colatina, enquanto que São Roque do Canaã e Baixo Guandu abrigaram apenas uma empresa cada, sendo essas as únicas cidades da região que possuem alguma empresa do setor.

Tabela 15: Total de estabelecimentos, vínculos, remuneração média e massa salarial por microrregião no Espírito Santo, 2017

Microrregião	Estab.	Vínculos	Remuneração média	Participação na Massa salarial (%)
Metropolitana	57	1.037	R\$ 3.065,33	82,7
Rio Doce	18	110	R\$ 2.058,43	5,9
Central Sul	11	83	R\$ 2.603,39	5,6
Centro-Oeste	14	78	R\$ 1.813,99	3,7
Nordeste	9	40	R\$ 1.498,17	1,6
Caparaó	4	6	R\$ 1.054,32	0,2
Litoral Sul	2	3	R\$ 1.173,59	0,1
Noroeste	2	4	R\$ 1.114,59	0,1
Sudoeste Serrana	2	5	R\$ 1.184,98	0,2
Central Serrana	1	1	R\$ 855,55	0,0
Total	120	1.367	R\$ 2.811,82	100,0

Fonte: RAIS - DEC nº 76.900/75 MTB.

Elaboração própria.

4.3.5 Ocupações criativas e não criativas do setor

Além do recorte setorial, a economia criativa pode ser mensurada também pelo enfoque da ocupação dos trabalhadores. Nesse caso, as atividades criativas – aqui ligadas ao audiovisual – são analisadas independentemente de os trabalhadores estarem vinculados ao setor do audiovisual ou a outra área da economia. Inclui-se, por exemplo, tanto um cinegrafista alocado em uma produtora de cinema, como em uma agência de publicidade ou empresa do ramo educacional.

Assim, da mesma forma que há profissionais com ocupação do audiovisual vinculados a outros setores da economia, também existem diversos trabalhadores empregados pelo setor do audiovisual que exercem atividades de apoio, como assistentes administrativos, contadores, recepcionistas, auxiliares de serviços gerais, entre outros.

Essas categorias são chamadas de “classes criativas”, segundo definição de Florida (2002), e podem ser definidas em quatro situações:

- **Criativos especializados:** são os trabalhadores que exercem ocupações criativas e que estão alocados nos setores da economia criativa, como é o caso, por exemplo, dos diretores de cinema, roteiristas, diretores de arte, que trabalham em empresas produtoras de cinema;
- **Criativos embutidos:** engloba os profissionais criativos alocados em setores distintos da sua profissão. Exemplos: cinegrafista vinculado a uma agência de publicidade; designer gráfico empregado em uma produtora de cinema;

- **Ocupações de apoio:** são os trabalhadores que exercem atividades não criativas empregados por setores criativos. Exemplos: contador e auxiliar administrativo em empresa do audiovisual.

- **Outras ocupações:** são os trabalhadores que não exercem uma atividade criativa nem trabalham em um setor criativo. Exemplos: motorista em uma empresa de transporte.

A seguir, no Quadro 1, há uma demonstração das quatro situações descritas. Para esta pesquisa, o foco é investigar e analisar os trabalhadores especializados do setor do audiovisual e os criativos embutidos que poderiam estar no setor audiovisual, mas estão empregados em empresas com outras atividades-fim. Isso permite uma compreensão mais abrangente da realidade dos profissionais do audiovisual na economia formal capixaba.

Quadro 1 - Situações de relação entre profissional e empresa

Classe criativa	Profissional	Empresa	Exemplos
Situação 1 (Criativos especializados)	Ocupação criativa do audiovisual	Empresa do setor de audiovisual	Editor de vídeo vinculado a uma produtora de cinema
Situação 2.1 (Criativos embutidos)	Ocupação criativa do audiovisual	Empresa de outro setor	Cinegrafista alocado em agência de publicidade
Situação 2.2 (Criativos embutidos)	Ocupação criativa, exceto do audiovisual	Empresa do setor de audiovisual	Designer gráfico alocado em uma produtora de audiovisual
Situação 3 (Ocupações de apoio)	Ocupação não criativa	Empresa do setor de audiovisual	Contador, técnico de manutenção, auxiliar administrativo, em uma produtora de audiovisual
Situação 4 (Outras ocupações)	Ocupação não criativa	Empresas que não fazem parte da economia criativa	Administrador em uma empresa de comércio varejista

Fonte: Adaptado de Oliveira, 2013, p. 24.

Elaboração própria.

As ocupações criativas especializadas do setor audiovisual são aquelas cujo principal insumo é a criatividade e que a sua presença na cadeia produtiva é fundamental e indissociável, como é o caso dos roteiristas, produtores, diretores de fotografia, entre outros, que são essenciais para a realização de um filme, por exemplo.

Essas ocupações²⁵ foram selecionadas a partir da Classificação Brasileira de Ocupações - CBO 2002 com base em diversos estudos que as consideram como atividades econômicas criativas. Não inclui, deste modo, atividades exclusivamente técnicas e operacionais ou relacionadas à fabricação ou comercialização de bens criativos, ainda que sejam elementos primordiais da cadeia produtiva.

A tabela 16 apresenta as 10 atividades com maior número de vínculos empregados pelo setor do audiovisual no Espírito Santo em 2017. No topo do *ranking* estão os assistentes administrativos, com 90 vínculos, seguidos pelos operadores de câmera de televisão, com 78 vínculos, editores, com 74, e repórteres (exclusive rádio e televisão), com 59 vínculos empregatícios. Nota-se que entre as 10 atividades, apenas 4 (destacadas em amarelo) são consideradas ocupações criativas especializadas, por requisitarem um domínio não apenas técnico da profissão, mas também uma dimensão simbólica na geração do produto ou serviço. Logo, predominam as ocupações de apoio dentro do setor audiovisual.

Tabela 16: Ranking das ocupações com vínculo no setor audiovisual, Espírito Santo, 2017

Ranking	CBO Ocupação 2002	Nº de vínculos
1º	Assistente Administrativo	90
2º	Operador de Câmera de Televisão	78
3º	Editor*	74
4º	Repórter (exclusive Rádio e Televisão)	59
5º	Vendedor de Comércio Varejista	59
6º	Atendente Comercial (Agência Postal)	56
7º	Auxiliar de Escritório, em geral	51
8º	Técnico em Operação de Equipamentos de Produção para Televisão e Produtoras de Vídeo	50
9º	Repórter de Rádio e Televisão	46
10º	Editor de TV e Vídeo	45
Subtotal		608
Outros		759
Total		1.367

Fonte: RAIS - DEC nº 76.900/75 MTB.

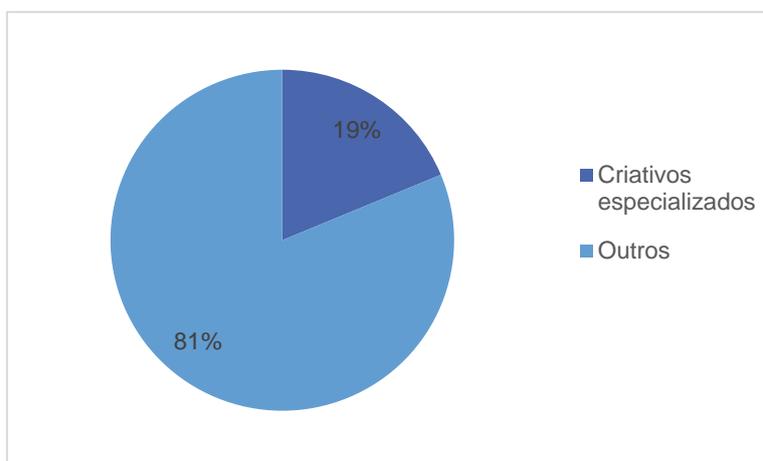
Elaboração própria.

²⁵ A lista com todas as ocupações que compõem o setor do audiovisual no Espírito Santo extraídas da RAIS está disponível no anexo I.

Nota: *Integra a família 2611 dos CBO's, que descreve a atividade como pertencente ao domínio do profissional do jornalismo. Na listagem completa, a ocupação de editor de vídeo aparece com número menor de vínculos.

Nesse universo de trabalhadores empregados pelo setor, apenas 19%, portanto, correspondem a ocupações de criativos especializados, como aponta o gráfico 16. Essa proporção equivale ainda a um crescimento de 1,7 pontos percentuais em relação a 2010. Ou seja, o total de vínculos diminuiu, mas o número de criativos com ocupação do audiovisual empregados pelo próprio setor teve uma leve evolução.

Gráfico 16: Participação de criativos especializados do setor audiovisual, Espírito Santo, 2017



Fonte: RAIS - DEC nº 76.900/75 MTB.

Elaboração própria.

As ocupações do audiovisual, incluindo tanto as criativas (destaque em amarelo) como as não-criativas, somam 33 atividades. Na tabela 17 estão listadas conforme o número de vínculo existente no ano de referência, independentemente de qual setor os profissionais estão alocados.

Tabela 17: Ocupações em atividades do audiovisual, Espírito Santo, 2010 - 2017

CBO Ocupação 2002	2010	2017
Locutor de Rádio e Televisão	214	174
Técnico em Operação de Equipamentos de Produção para Televisão e Produtoras de Vídeo	125	167
Operador de Câmera de Televisão	124	145
Repórter (Exclusivo Rádio e Televisão)	110	115
Repórter de Rádio e Televisão	96	107
Montador de Filmes	106	77
Editor de TV e Vídeo	38	67
Supervisor Técnico Operacional de Sistemas de Televisão e Produtoras de Vídeo	48	53
Diretor de Arte	57	46
Técnico em Operação de Equipamento de Exibição de Televisão	24	29
Produtor de Televisão	5	15

Operador de Projetor Cinematográfico	29	13
Comentarista de Rádio e Televisão	24	11
Tecnólogo em Produção Audiovisual	2	9
Técnico em Operação de Equipamentos de Transmissão/Recepção de Televisão	55	9
Autor-roteirista	4	8
Produtor Cinematográfico	5	6
Âncora de Rádio e Televisão	4	5
Maquinista de Cinema e Vídeo	5	4
Finalizador de Vídeo	1	4
Iluminador (Televisão)	8	3
Camareira de Televisão	3	3
Guarda-roupa de Cinema	0	2
Cenógrafo de TV	3	1
Crítico	1	0
Diretor de Cinema	1	0
Diretor de Programas de Televisão	1	0
Diretor de Fotografia	1	0
Cenotécnico (Cinema, Vídeo, Televisão, Teatro e Espetáculos)	4	0
Operador-mantenedor de Projetor Cinematográfico	3	0
Apresentador de Programas de Televisão	3	0
Finalizador de Filmes*	0	0
Cenógrafo de Cinema*	0	0
Total	1.104	1.073

Fonte: RAIS - DEC nº 76.900/75 MTB.

Elaboração própria.

Nota: Embora integrem as estatísticas nacionais, as ocupações de Finalizador de Filmes e Cenógrafo de Cinema não apresentaram vínculo no estado em 2010 e 2017.

Dentre os 1.073 trabalhadores que exerceram alguma atividade do audiovisual em 2017, seja criativa ou não criativa, quase 70%, o equivalente a 735 vínculos, estavam alocados em empresas de outro setor. Entre esses diversos empregadores estão agências de publicidade, organizações religiosas, educação superior, administração pública, artes cênicas, condomínios prediais, entre outros, conforme se observa na tabela 18.

Tabela 18: Ranking setores, exceto audiovisual, que mais empregam profissionais do audiovisual, Espírito Santo, 2017

	CNAE 2.0 Classe	Vínculos
1º	Atividades de rádio	219
2º	Edição integrada à impressão de jornais	143
3º	Atividades de organizações religiosas	48
4º	Agências de publicidade	23
5º	Atividades de monitoramento de sistemas de segurança	23
6º	Condomínios prediais	17

7º	Transporte rodoviário coletivo de passageiros, com itinerário fixo, intermunicipal, interestadual e internacional	15
8º	Administração pública em geral	15
9º	Aluguel de máquinas e equipamentos não especificados anteriormente	13
10º	Educação superior - graduação e pós-graduação	12
Subtotal		528
Total		735

Fonte: RAIS - DEC nº 76.900/75 MTB.

Elaboração própria.

Dada a diversidade de mais de 80 atividades econômicas que empregam os profissionais do audiovisual, pode-se afirmar que prevalece a sinergia entre essas áreas, evidenciando o perfil transversal do audiovisual. Em síntese, os profissionais do audiovisual estão alocados da seguinte forma no Espírito Santo:

Tabela 19: Alocação dos profissionais do audiovisual, Espírito Santo, 2017

CBO's 2002/CNAE	Outros Setores	Setor AV	Total
Criativos	537 (criativos embutidos)	256 (criativos especializados)	793
Não criativos	198 (ocupação de apoio, se setor criativo exceto audiovisual) (outras ocupações, se setor não criativo)	82 (ocupação de apoio)	280
Total	735	338	1.073

Fonte: RAIS - DEC nº 76.900/75 MTB.

Elaboração própria.

A tabela 19, acima, demonstra que o audiovisual no estado possui maior grau de dependência de criativos do que de profissionais de apoio, com total de 24% de especializados. Para cada atividade criativa exercida por esses 256 vínculos, são, portanto, mobilizados entre 3 e 4 empregados em ocupações de apoio, com maior número de vínculos fora do setor.

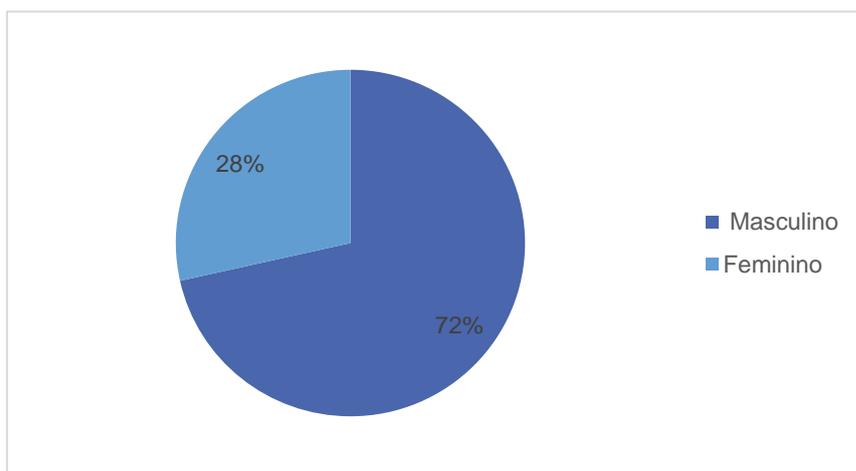
Entretanto, enquanto a dependência de criativos especializados é alta, a capacidade de absorção e especialização do setor ainda é baixa, dado o total de profissionais criativos do audiovisual que estão empregados fora do setor (537).

Dessa forma, restringindo o recorte às ocupações criativas do audiovisual, é possível estabelecer um perfil desses profissionais, no qual 72% são homens e apenas 28% são mulheres no Espírito Santo, como indica o gráfico 17. Entre as ocupações, quatro delas empregam apenas homens:

são as funções de iluminador (televisão), cenógrafo de TV²⁶, produtor cinematográfico e âncora de rádio e televisão.

Os traços de sexismo se perpetuam também em nível nacional, com as mulheres ocupando somente 24% das funções criativas entre as ocupações do audiovisual. Mais da metade desses postos ocupados por mulheres no mercado local se referem a repórter de rádio ou televisão. Já no cenário nacional elas se destacam também como produtoras de TV e de cinema, diretoras de arte, autor-roteiristas, e apresentadoras de programas de Televisão.

Gráfico 17: Distribuição de vínculos das ocupações criativas do audiovisual por sexo, Espírito Santo, 2017(%)



Fonte: RAIS - DEC nº 76.900/75 MTB.

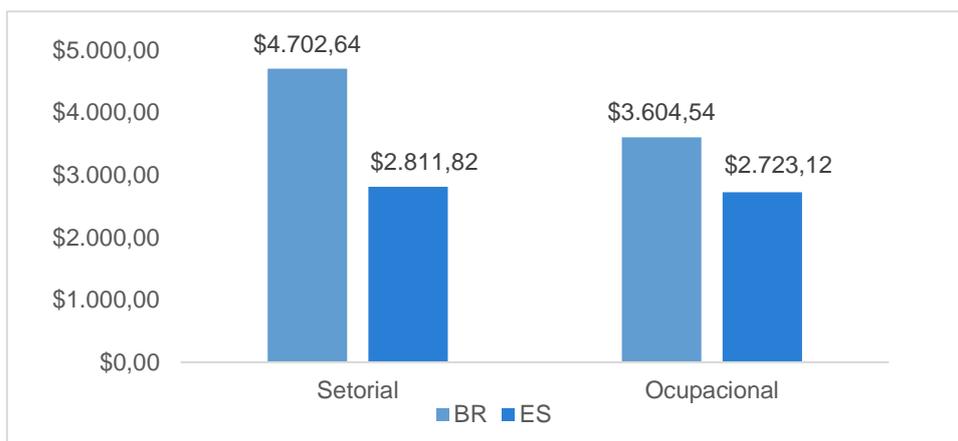
Elaboração própria.

Com menos vínculos totais e maior expressividade entre as ocupações relacionadas à Televisão, que, conforme visto, é o segmento que mais emprega e melhor remunera os profissionais, a média salarial das mulheres foi de 18% acima da média dos homens em 2017 no estado. Elas receberam em média R\$ 3.036,33, enquanto eles ganharam R\$ 2.598,28.

Já a média geral das ocupações criativas do audiovisual no estado foi de R\$ 2.723,12, ou seja, quase 25% a menos que a média brasileira, como aponta o gráfico 18. Nele, observa-se também que a remuneração das ocupações criativas é, em geral, pouco menor que a remuneração dos vínculos totais relativos ao setor. A remuneração média se inicia em R\$ 1.303,03 para a função de âncora de rádio e televisão e vai até R\$ 3.879,04 para os tecnólogos em produção audiovisual.

²⁶ No estado não há vínculo referente a cenógrafo de cinema, ocupação que empregou somente homens no país em 2017.

Gráfico 18: Remuneração média (R\$/mês) das ocupações criativas do audiovisual, Brasil e Espírito Santo, 2017



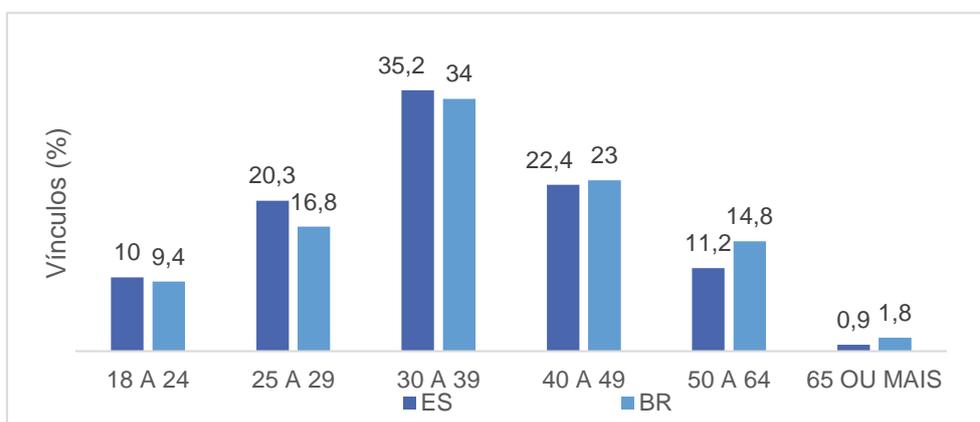
Fonte: RAIS - DEC nº 76.900/75 MTB.

Elaboração própria.

A soma de todos os rendimentos dos criativos do audiovisual no Espírito Santo representou 1,31% da massa salarial adicionada na economia pelas mesmas ocupações em todo o país em 2017, correspondendo a R\$ 2,15 milhões.

Já a distribuição por faixa etária, tanto entre os vínculos do Espírito Santo como da média brasileira, prevalece a mesma do recorte setorial, com o mercado absorvendo principalmente os trabalhadores entre 30 e 39 anos, que somaram 35% em 2017, como indica o gráfico 19.

Gráfico 19: Distribuição dos vínculos por faixa etária entre os profissionais das ocupações criativas do audiovisual, Espírito Santo, 2017 (%)



Fonte: RAIS - DEC nº 76.900/75 MTB.

Elaboração própria.

4.3.6 Microempreendedores Individuais do setor no Espírito Santo

Categoria bastante utilizada por quem trabalha por conta própria e por *freelancers* que desejam se formalizar, o Microempreendedor Individual (MEI) é pessoa jurídica, com limite de faturamento

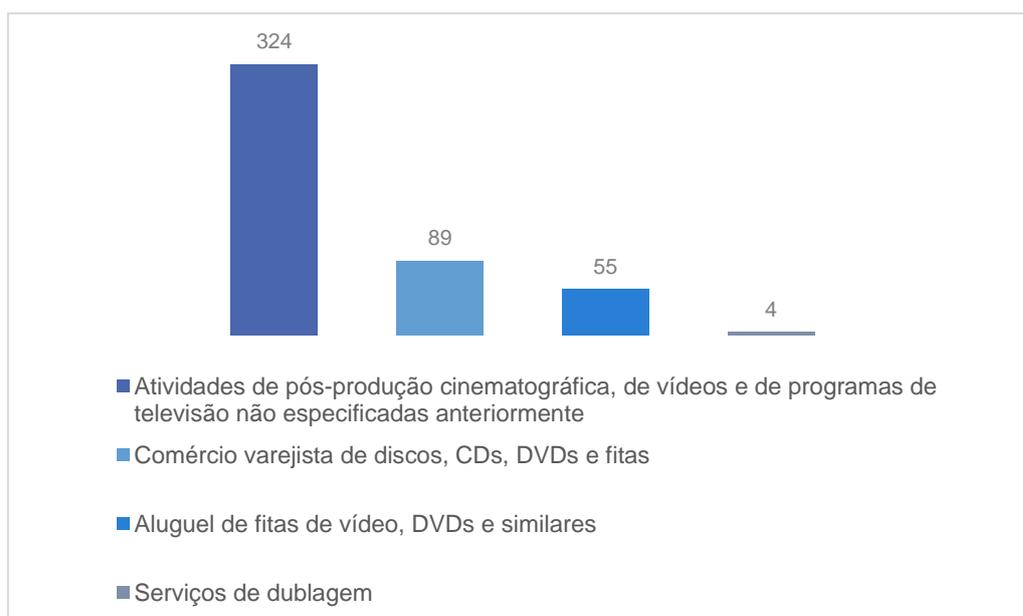
anual de R\$ 81mil reais e possibilidade de contratar até um funcionário. Permite, portanto, emitir nota fiscal e exige contribuição para a previdência social.

O trabalhador que opta pelo MEI pode prestar serviços tanto para pessoa física como jurídica e tem uma cartela de CNAE's restrita de atuação. A formalização por MEI se tornou um grande atrativo para *freelancers* do audiovisual em virtude da conjuntura do setor, na qual 80% dos estabelecimentos (RAIS) são de micro ou pequenas empresas – realidade que amplia as contratações de serviço por tempo determinado – e os projetos de realização de filmes, mostras e festivais são pontuais.

Dentre as CNAE's permitidas para o MEI, relacionadas à cadeia produtiva do audiovisual, há quatro opções: Atividades de pós-produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão; Serviços de Dublagem; Comércio Varejista de discos, CDs, DVDs e fitas; e Aluguel de Fitas de vídeo, DVDs e similares. A seguir serão apresentados os dados extraídos do Portal do Empreendedor relativos a agosto de 2018 e março de 2019. Como o Portal permite extração apenas do momento atual da coleta, não é possível traçar uma evolução histórica dos dados sobre os MEI's. A restrição às informações também não permite acessar dados como faturamento, data de criação e nenhum tipo de histórico cadastral dos microempresários e microempresas.

Conforme observa-se no gráfico 20, totalizam-se 472 CNPJ optantes pelo MEI nessas CNAEs no Espírito Santo, sendo a maior parte deles de pós-produção. Essa quantidade representa 293% a mais do que o total de empresas encontradas na RAIS em 2017 e equivale a 0,22% dos MEIs do estado e a 1,65% dos MEIs de audiovisual do país.

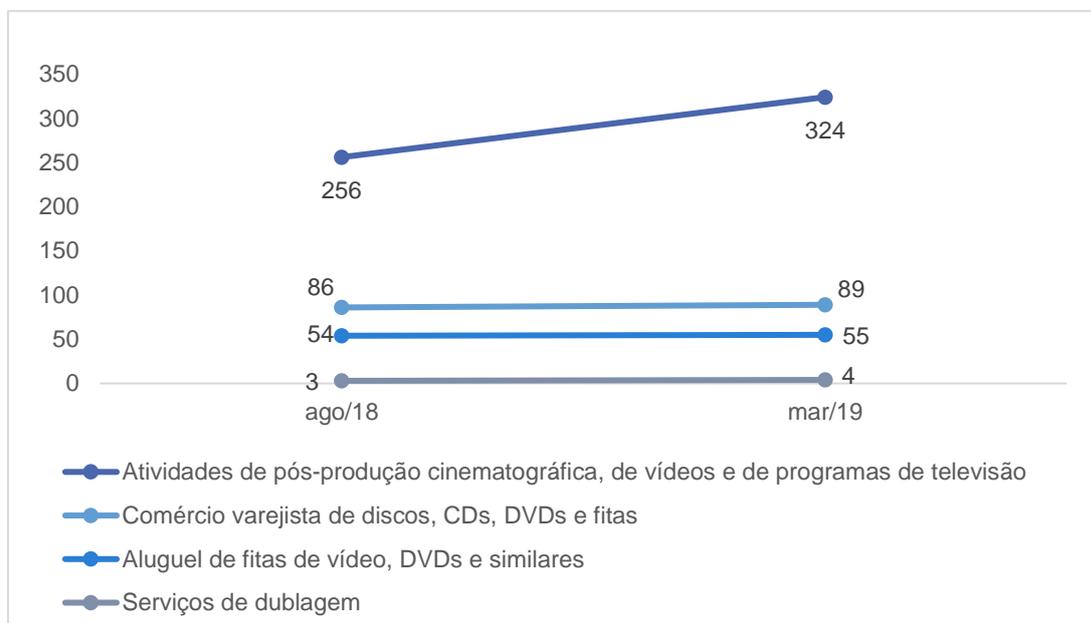
Gráfico 20: Total de MEI por CNAE do audiovisual no Espírito Santo, março de 2019



Fonte: Portal do Empreendedor.
Elaboração própria.

Entre as duas coletas realizadas para esta pesquisa, nota-se que houve uma evolução de 18% no total de microempreendedores individuais do audiovisual no estado nos últimos seis meses, um crescimento vinculado principalmente ao CNAE de pós-produção, como mostra o gráfico 21.

Gráfico 21: Evolução do total de MEI por CNAE do audiovisual no Espírito Santo, agosto de 2018 e março de 2019



Fonte: Portal do Empreendedor.

Elaboração própria.

Conforme se constata na Tabela 20, os MEI's do setor estão presentes em 54 municípios do estado, isto é, em mais da metade do território capixaba. Eles também estão concentrados na região metropolitana (Gráfico 22), mas, ao contrário do verificado em outros tipos de empresas, os MEI's aparecem com mais frequência em Vila Velha do que na capital. Entre as cinco cidades com maior incidência, apenas uma não é da Grande Vitória, sobressaindo Cachoeiro de Itapemirim com 27 MEI's ativos. Logo, apesar da pulverização, com crescimento acima de 10% na abrangência territorial no último semestre, grande parte ainda permanece na mesma região.

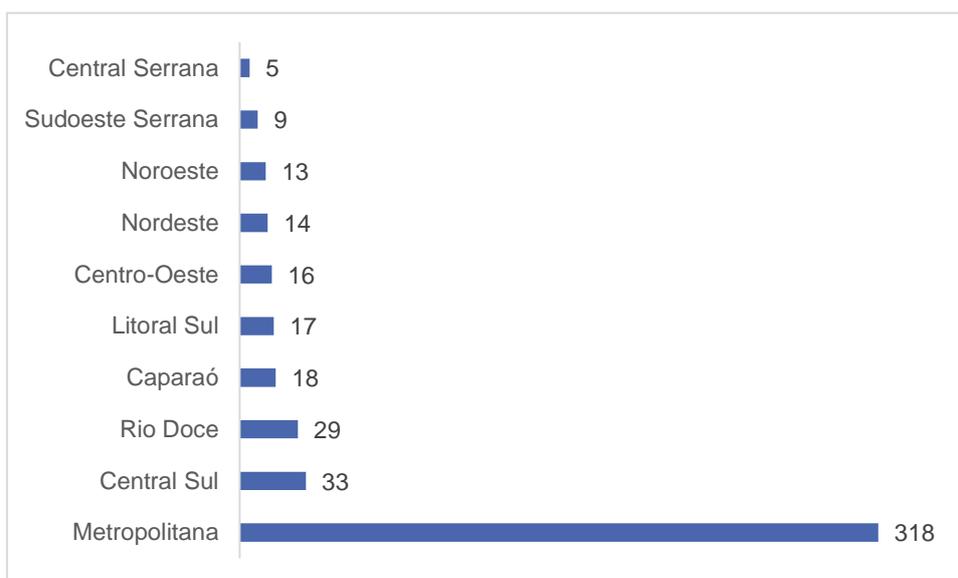
Tabela 20: Total de MEI por município, Espírito Santo, março de 2019

Município	Vínculos	Município	Vínculos
1º - Vila Velha	113	6º - Guarapari	19
2º - Vitória	106	7º - Linhares	18
3º - Serra	41	8º - Colatina	9
4º - Cariacica	33	9º - Aracruz	9
5º - Cachoeiro de Itapemirim	27	10º - São Mateus	7
Outros			90
Total			472

Fonte: Portal do Empreendedor.

Elaboração própria.

Gráfico 22: Total de MEI por microrregião no Espírito Santo, março de 2019

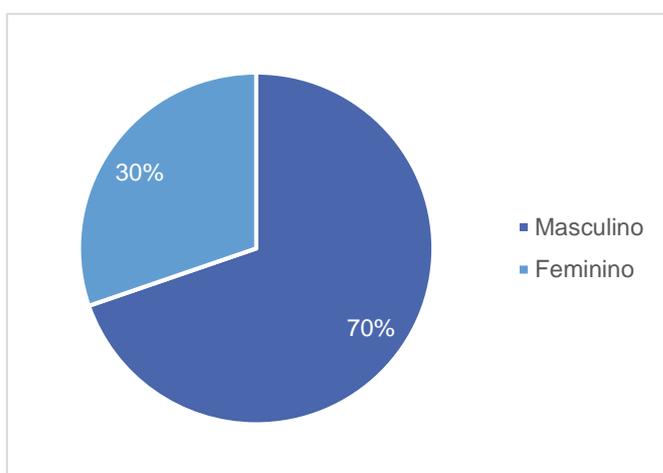


Fonte: Portal do Empreendedor.

Elaboração própria.

Confirmando a tendência verificada pelo recorte ocupacional, os MEI's também são predominantemente abertos por homens (70%), como mostra o Gráfico 23, o que corrobora com a percepção de que o setor apresenta pouca diversidade de gênero.

Gráfico 23: Porcentagem de MEI's por Sexo no Espírito Santo, março de 2019



Fonte: Portal do Empreendedor.

Elaboração própria.

4.3.7 Agentes Econômicos do Espírito Santo na Ancine

O órgão regulatório do audiovisual, a Agência Nacional de Cinema (Ancine), que também possui atribuições de fomento e fiscalização, tem o seu próprio cadastro de Agentes Econômicos (ANCINE/OCA, 2018b). Ele é pré-requisito para acessar alguns serviços vinculados à agência, como de registro de obras publicitárias e não publicitárias, emissão de CPB e CRT, arrecadação

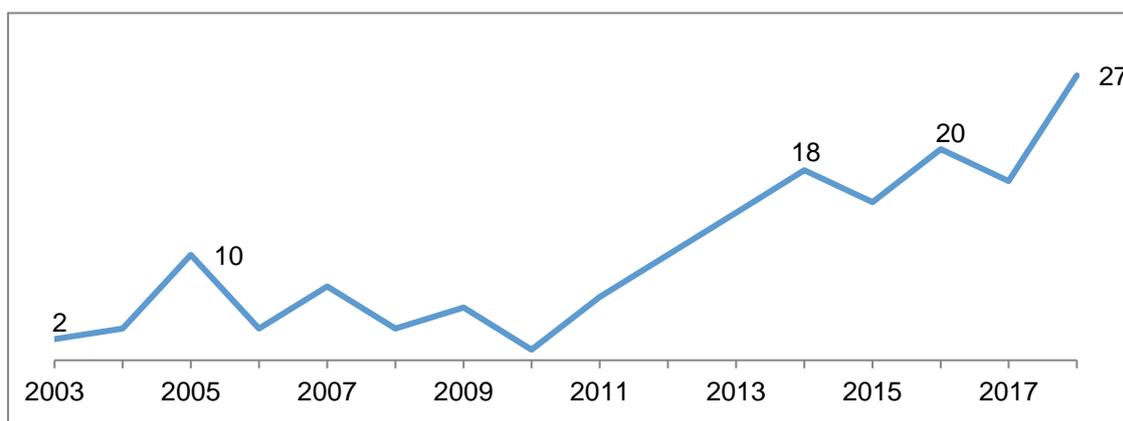
da contribuição obrigatória da CONDECINE, chamamentos públicos, autorização para captação de recursos, entre outros. Em nível estadual o cadastro também é exigido em algumas situações, como em determinados editais da Secretaria Estadual da Cultura (Secult/ES) em parceria com o FSA.

A obrigatoriedade do registro é designada às empresas que atuam no mercado audiovisual, desempenhando atividades de produção, distribuição e exibição de obras cinematográficas e videofonográficas, ou de programação e empacotamento no âmbito da comunicação audiovisual de acesso condicionado, a TV paga. Além da categoria obrigatória para o exercício destas atividades formalizada como cadastro jurídico completo, a Ancine também permite o registro nas modalidades “simplificado de pessoa jurídica” e “registro de pessoa natural”. Esta última modalidade é obrigatória nos casos de pessoa natural detentora de poder dirigente sobre o patrimônio de obras audiovisuais a serem registradas, segundo a Instrução Normativa nº91 (ANCINE, 2010).

O número de registros na Ancine, portanto, aponta com mais precisão para o nível de organização dos agentes atuantes no setor, por incluir aqueles que operam de maneira mais frequente e consolidada no mercado audiovisual.

O total de agentes cadastrados passou de dois, quando o processo se tornou obrigatório em 2003, para 161, em 2018, com 27 novos registros no último ano, conforme demonstra o Gráfico 24. A diferença entre anos subsequentes pode variar, pois é necessário que o cadastro seja revalidado a cada cinco anos.

Gráfico 24: Número total de novos Agentes Econômicos do Espírito Santo cadastrados na Ancine, de 2003 a 2018



Fonte: Ancine/OCA.

Elaboração própria.

Na Tabela 21, que apresenta o *ranking* das atividades econômicas principais das empresas cadastradas na Ancine, verifica-se que, do total de 161 empresas do Espírito Santo com registro ativo em 2018 (ANCINE/OCA, 2018b), 30 correspondem à produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão não especificadas anteriormente; 19 são de produção de filmes para

publicidade – cuja CNAE corresponde à subclasse da atividade de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão -, 18 são de pós-produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão não especificadas anteriormente; seguidas por 13 de estúdios cinematográficos e 10 de filmagem de festas e eventos – esta subclasse da CNAE de Atividades fotográficas e similares.

A lista soma 40 CNAE's principais diversos, que inclui também atividades sem paralelo com o audiovisual ou mesmo com o campo da comunicação, como Psicologia e psicanálise; Aluguel de imóveis próprios; Comércio varejista de artigos de vestuário e acessórios, Restauração e conservação de lugares e prédios históricos, entre outros. Isso pode ser explicado porque o registro de obras também inclui produtos de conteúdo como videoaulas, educativo e outros.

Tabela 21: Ranking dos agentes econômicos cadastrados na Ancine por CNAE principal, Espírito Santo, 2018

Atividade Econômica Principal	Nº de registros na Ancine
Atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão não especificadas (...)	30
Produção de filmes para publicidade	19
Atividades de pós-produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão não especificada (...)	18
Estúdios cinematográficos	13
Filmagem de festas e eventos	10
Agências de publicidade	8
Atividades de exibição cinematográfica	8
Atividades de produção de fotografias, exceto aérea e submarina	5
Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares não especificados anteriormente	4
Atividades de televisão aberta	4
Serviços de organização de feiras, congressos, exposições e festas	4
Total Geral	161

Fonte: Superintendência de Registro - SRE/ANCINE - Sistema Ancine Digital (SAD). Dados consolidados em 21/11/2018.

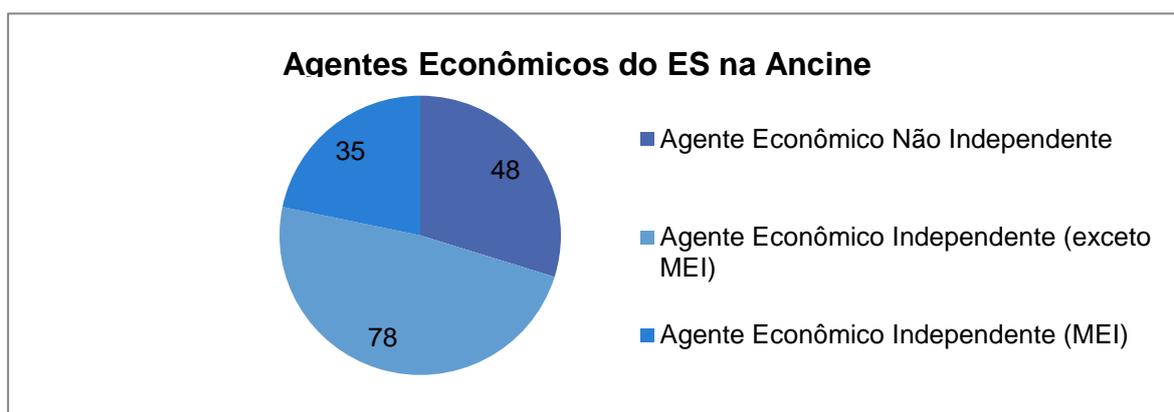
Elaboração própria.

Entre os registros, 113 agentes econômicos são classificados como produtoras brasileiras independentes, como mostra o Gráfico 25. Essa classificação é realizada mediante pedido feito pela empresa à Ancine via formulário e permite, por exemplo, que a produtora realize captação de recursos para os seus projetos através das Leis de Incentivo Federais e do Fundo Setorial de Audiovisual, participe de editais, entre outras prerrogativas. Dentre os requisitos para que as empresas sejam enquadradas como independentes inclui, segundo a Instrução Normativa nº 104, o impedimento de “ser controladora, controlada ou coligada a programadoras, empacotadoras, distribuidoras ou concessionárias de serviço de radiodifusão e de manter vínculo de exclusividade que a impeça de produzir ou comercializar para terceiros os conteúdos audiovisuais por ela produzidos” (ANCINE, 2012a). As empresas que não solicitarem o

enquadramento ou que não se encaixarem nos requisitos, são automaticamente consideradas não independentes. Por isso, entre a totalidade de agentes econômicos, há, por exemplo, MEI's que estão classificados como não independentes.

Desse montante de agentes econômicos independentes do estado, 35, conforme se visualiza no Gráfico 25 e na Tabela 22, correspondem a cadastros de MEI's. A distinção é importante porque é vedado que a proposta seja inscrita por pessoa física, pessoa jurídica sem fins lucrativos ou MEI em determinadas chamadas públicas para investimento do FSA, por exemplo.

Gráfico 25: Total de agentes econômicos cadastrados na Ancine classificados por Independente e Não Independente, Espírito Santo, 2018



Fonte: Superintendência de Registro - SRE/ANCINE - Sistema Ancine Digital (SAD). Dados consolidados em 21/11/2018.

Elaboração: própria.

Tabela 22: Total de agentes econômicos independentes e não independentes cadastrados na Ancine por natureza jurídica, Espírito Santo, 2018

Natureza jurídica	Nº de de Registros na Ancine
Associação Privada	4
Empresa Individual de Responsabilidade Limitada (de Natureza Empresária)	7
Empresário (Individual)	35
Sociedade Empresária Limitada	64
Sociedade Simples Limitada	3
Total Geral	113

Fonte: Superintendência de Registro - SRE/ANCINE - Sistema Ancine Digital (SAD). Dados consolidados em 21/11/2018.

Elaboração: própria.

A crescente presença de agentes econômicos do estado na Ancine é um indicador de maior formalização do setor e maturidade organizacional das empresas, pois demonstra um aprimoramento do conhecimento sobre os processos regulatórios de desenvolvimento do audiovisual como negócio criativo.

Todavia, o número ainda baixo de agentes econômicos independentes na Ancine limita as perspectivas de competitividade para o setor, restringindo a diversidade e o volume de captação de recursos.

Um dos reflexos dessa limitação é o número de Certificado de Produto Brasileiro (CPB) e de Certificado de Registro de Título (CRT) emitidos aos agentes econômicos com sede no Espírito Santo. A Tabela 19 traz a relação anual dos certificados deferidos, divulgada via Sistema Eletrônico do Serviço de Informações ao Cidadão (e-SIC) por solicitação da pesquisa no mês de outubro de 2019. O CPB também traz a garantia de que uma obra foi finalizada, não podendo, por exemplo, o mesmo conteúdo pleitear recursos para produção. Ele é um dos primeiros requisitos exigidos ao produtor no momento de negociação dos direitos de exibição de uma obra. A requisição somente pode ser feita pelo detentor majoritário do poder dirigente sobre o patrimônio da obra audiovisual.

Conforme a Tabela 23, até o primeiro semestre de 2019 foram emitidos 260 CPBs e 126 CRTs (estes apurados somente de obras não publicitárias, foco da pesquisa).

Além disso, a Ancine estabelece que o CRT não pode ser emitido sem que a obra já possua o CPB. Por ele, é também declarado para qual segmento de mercado a obra pertence (salas de exibição, vídeo doméstico, TV Aberta, TV Paga, e outros). Para obtê-lo é necessário ainda o pagamento da CONDECINE respectiva, que varia de acordo com a duração da obra e os segmentos a que se destina. Atualmente, cada cobrança varia de R\$60 a R\$3mil.

Com a Instrução Normativa nº 104, o processo de requerimento se tornou menos burocrático, com toda tramitação realizada eletronicamente pelo Sistema Ancine Digital quase integralmente, exceto pela obrigatoriedade de envio da mídia digital para CPB.

Tabela 23: Total de CPBs e CRTs emitidos por ano, por agentes econômicos com sede no ES, 2010-2018

Ano	Nº de CPBs emitidos por ano, requeridos por agentes econômicos com sede no Espírito Santo	Nº de CRTs de obras não publicitárias brasileiras emitidos por ano, requeridos por agentes econômicos com sede no Espírito Santo.
2010	6	1
2011	11	4
2012	10	2
2013	40	9
2014	19	4
2015	40	15
2016	55	15
2017	50	19
2018	30	50
2019 (1ºsem.)	29	7
Total Geral	290	126

Fonte: Ancine, via requisição pela Lei de Acesso à Informação.
Elaboração própria.

Já o número de longas-metragens capixabas lançados comercialmente em salas de exibição mostra uma alavancada a partir dos editais de fomento da Secult. Segundo registros da Ancine, com base no período de 1995²⁷ a 2018 (ANCINE/OCA, 2019d), historicamente apenas sete filmes realizados por Empresa Produtora Brasileira Majoritária do Espírito Santo chegaram às salas de cinema do circuito nacional (Tabela 24).

Tabela 24: Títulos lançados comercialmente em salas de exibição produzidos por empresas produtoras brasileiras majoritárias sediadas no ES

Ano de Lançamento	Título	Direção	Gênero	Empresa Produtora Brasileira Majoritária ²⁸	UF	Empresa Produtora Minoritária Brasileira	UF	Distribuidora	Máx. de Salas
2018	Mata Negra	Rodrigo Simões Aragão	Ficção	Fábulas Negras Produções Artísticas	ES	Finordia Produções	ES	Elo Company	22
2018	O Jabuti E A Anta	Eliza Ribeiro Capai	Documentário	Usina de Imagens	ES	1979 Curadoria e Criatividade Musical e Sonora/Associação Civil Greenpeace/Marina Yamaoka/Daesquina/Carol Quintanilha	SP	Taturana	1
2018	Os Incontestáveis	Alexandre de Jesus Serafini	Ficção	Ladart Produções	ES	-	-	Livres Distribuidora	12
2016	Teobaldo Morto, Romeu Exilado	Rodrigo de Oliveira	Ficção	Pique-Bandeira Filmes	ES	Rodrigo de Oliveira	-	Pique-Bandeira Filmes	3
2014	Mar negro	Rodrigo Aragão	Ficção	Fábulas Negras Produções Artísticas	ES	-	-	Petrini	ND

²⁷ Anterior a essa série histórica, foram lançados os longas Vagas para moças de fino trato (1993), de Paulo Thiago, e Lamarca (1994), de Sérgio Rezende.

²⁸ Empresa Produtora Brasileira Majoritária: é a empresa produtora brasileira com maior percentual de cota patrimonial, de acordo com dados disponíveis no campo Produtor do Certificado de Produto Brasileiro (CPB).

2013	As horas vulgares	Rodrigo de Oliveira/Vitor Graize	Ficção	Patuléia Filmes	ES	-	-	Petrini	ND
1997	O Amor Está no Ar	Amylton de Oliveira	Ficção	LCA Produções	ES	-	-	RioFilme	3

Fontes: ANCINE - SALIC (Sistema de Apoio às Leis de Incentivo à Cultura) e ANCINE - SADIS (Sistema de Acompanhamento da Distribuição em Salas de Exibição), Filme B e Apuração Ancine.

Elaboração própria.

Um hiato de 16 anos marcou, portanto, os lançamentos comerciais de longas-metragens produzidos no Espírito Santo, o que não significa que a produção não aconteceu nesse período. O longa-metragem *A Morte da Mulata*, dirigido por Marcel Cordeiro, por exemplo, foi produzido em 2001, entretanto, não chegou às salas de cinema.

Os dados expõem um evidente desequilíbrio na cadeia produtiva do audiovisual no estado, resultante da fraqueza de um dos seus pilares – a distribuição, etapa que engloba não apenas a presença de distribuidoras atuantes no estado (ANCINE/OCA, 2019c), mas também agentes de vendas interessados em trabalhar as obras comercialmente e recursos de fomento específicos para finalização, comercialização e distribuição - tanto para salas de cinema como TVs e *streaming*.

Como consequência, mesmo que finalizado, o filme capixaba não chega ao grande público. A baixa presença dos filmes capixabas até o ano de 2017 nas salas comerciais de cinema corrobora, dessa forma, com uma percepção de invisibilidade da produção local, tanto dentro quanto fora do estado.

Para visualizar um panorama atualizado, o Edital nº 014 de 2019 “Comercialização de Longa”, lançado pela Secult em parceria com o FSA, que visava a seleção de projetos de comercialização de obras cinematográficas de longa de ficção, animação ou documentário, com destinação inicial ao mercado de salas de exibição, recebeu apenas uma proposta. Os projetos também deveriam atingir, no mínimo, 10 salas de exibição ou, ao menos, 140 sessões ao longo do período de exibição (ESTADO DO ESPÍRITO SANTO, 2019). Já os editais voltados para o formato seriado e para o segmento televisivo, receberam diversas propostas e devem revigorar o mercado capixaba com conteúdo em narrativas seriadas.

Na Tabela 25, são divulgados os projetos aprovados financiados via FSA que contemplaram empresas produtoras sediadas no Espírito Santo, em diferentes chamadas públicas do Prodav e Prodecine, entre 2008 e 2017.

Tabela 25: Listagem de projetos selecionados pelo FSA de empresa sediada no ES, 2008-2017

Ano da Chamada	Nome da Chamada	Ano da Seleção	Título da obra/Nome do Núcleo/Módulo	Empresa Beneficiária	Investimento FSA
2016	Prodav 05	2018	Viagem à Xibalbá	Horizonte Líquido Produções Culturais	R\$ 150.000,00
2015	Prodav 11	2016	Habitação Social - Projetos de Um Brasil	Pique-Bandeira Filmes	R\$ 1.014.000,00
2014	Prodav 11	2015	Zora Curiosa	Ventania Filmes	R\$ 162.000,00
2016	Prodecine 01	2017	O cemitério das almas perdidas	Fábulas Negras Produções Artísticas	R\$ 1.100.000,00
2014	Prodecine 05	2015	Mata Negra	Fábulas Negras Produções Artísticas	R\$ 629.061,00
2013	Prodecine 04	2018	O Destino das Sombras	Finordia Produções	R\$ 120.000,00

Fonte: FSA.

Elaboração própria.

Em dois anos consecutivos, houve empresas sediadas no Espírito Santo contempladas pelas chamadas públicas do Prodav 11 - Sudeste, que se destina à seleção de projetos de produção independente de obras audiovisuais com destinação inicial às TVs Públicas. A série Habitação Social²⁹ - Projetos de Um Brasil, da Pique-Bandeira Filmes, estreou na TV Aberta através da TV Cultura e foi também disponibilizada nacionalmente para todas as TVs Universitárias,

²⁹ Ver mais em: <http://www.piquebandeira.com.br/projetos>

Comunitárias, Educativas e Culturais. Em 13 episódios, a obra documental, dirigida por André Manfrim, traça um panorama da habitação de interesse social no Brasil, que vai das vilas operárias às ocupações de movimentos contemporâneos de luta pela moradia.

Já Zora Curiosa, de Diego de Jesus, é uma série infantil de 27 episódios, com duração de dois minutos, que narra a história da pesquisadora Zora, vinda do planeta Zoso ao Brasil para aprender brincadeiras com crianças de diversas origens. Também teve longa trajetória nas TVs Públicas em 2017 e 2018. Mais recentemente, em 2018, a Chamada Pública Prodav 05 de 2016 contemplou entre os selecionados a série “Viagem à Xibalbá”, de Sáskia Sá, que está em desenvolvimento.

O que se pode constatar é que houve um expressivo aumento de contemplados de empresas e realizadores do Espírito Santo nas chamadas públicas do FSA, principalmente a partir de 2014. Editais mais recentes, incluindo do MinC, também contemplaram empresas e realizadores capixabas em categorias novas como transmídia e jogos eletrônicos.

4.3.8 Classificação de nível das produtoras brasileiras independentes na Ancine

Para fins de captação de recursos por meio do fomento indireto, além de serem classificadas como produtoras brasileiras independentes, as empresas também devem obter a classificação de nível junto à Ancine. Regulamentada pela Instrução Normativa nº119 (ANCINE, 2015), a classificação de nível permite que os recursos sejam distribuídos de forma equilibrada atendendo a empresas proponentes de diferentes portes e características, estabelecendo também diversas faixas de investimento.

O nível é, atualmente, determinado pelo número de obras audiovisuais produzidas e se constitui como critério para definir o limite máximo autorizado para captação. A empresa que não requisitar a avaliação junto à Ancine, será automaticamente enquadrada no nível 1. Alcança o nível seguinte a empresa que tiver no mínimo duas obras audiovisuais consideradas³⁰ para a pontuação, sendo autorizada a captar até R\$ 15 milhões. Também é necessária a comprovação de comunicação pública das obras nos segmentos de salas de exibição³¹, vídeo doméstico, TV aberta, TV paga ou

³⁰ São consideradas para fins de pontuação na classificação de nível pela Ancine, segundo a Instrução Normativa nº 119, as obras audiovisuais não seriadas com duração superior a 50 minutos, dos tipos ficção, documentário, animação; as obras audiovisuais seriadas, com mínimo de quatro capítulos ou episódios, e duração total mínima de 90 minutos, dos tipos ficção, documentário, reality-show ou variedades; e obras seriadas do tipo animação, com duração mínima total de 20 minutos e com mínimo de quatro capítulos ou episódios (ANCINE, 2015). Somente são consideradas as obras produzidas a partir de 1994.

³¹ No caso de obra audiovisual com comprovação de comunicação pública no segmento de mercado de salas de exibição, é exigido o mínimo de uma semana de exibição cinematográfica.

vídeo por demanda. As faixas seguintes podem ser visualizadas na Tabela 26, sendo o limite máximo autorizado para a captação de recursos de fomento indireto R\$100 milhões.

Tabela 26 - Critérios para classificação de nível das empresas na Ancine e limite máximo autorizado para captação de recursos

Nível	Requisito mínimo de Nº de obras audiovisuais	Teto de captação (R\$)
1	-	5.000.000,00
2	2 obras	15.000.000,00
3	4 obras	35.000.000,00
4	6 obras	70.000.000,00
5	12 obras	100.000.000,00

Fonte: Ancine.

Elaboração própria.

4.4 Parque exibidor

A exibição constitui atualmente um tema central da cadeia produtiva do audiovisual por garantir, junto à distribuição, a democratização do acesso do público às obras audiovisuais e sua fruição.

Pode-se dividi-la por dois fins: o comercial, representado pelas salas de cinema, VoD e TVs comerciais; e o não-comercial, formado por cineclubes, festivais, mostras de cinema e TVs públicas, por exemplo. Estes asseguram a diversidade de obras, acessibilidade e a formação de público; enquanto aqueles focam no desempenho comercial pelo resultado das bilheterias e audiência.

Segundo dados divulgados pela Ancine, através do Informe Anual Salas de Exibição (ANCINE/OCA, 2019a) o parque exibidor brasileiro encerrou o ano de 2018 com 3.347 salas de exibição em funcionamento - um crescimento de 3,8% em relação ao ano anterior. Dessas, 373 são cinemas de rua e o restante está localizada em *shopping centers*. Com o aumento gradual ocorrido nos últimos anos, o panorama nacional do parque exibidor ultrapassou o recorde alcançado na década de 1970, quando o número de salas no país chegou a 3.276 durante a expansão ocorrida no período da Embrafilme.

Contudo, inversamente ao crescimento do parque exibidor (Tabela 27), em 2018 houve uma redução de 9,8% de público, sendo a maior queda da venda de bilheteria da década. O total de venda de ingressos se aproximou dos números de bilheteria de 2014, quando o índice *per capita* era de 0,77 ingressos vendidos por habitante. Possivelmente essa queda está ligada à expansão e popularização dos serviços de *streaming* no país, que tem mudado os hábitos de consumo de audiovisual da população. O Informe Distribuição em Salas de 2018 (ANCINE/OCA, 2019e) apresenta também queda de público e de participação de mercado dos filmes estrangeiros, o que teria refletido também no desempenho final de bilheteria. Em 2018 foram lançados 185 títulos

brasileiros e 294 estrangeiros. Foram 25 lançamentos nacionais a mais que no ano anterior (160 filmes). O preço médio do ingresso (PMI) ficou em R\$15,04 em 2018.

Tabela 27: Dados gerais de exibição, 2011-2018

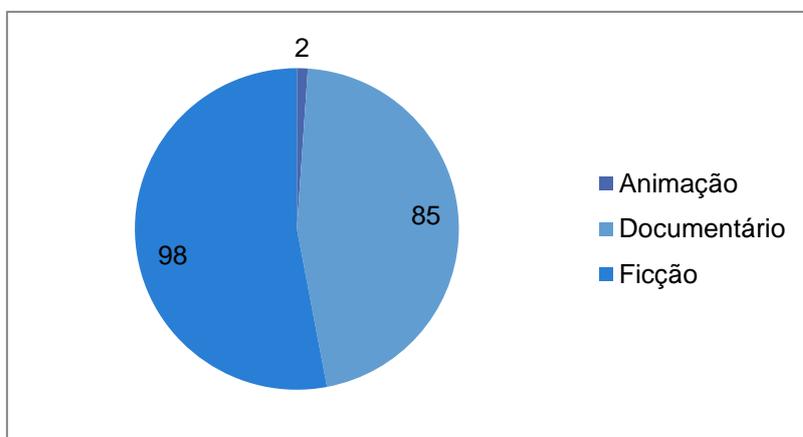
Anos	Nº total de salas	População brasileira	Ingressos vendidos	Ingressos per capita
2011	2.352	197.397.018	143.206.574	0,73
2012	2.517	199.242.462	146.598.376	0,74
2013	2.678	201.032.714	149.518.269	0,74
2014	2.833	202.758.031	155.612.992	0,77
2015	3.005	204.450.649	173.022.827	0,85
2016	3.160	206.081.432	184.327.360	0,89
2017	3.223	207.378.848	181.226.407	0,87
2018	3.347	208.494.900	163.457.959	0,78

Fonte: Ancine.

Elaboração própria.

Dos 185 títulos brasileiros lançados no último ano, mais da metade, 53%, foram de ficção (98 filmes). Os documentários estreantes somaram 85 títulos, alcançando um recorde na série histórica – de 2009 a 2018, que teve anteriormente seu melhor resultado no ano anterior, com 62 filmes. Já os filmes em animação tiveram apenas duas estreias (ANCINE/OCA, 2019e).

Gráfico 1: Quantidade de lançamentos brasileiros em salas de cinema por gênero, 2018



Fonte: Ancine.

Elaboração própria.

A maior parte das salas de exibição está localizada nos estados de São Paulo e Rio de Janeiro e concentrada nos grandes complexos, com o Cinemark e o Cinépolis em primeiro e segundo lugar respectivamente. Ao todo, 416 municípios brasileiros possuem salas de exibição. Ainda que este número represente um percentual pequeno das cidades do país – apenas 7,4% – deve-se considerar que ele abarca 118 milhões de habitantes, o que significa que mais da metade da população brasileira, 57%, possui acesso à infraestrutura de exibição (ANCINE/OCA, 2019a).

No Espírito Santo, são 78 salas de cinema, que correspondem a 2,3% do parque exibidor nacional e contam com uma distribuição de 50.928 habitantes por sala³². Contudo, apenas 12 municípios capixabas contam com salas de cinema (ANCINE/OCA, 2019). A cobertura de 15,4% dos municípios capixabas ainda está acima da média do país (7,4%).

A evolução do parque exibidor capixaba também contou com grande crescimento entre os anos de 2010 e 2018. No início da década eram 46 salas de cinema, que, atualmente, somam 78 (Tabela 28). Com um aumento de quase 70%, grande parte dessa expansão se deve ao projeto Cinema Perto de Você, instituído no ano de 2012 pela Lei nº 12.599 (BRASIL, 2012). O projeto destina recursos em parceria com os estados para a construção de salas de cinema e a digitalização das mesmas em cidades com mais de 20 mil e menos de 100 mil habitantes, que não tenham salas ou que a quantidade em relação à população seja pequena.

Conforme aponta a Tabela 28, as salas de exibição do Espírito Santo estão concentradas na região metropolitana, que abriga 68% delas. Os maiores complexos de cinema no estado são a AFA, com 18 salas, e o Cinemark, com 16 no total (ANCINE/OCA, 2019f). Conhecida pela marca Cine Ritz - presente em alguns dos seus complexos, a AFA³³ centraliza a maior parte do seu parque exibidor no interior do estado. A empresa, que iniciou as atividades no Espírito Santo e hoje atua também em São Paulo e Minas Gerais, supera em números de sala no estado outros grandes complexos como o Kinoplex e o Cinesystem.

³² A Ancine considera em seu relatório sobre o parque exibidor como sendo as melhores taxas de distribuição aquelas abaixo de 50 mil habitantes por sala.

³³ Ver mais em: <http://www.afacinemas.com.br/>

Tabela 28: Número de salas de cinema por município e complexo de cinema no ES em 2010 e 2018

Município	Nome Complexo	Grupo	Nº de Salas em 2018	Nº de Salas em 2010
VILA VELHA	Cinemark Shopping Vila Velha / Cinesystem Boulevard Shopping / KINOPLEX Praia da Costa	CINEMARK/ CINESYSTEM / KINOPLEX	21	7
VITÓRIA	Cine Jardins / Cinemagic Norte Sul / Cinemark Shopping Vitória	INDEPENDENTE/ CINEMAGIC/ CINEMARK	14	17
CACHOEIRO DE ITAPEMIRIM	AFA Cine Ritz Perim Center / AFA Cine Ritz Sul / AFA Cine Unimed Sul	AFA	11	4
SERRA	ARAÚJO Multiplex Shopping Mestre Álvaro / Cinesercla Shopping Montserrat	ARAÚJO / ADCINE	10	6
LINHARES	AFA Cine Ritz Conceição / Cinesercla PátioMix Linhares	AFA / LB CINEMAS	7	3
CARIACICA	Cinépolis Moxuara	CINÉPOLIS	5	0
GUARAPARI	AFA Cine Ritz Guarapari	AFA	3	4
ARACRUZ	AFA Cine Ritz Aracruz	AFA	2	1
COLATINA	Cine Gama - Colatina	INDEPENDENTE	2	2
MARATAÍZES	AFA Cine Via Sul (Marataízes)	INDEPENDENTE	1	1
PIÚMA	AFA Cine Ritz Piúma	AFA	1	0
SÃO MATEUS	AFA Cine São Mateus	AFA	1	1
Total			78	46

Fonte: Ancine.

Elaboração própria.

Vale ressaltar que, apesar do crescimento do total de salas de exibição no estado, a cidade de São Mateus (Tabela 29) figura entre os municípios brasileiros com mais de 100 mil habitantes que apresentaram os piores números da relação habitantes/sala de cinema da região Sudeste, segundo Relatório Anual do Audiovisual de 2017 (ANCINE/OCA, 2018c).

Tabela 29: Municípios com pior relação habitante por sala de exibição (2017) da região Sudeste – municípios com mais de 100 mil habitantes

Município	UF	Habitantes por sala	Salas de exibição
Duque de Caxias	RJ	148.500	6
São Mateus	ES	128.449	1
Passos	MG	114.458	1

Fonte: Ancine.

Elaboração própria.

4.4.1 Regularização do Vídeo sob Demanda (VoD)

Com a expansão da oferta de serviços de VoD no mercado brasileiro, cresce também as discussões sobre sua regulamentação. Uma das iniciativas está em andamento no Senado, através do Projeto de Lei³⁴ nº57, de 2018, criado pelo Senador Humberto Costa, que atualiza e amplia a proposta criada anteriormente pelo Deputado Federal Paulo Teixeira em 2017. O objetivo é equiparar as obrigações quanto à distribuição do VoD aos demais segmentos do audiovisual, como a TV Paga e o cinema, provendo isonomia competitiva no mercado.

O PLS torna os serviços de VoD objeto de fiscalização e regulação do Poder Executivo, que deverão exibir uma cota mínima ³⁵de produções brasileiras e serão tributados (SENADO FEDERAL, 2018). O percentual de títulos de conteúdo brasileiro caberá ao Poder Executivo determinar, contudo, não poderá ser inferior a 20% da programação total do catálogo. Dentro dessa cota, 50% devem ser de conteúdos produzidos por produtoras brasileiras independentes. Os catálogos também devem oferecer destaque visual para os conteúdos nacionais, cujas regras são estabelecidas no PLS.

Outra medida de valorização do mercado brasileiro é que o PLS obriga o provedor do serviço a investir anualmente um percentual de sua receita bruta na produção ou licenciamento de obras brasileiras.

Pela proposta de regulamentação, as provedoras de conteúdo também serão tributadas, com reconhecimento de CONDECINE sobre o faturamento bruto da empresa. Essa cobrança se dará de forma progressiva, podendo o valor chegar a até 4% da receita bruta.

Outro destaque do PLS está no artigo 9º, que determina que “o provedor serviço de vídeo sob demanda deverá fornecer relatórios periódicos sobre a oferta e o consumo de conteúdos audiovisuais, assim como sobre as receitas auferidas no desempenho de suas atividades, conforme regulamento do Poder Executivo” (SENADO FEDERAL, 2018). Da mesma forma, dados dos algoritmos de busca, seleção e catalogação também poderão ser exigidos pelo Poder Executivo, quando solicitado, como objeto de fiscalização.

³⁴ A proposta foi objeto de uma audiência pública da Comissão de Assuntos Econômicos do Senado no mês de outubro de 2019. Agora, aguarda o parecer do relator e segue para demais comissões.

³⁵ O Projeto de Lei do Senado destaca que a cota irá considerar “a capacidade econômica de cada provedora, sua atuação no mercado brasileiro e a produção total de títulos brasileiros nos cinco anos precedentes”.

4.4.2 Mostras e Festivais

No que tange às exibições não comerciais, destacam-se os festivais e mostras de cinema, que são importantes formas de circulação para os filmes, possibilitando que alcancem plateias diversas, democratizando, assim, o acesso do público aos filmes que, geralmente, não chegam ao circuito comercial das salas de cinema.

São também centrais para promover o fomento do audiovisual, especialmente dos curtas-metragens, que têm nesses eventos a sua principal forma de difusão, o que incentiva os realizadores a produzirem com maior periodicidade. Além disso, os festivais têm colaborado estrategicamente com a formação de plateia, incluindo os pequenos espectadores, com curadoria e filmes específicos para o público infantil e jovem. Já o público adulto encontra também espaços de formação, com *workshops* e minicursos voltados para a área.

O mais tradicional deles no estado é o Festival de Cinema de Vitória – antigo Vitória Cine Vídeo – que em 2018 teve a sua 25ª edição. O evento acontece na capital e exhibe curtas e longas-metragens, de produção local e nacional, distribuídos em mais de 10 sessões temáticas de caráter competitivo. O Festival ainda percorre o interior e o litoral capixabas de forma itinerante, levando exibições de cinema ao ar livre para todo o público capixaba e turistas.

Além das premiações das mostras competitivas, que possibilitam um retorno de investimento nos próprios trabalhos dos cineastas, o Concurso de Roteiro realizado por mais de 15 anos pelo Festival também foi um grande responsável por movimentar a cadeia produtiva local. Com premiação em dinheiro, junto a aluguel de equipamentos e serviços, o Concurso viabilizava toda a produção do curta, que era exibido ao público na edição seguinte do festival. Nas primeiras edições foram revelados talentos como os cineastas Erly Vieira Junior, Ana Cristina Murta, Sáskia Sá e Glecly Coutinho.

Na cidade de Vitória também acontece anualmente a Mostra Produção Independente, organizada pela Associação Brasileira de Documentaristas (ABD/ES), que se dedica, em caráter competitivo, exclusivamente à exibição de produções capixabas e promove também debates sobre os rumos e panorama do audiovisual no Espírito Santo. Junto à Mostra, também é lançada a revista Milímetros, uma publicação editada pela ABD que traz, além do catálogo da programação, reportagens sobre o setor.

O SESC também desempenha papel importante na circulação de obras, com mostras temáticas, incluindo por exemplo filmes de determinado movimento artístico ou de países com filmografia pouco conhecida. Desde 2017 também promove anualmente a Mostra Sesc de Cinema, com uma seleção de filmes que circulam por todo país.

No interior do Estado, a presença de festivais é crescente. Somente no ano de 2018, dois festivais tiveram suas primeiras edições: Festival de Cinema de Santa Teresa (FECSTA) e

FestCine Pedra Azul – Festival Internacional de Cinema, em Domingos Martins – o único de caráter internacional realizado no Estado. Além desses, em 2018 ocorreu a 7ª edição do Festival de TV e Cinema do Interior do Espírito Santo (Fecin), em Muqui, e o 4º Cine.Ema – Festival de Cinema Ambiental e Sustentável do Espírito Santo, realizado em Burarama, distrito de Cachoeiro de Itapemirim. Com destaque para o recorte segmentado da temática, aliando ecologia e turismo, o Cine.Ema também realizou edições em um reserva ambiental, no município de Vargem Alta.

O estado também sedia festivais como a Mostra de Cinema e Direitos Humanos, criada em 2006 para celebrar o aniversário da Declaração Universal de Direitos Humanos, cuja realização é do Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos, e o Festival Varilux de Cinema Francês, que completa 10 anos em 2019 e traz exhibições simultâneas de filmes franceses contemporâneos em cinemas de todo o país.

De caráter mais acadêmico está a Conferência *Besides the Screen*/Telas à Parte, que se dedica a investigar o audiovisual para além da imagem, incluindo a interface computacional, *gamer*, de realidade virtual, algoritmos e outras experiências. No Brasil ela acontece em Vitória e São Paulo, e no exterior em países como Portugal e Inglaterra.

Além de sediar diversos festivais citados, o Cine Metrópolis, na Ufes, também é palco de mostras organizadas pelos estudantes do curso de Cinema e Audiovisual, que funcionam como uma importante vitrine para a produção audiovisual universitária. Algumas, como a Mostra Próximos Olhares, são fruto de projetos de extensão e, por isso, têm uma periodicidade menos rigorosa.

Outro projeto que inclui o circuito de exibição é o Revelando os Brasis, realizado pelo Instituto Marlin Azul com parceria do Canal Futura. Por ele, são selecionadas histórias de moradores de pequenas cidades para virar filme e, depois, percorrer o país exibindo nas cidades participantes. O projeto abrange cidades de todas as regiões do país e já teve cinco temporadas na TV. Os selecionados recebem apoio e consultoria para realização de todas as etapas de produção. A ideia é percorrer cidades pouco conhecidas para encontrar boas histórias e contribuir com formação.

Em comum, os festivais e mostras do estado compartilham do viés democrático, com acesso gratuito aos eventos. À exceção está o Festival Varilux de Cinema Francês, que acontece no Cine Jardins, em Vitória, e possui cobrança de ingresso de acordo com a programação normal do cinema. Na Tabela 30 pode-se visualizar um mapeamento de parte do circuito de exibição e as respectivas localidades que os sediam.

Tabela 30 – Mostras e festivais de cinema produzidos no Espírito Santo

Festival	Cidade
Besides the Screen	Vitória
Cine Rua 7	Vitória

Cine.Ema	Cachoeiro de Itapemirim e Vargem Alta
FestCine Pedra Azul – Festival Internacional de Cinema	Domingos Martins
Festival de Cinema de Santa Teresa (FECSTA)	Santa Teresa
Festival de Cinema de Vitória	Vitória + itinerância
Festival de TV e Cinema do Interior do Espírito Santo (Fecin)	Muqui
KILOMBO - I Mostra de Filmes sobre Quilombos do ES	Vitória
Mostra de Cinema em Vitória – Cine Má	Vitória
Mostra de Curtas Araçá	Araçá
Mostra Produção Independente	Vitória
Mostra Sesc de Cinema	Vitória
MOV.CIDADE – Mostra de Cinema e Mobilidade de Vitória	Vitória
POMMERCINE – Mostra de Filmes Pomeranos do Brasil	Vitória

Fonte: portal eletrônico das mostras e festivais.

Elaboração própria.

Vale ressaltar também que os festivais costumam ser a primeira janela de exibição de longas-metragens recepção do filme, tanto pela curadoria, como por críticos e público. Por isso, de forma a aproximar os realizadores dos festivais de acordo com o perfil de cada um, o Guia Kinoforum se consolidou como um importante banco de dados sobre os festivais. No site eletrônico são reunidas informações da programação anual de festivais do país, circuitos de exibição, divulgação de pesquisas, entre outros.

A seguir, a Tabela 31 mostra os filmes capixabas selecionados para participação em festivais internacionais. O programa recebe inscrição para apoio tanto de curta, média e longa-metragem.

Tabela 31 – Programa de apoio à participação de filmes brasileiros em festivais internacionais (2010 a 2017)

Ano do Apoio	Festival	País do Festival	Filme	Direção	Produtora Brasileira Majoritária *	Metragem
2016	Festival Internacional de Cinema de Berlim	Alemanha	Das Águas que Passam	Diego Zon	Timing Z	Média
2014	Festival Internacional de Cinema do Uruguai	Uruguai	Fragma	Eduardo Moraes Silva	Eduardo Moraes Silva	Curta
2014	Festival Internacional do Novo Cinema Latino-americano (Festival de Havana)	Cuba	Entretornos	Edson Ferreira Da Silva Júnior	Patuléia Filmes e Produções/Edson Ferreira da Silva Júnior	Longa

Fonte: Ancine.

Elaboração própria.

4.4.3 Cineclubes

Também importantes para a circulação das obras não comerciais, com estímulo ao exercício da cidadania e da democratização da comunicação, são os cineclubes, que totalizam 64 filiados à Organização dos Cineclubes Capixabas ³⁶(OCCa), espalhados por 21 municípios do Espírito Santo (Tabela 32). A soma dos cineclubes atuantes (OCCA, 2011) resulta da revisão do documento enviado pela OCCA, sendo contabilizados os cineclubes ativos e com cadastro completo em quesitos como nome, cidade e ano de fundação.

Grande parte deles declarou que também realiza debates após as sessões de cinema, estimulando a formação de público, que é uma das principais frentes cineclubistas como efeito multiplicador na difusão. Outras atividades integrativas também acontecem nos espaços, embora nem todos tenham uma programação regular de exibição.

Em 2007, um avanço foi dado no reconhecimento dos cineclubes através de sua regularização junto à Ancine, por meio da Instrução Normativa nº63. Ela define a atividade e função de um cineclubista, que devem, enquanto espaços de exibição não comercial constituídos como sociedade civil sem fins lucrativos, visar à “multiplicação de público e formadores de opinião para o setor audiovisual e à promoção da cultura audiovisual brasileira e da diversidade cultural, através da exibição de obras audiovisuais, conferências, cursos e atividades correlatas” (ANCINE, 2007).

Com essa normatização, os cineclubes também passam a poder requerer o cadastro na Ancine, de forma facultativa, devendo ser revalidado a cada dois anos.

Tabela 32 – Distribuição por município dos cineclubes sediados no Espírito Santo com cadastro regular na OCCA

Município	Total
AFONSO CLÁUDIO	1
ÁGUA DOCE DO NORTE	1
ÁGUIA BRANCA	1
ALFREDO CHAVES	1
ANCHIETA	2
BARRA DE SÃO FRANCISCO	1
CARIACICA	1
COLATINA	1

³⁶ A OCCa é comprometida em fomentar, potencializar, dar auxílio e representar as iniciativas cineclubistas no estado do Espírito Santo. Ver mais em: <https://occapixabas.wordpress.com/>

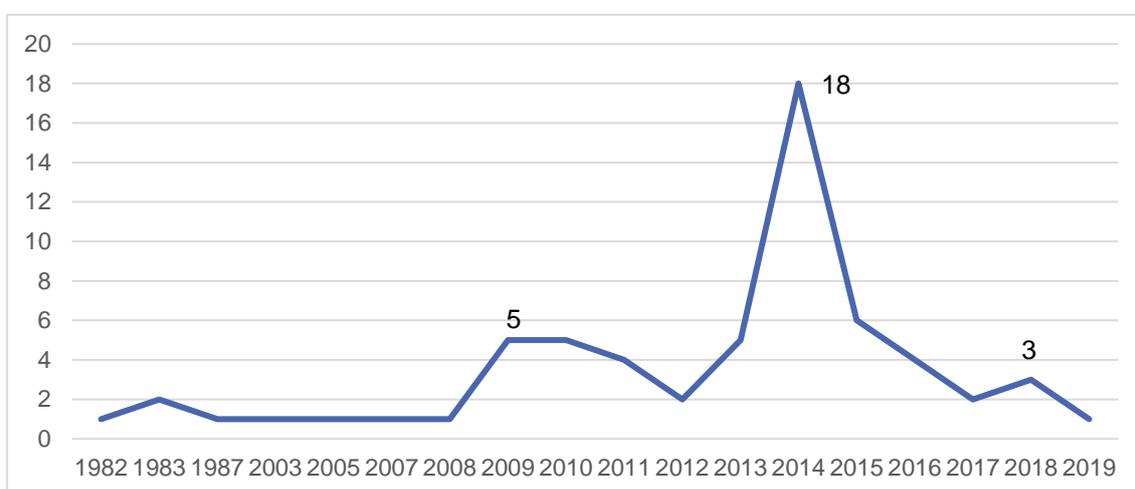
DIVINO SÃO LOURENÇO	2
DOMINGOS MARTINS	1
JOÃO NEIVA	2
MANTENÓPOLIS	1
MUNIZ FREIRE	1
MUQUI	2
NOVA VENÉCIA	1
SÃO DOMINGOS DO NORTE	1
SÃO MATEUS	2
VIANA	4
VILA PAVÃO	1
VILA VELHA	5
VITÓRIA	32
Total Geral	64

Fonte: Organização dos Cineclubes Capixabas.

Elaboração própria.

A análise da fundação de cada cineclube (Gráfico 27) mostra rápido crescimento a partir de 2012, chegando a 18 novos cineclubes somente no ano de 2014. Essa expressividade, acompanhada também pela interiorização dos espaços, se deve, principalmente, ao fomento através de editais específicos da Secult/ES para criação e manutenção dos espaços.

Gráfico 27 – Distribuição por município dos cineclubes sediados no Espírito Santo com cadastro regular na OCCA



Fonte: Organização dos Cineclubes Capixabas.

Elaboração própria.

5. Fatores de competitividade da cadeia produtiva

Diante de um contexto caracterizado por rápidas mudanças tecnológicas que incrementaram o setor com abertura de mercados e demanda por novos produtos culturais, o audiovisual se afirma como uma das indústrias criativas de maior impacto para o desenvolvimento social e acúmulo

de capital cultural. Como qualquer outra atividade econômica, é fundamental refletir sobre os fatores indutores e inibidores de seu desenvolvimento.

Para isso, objetiva-se nesta seção analisar os fatores de competitividade correlacionados com a cadeia produtiva do audiovisual capixaba. Com o Espírito Santo ocupando o 13º lugar em 2017 (RAIS, 2018) no *ranking* das unidades federativas, tanto em número de estabelecimentos como de empregos formais, evidenciam-se componentes multifatoriais que geram entraves para alcançar maior equilíbrio da cadeia e, por conseguinte, converter em maior participação no mercado nacional.

No âmbito da Economia Criativa, deve-se ressaltar, contudo, a existência de aspectos dinâmicos que impactam na própria gestão das empresas, como uma demanda fortemente marcada por fatores simbólicos, produtividade instável, noção diferenciada de concorrência e de lucro, entre outros. Com isso, pode-se afirmar que, tal como diversos produtos midiáticos e informacionais, o valor agregado está centrado na fruição dos produtos culturais, enquanto os custos e preço são constituídos principalmente por recursos intangíveis (SHAPIRO; VARIAN, 1999). Um produto audiovisual, por exemplo, possui custos de produção e distribuição elevados, mas o preço final para o consumidor é, comumente, derivado do alcance (audiência e compartilhamento do produto), reconhecimento e *market-share*, e da experiência do público com o produto.

Nessa perspectiva, o conceito de competitividade é definido por Ferraz e Coutinho (1993) como “a capacidade da empresa de formular e implementar estratégias concorrenciais, que lhe permitam conservar, de forma duradoura, uma posição sustentável no mercado”. Assim, no mercado audiovisual, parte da estratégia de consolidação da competitividade advém da criatividade e capacidade de inovação das empresas para gerir as especificidades do setor. De acordo com Dosi (1988), a inovação tecnológica envolve justamente a habilidade em solucionar problemas, que resulta na aquisição de novas competências e em sucessivas transformações de modelos e estratégias frente à concorrência e às estruturas do setor.

Com base no Estudo da Competitividade da Indústria Brasileira (Ecib), três conjuntos de fatores são apontados como indicadores do grau de competitividade (FERRAZ; COUTINHO; 1993): fatores empresariais, estruturais e sistêmicos. Tanto o ambiente interno como o externo à organização estarão envolvidos na análise, definida da seguinte forma:

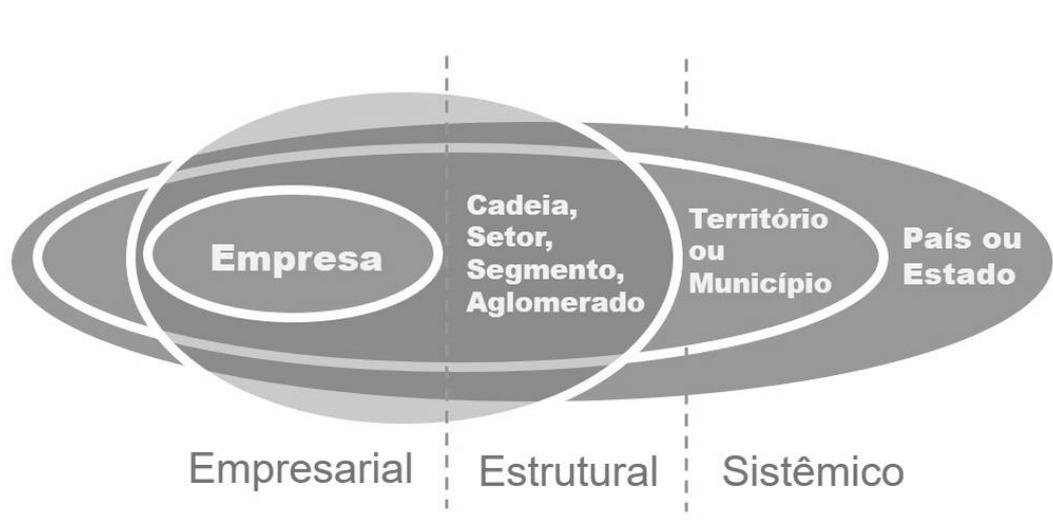
- 1) **Fatores empresariais:** se relacionam com o ambiente interno da organização e contemplam as áreas de gestão empresarial, marketing, inovação, produção, finanças, recursos humanos, tecnologias disponíveis, entre outros. Neste domínio, a organização detém maior autonomia e poder decisório sobre os fatores.
- 2) **Fatores estruturais:** são os fatores ligados ao ambiente externo, encontrados no âmbito do setor produtivo em questão (audiovisual). No âmbito desses fatores, as decisões da empresa devem levar em consideração as configurações do próprio setor, como os

mecanismos de financiamento, tamanho do mercado, ações da concorrência, hábitos dos mercados consumidores, acesso aos insumos, fornecedores, logística, grau de dependência de infraestrutura externa, acesso aos mercados internacionais, entre outros. A capacidade de intervenção da empresa sobre tais fatores é limitada pelo mercado.

- 3) **Fatores sistêmicos:** são os fatores de nível macroeconômico, que incluem o cenário político-institucional, além do mercado financeiro, aparatos legais e regulatórios, infraestruturas, questões sociais e mercados internacionais. Nesse âmbito é onde a empresa tem menor poder de intervenção.

O diagrama a seguir permite visualizar a correlação entre os três fatores:

Figura 3 – Interação entre os fatores de competitividade



Fonte: Sebrae/PR.

Como se pode observar, os fatores empresariais estão contidos nos fatores estruturais, os quais estão contidos nos sistêmicos. A pressão ambiental, exercida de fora para dentro, orienta o poder de intervenção entre os conjuntos.

A posição de competitividade das empresas decorre, portanto, do gerenciamento e adaptação a esses três conjuntos de fatores. Para tanto, a análise realizada a seguir apresenta os fatores de competitividade operantes na configuração atual do mercado do audiovisual capixaba em convergência com as dificuldades e potencialidades identificadas na matriz FOFA (análise das forças, oportunidades, fraquezas e ameaças), cujas informações foram coletadas por meio de questionário online divulgado por e-mail e redes sociais para empresas e profissionais atuantes no estado, e conta também com contribuições de entrevistas presenciais e observação de campo.

5.1. Fatores empresariais de competitividade do audiovisual

A primeira etapa da identificação da competitividade englobou a análise de indicadores de desempenho empresarial, como recursos humanos e financeiros, gestão empresarial, produção e tecnologias e inovação.

Recursos Humanos: De acordo com dados da RAIS (2018) são 338 profissionais com atividade própria do audiovisual empregados pelo setor, entre criativos e não criativos, além de 472 MEI's (PORTAL DO EMPREENDEDOR, 2019). Comparativamente, as empresas de produção e pós-produção, que concentram os principais projetos de audiovisual independente, somam apenas 68 vínculos, entre ocupações diversas, comprovando que a maior parte dos profissionais realizadores de audiovisual independente são MEI's. São, portanto, escassas as contratações efetivas, predominando contratos temporários e remuneração por diária, semana ou por projeto.

O diagnóstico realizado pela pesquisa apontou também que a maior parte das contratações do setor é de profissionais com ensino médio de escolaridade (46,2%), seguido pelo nível superior completo (31,5%). Já a pesquisa *online* realizada separadamente somou 51,4% de profissionais com nível superior. Isso indica um movimento de maior escolarização, principalmente entre aqueles que produzem conteúdo audiovisual independente. Como não há estatística de escolaridade referente aos MEI's, não é possível compará-los com os trabalhadores formais para analisar onde há maior absorção dos graduandos do curso superior de Cinema e Audiovisual ofertado pela Ufes. Além disso, 73,6% dos participantes da pesquisa *online* declararam que atuam na área audiovisual há pelo menos seis anos.

Ao mesmo tempo em que cresce o número de profissionais com nível superior de escolaridade, se verifica alta demanda por capacitação técnica especializada. A oferta de capacitação no estado é bastante limitada, concentrada em poucas áreas de atuação. As opções de cursos livres se reúnem principalmente no Centro Cultural Sesc Glória, em Vitória, que oferece periodicamente, no formato de ciclos de formação com duração de 40h, cursos com profissionais de reconhecimento local e nacional, além de contar também com espaço para criação e experimentação em audiovisual. Para 2019 está prevista também a oferta de cursos para moradores ou estudantes do município da Serra, fruto de parceria do Ifes da Serra com a Secretaria do Audiovisual do atual Ministério da Cidadania. O "Circuito Audiovisual Serra/ES" é um projeto de extensão do Ifes-Serra, que visa oferecer oficinas de roteiro, produção, direção, câmera e fotografia, som, direção de arte e montagem de edição em três polos de formação e produção no município.

Constata-se também a falta de atratividade para profissionais altamente capacitados, sendo apontado pela pesquisa *online* um considerável índice de fuga de mão de obra para outros estados ou países.

Acesso a Recursos Financeiros: A composição das fontes de recursos financeiros das empresas produtoras é bastante restrita, refletida na alta dependência de incentivos públicos

provenientes de renúncia fiscal. Nesse contexto, há ainda as empresas que se formalizam especificamente para captação e gerenciamento desses recursos voltados para a realização de projetos pontuais de audiovisual, não havendo retorno financeiro na forma de lucro.

Essa limitação também se estende à carência de linhas de crédito específicas para o audiovisual no estado. Há demanda, por exemplo, relatada na pesquisa *online* e durante a imersão, para obtenção de crédito e incentivo à desburocratização de importação para aquisição de equipamentos de áudio e vídeo sem similares nacionais, além de contemplar financiamento de plano de negócios, desenvolvimento de projetos, entre outros.

Embora 58,3% dos respondentes da pesquisa *online* declarem que possuem o audiovisual como principal fonte de renda, uma expressiva parte (22,2%) afirma atuar apenas esporadicamente ou de forma sazonal.

Nota-se que já houve avanços e retrocessos em termos de incentivo financeiro para o setor no estado. Na década de 90 foi lançada uma linha de financiamento do Banco de Desenvolvimento do Espírito Santo (Bandes) para realização de longas-metragens no estado. A iniciativa atraiu diretores de outros estados e oportunizou a realização de quatro produções cinematográficas: “Vagas Para Moças de Fino Trato”, de Paulo Thiago, “Lamarca”, de Sérgio Rezende, “Fica Comigo”, de Tizuka Yamasaki e “O Amor Está no Ar”, de Amylton de Almeida - único diretor capixaba entre os contemplados. Contudo, com a recessão econômica do período e a falta de retorno financeiro dos filmes, o financiamento foi extinto (NAGIB, 2002; OSÓRIO, 2007).

O acesso a incentivos fiscais das esferas municipal, estadual e federal ainda é restrito, devido, em parte, ao baixo conhecimento dos realizadores sobre as legislações do setor. Além disso, relata-se descontentamento com o teto da verba disponibilizada para projetos de audiovisual pelas Leis de Incentivo municipais. Uma das maiores dificuldades está em captar recursos junto às empresas que se beneficiam dos incentivos fiscais. Para solucionar essa relação conflituosa entre empresariado e realizadores, alguns gestores de municípios que contam com Lei de Incentivo à Cultura ativa estão promovendo mudanças regulatórias, pelas quais o proponente irá acessar o crédito diretamente com a Prefeitura, a exemplo de Vitória, Cariacica e Cachoeiro de Itapemirim. Em nível estadual, a Secult está empenhada na criação de uma legislação estadual de financiamento do audiovisual a partir da renúncia do ICMS, em articulação conjunta com indústria e empresários, o Sinaes e entidades do setor.

Produção: A produção engloba o volume e a diversidade de produções audiovisuais, desde curta, média, longa, telefilmes, obras seriadas, projetos transmídia, animação e games. Como mencionado anteriormente, desde 2014 houve um aumento substancial de projetos contemplados pelo fomento direto das linhas de ação do FSA.

Também se pode mensurar a produção a partir da emissão de CPB's e CRT's, que demonstram a profissionalização do setor. Até o primeiro semestre de 2019 foram emitidos 260 CPB's e 126 CRT's para agentes econômicos com sede no Espírito Santo.

Entre os respondentes da pesquisa *online*, a captação por meio da Lei do Audiovisual foi a menos utilizada, com apenas cinco empreendedores que executaram algum projeto relacionado, enquanto que 33 afirmaram ter executado algum projeto de audiovisual por meio de editais estaduais no ano de 2017.

Já em relação aos proponentes com projetos submetidos a financiamento público, os editais estaduais também foram os mais visados (52 respondentes, sendo que 14 deles já submeteram mais de 10 propostas).

Uma perspectiva apontada na pesquisa é a possibilidade de as empresas explorarem mais as parcerias de coprodução, tanto nacionais como internacionais, o que elevaria o *market-share* de todas as empresas envolvidas.

O cenário ainda aponta para a concorrência desequilibrada com produtores do eixo Rio – São Paulo, que possuem maior vantagem competitiva em relação a recursos públicos federais, além de acesso facilitado à capacitação técnica, tecnologias, estímulo a coproduções, entre outras.

A demanda por alcançar mercados internacionais também é crescente, tanto na circulação e comercialização de obras, como na participação em rodadas de negócios, *pitching*, e eventos de mercado com *players* internacionais. As últimas Rodas de Negócios do Audiovisual aconteceram em 2010 e 2011, em Vitória. Parte desse cenário reflete também na fragilidade da cadeia do audiovisual, com o elo de distribuição sendo o menos desenvolvido no estado, onde apenas uma empresa produtora atua no segmento de distribuição, a Pique-bandeira Filmes (ANCINE/OCA, 2019c).

Em 2019, o desenho “Irmão do Jorel”, criado pelo capixaba Juliano Enrico e exibido pelo canal Cartoon Network, venceu o Prêmio Quirino 2019 de Melhor Série de Animação Ibero-Americana, na Espanha. O longa “*Espero Tua (Re)Volta*”, dirigido pela capixaba Eliza Capai, ganhou o prêmio da Anistia Internacional no Festival de Berlim, na Alemanha, também em 2019, e integrou a lista dos 12 filmes brasileiros concorrentes à indicação do país ao Oscar. Também em vitrine internacional, o curta-metragem “Inabitáveis”, de Anderson Bardot, foi selecionado para o 49º Festival Internacional de Rotterdam (International Film Festival Rotterdam/IFFR) para concorrer na categoria “*Voices Short Award*”. Essa foi a primeira vez que uma produção do Espírito Santo foi exibida no IFFR, consagrado como um dos quatro maiores festivais do mundo.

Entretanto, ainda são restritas as oportunidades de realizar coproduções internacionais e alcançar as redes de exibição internacionais. Os canais de distribuição também ficam escassos com a falta de agentes de vendas comprometidos com filmes do Espírito Santo em seus portfólios.

Entre os eventos de cinema e audiovisual realizados em 2018, a pesquisa mapeou ao menos 14 eventos, entre festivais e mostras, incluindo aqueles que abrem espaço para formação e debates da área. Entre eles, dois tiveram estreia no ano de 2018 e continuaram a execução em 2019: o Festival de Cinema de Santa Teresa e o Festival Internacional de Cinema de Pedra Azul. A quantidade de eventos pode não ser alta para um período anual, mas deve-se considerar a consolidação dos festivais no cenário nacional, como é o caso do Festival de Cinema de Vitória, que chega a 2019 com a 26ª edição, mesmo enfrentando períodos de cortes orçamentários. Além disso, destaca-se a regionalização desses eventos, com mais festivais sendo realizados no interior do estado, associados ao potencial turístico da região, em municípios como Santa Teresa, Vargem Alta, Muqui, Domingos Martins, distrito de Burarama, em Cachoeiro de Itapemirim, entre outros. Os cineclubes crescem de forma ainda mais expressiva, ultrapassando 60 registros consolidados em 2019 pela OCCA.

Tecnologias, inovação e infraestrutura: Verifica-se grande dificuldade de acesso dos produtores a equipamentos de áudio e vídeo, seja para aquisição ou aluguel, por conta da quantidade restrita de empresas atuantes na atividade no estado e da dependência de meios de importação para obter equipamentos com tecnologias de ponta ainda não disponíveis no país.

A infraestrutura para produção audiovisual também é limitada, visto que não há nenhum estúdio cinematográfico para montagem de cenário e filmagens ou polo de cinema no estado. Dessa forma, eleva-se a projeção orçamentária e compromete até mesmo questões artísticas, além da logística.

Gestão empresarial: Reconhece-se que um dos maiores entraves para a sustentabilidade e rentabilidade das empresas atuantes nos segmentos do audiovisual no estado é relacionado com a gestão empresarial. Os micro e pequenos empreendedores relatam dificuldades desde gerir recursos captados de forma direta ou por meio de fomento indireto, a elaborar prestação de contas para as diversas leis de incentivo e empresas patrocinadoras dos projetos, além de compreender e lidar com legislações específicas do setor cultural, entre outros. São poucas as empresas que possuem equipe especializada em áreas de gestão, legislação e contabilidade voltada para atuação cultural no estado. A demanda é justamente por formação técnica nessas áreas e por apoio na implementação de um modelo de gestão empresarial moldado às especificidades do setor.

5.2. Fatores estruturais de competitividade do audiovisual

A competitividade não decorre única e exclusivamente das ações empresariais, havendo também elementos externos, que fazem parte do próprio segmento produtivo. Os fatores estruturais podem ser visualizados, portanto, quando a análise da competitividade se desloca do interior da empresa para o mercado.

Tamanho do mercado: Com base nos dados referentes ao ano de 2017, o mercado do audiovisual no Espírito Santo é formado por 1.367 vínculos formais gerados pelo setor (RAIS,

2018) e 472 CNPJ's do tipo MEI (PORTAL DO EMPREENDEDOR, 2019). São 120 empresas atuantes, somados todos os segmentos do audiovisual, sendo que 80% delas empregam de um a nove funcionários. Esse número de empresas do estado corresponde a uma participação de 1,9% do mercado nacional, e o total de vínculos a 1,5%.

A participação do estado no mercado nacional o coloca em 13º no *ranking* nacional, posição inalterada nos últimos anos. Isso reflete em um mercado produtor relativamente estagnado na geração de empregos, mas com maior expressão na produção de conteúdo que, conforme citado, tem aumentado em número de produções e investimentos totais.

O audiovisual adicionou R\$ 24,5 bilhões em 2014 ao PIB do país e renda de R\$ 240,8 milhões em bilheteria dos filmes nacionais em 2017.

Mercado consumidor: Em 2018, o número total de salas de cinema no país ultrapassou pela primeira vez o pico da década de 1970, chegando a 3.347 salas, sendo 78 no estado. Novas plataformas disponíveis para o mercado consumidor também são responsáveis por multiplicar o acesso e a diversidade de conteúdos que podem ser assistidos por demanda. Além do fator mercado, essa mudança também é reflexo da cultura da mobilidade digital influenciou diretamente nos hábitos dos consumidores, diversificando e segmentando acesso, janelas, formatos e conteúdo.

Mecanismos de financiamento: Ainda não existe um mapeamento da quantidade de empresas que fazem uso dos mecanismos de renúncia fiscal para financiamento da cultura no estado através das leis de incentivo.

De outro lado, nota-se uma alta dependência do Funcultura para a produção audiovisual, que é o principal mecanismo de incentivo indireto do estado. Em 2019, em parceria com o FSA, foram lançados 14 editais específicos do setor, contemplando toda a cadeia produtiva, da produção à comercialização e distribuição. Com isso, houve também um movimento de maior inserção dos produtores do Espírito Santo no acesso aos incentivos federais.

Já em nível municipal constata-se ainda uma fragilidade das leis de incentivo, com a mais conhecida delas, a Lei Rubem Braga, de Vitória, em processo de reestruturação e a Lei Vila Velha de Arte, da cidade de Vila Velha, paralisada, tal como também a Lei Chico Prego, da Serra. Já os municípios de Linhares, Cachoeiro de Itapemirim e Cariacica seguem com suas respectivas Leis de Incentivo em execução.

Outra carência no estado é a ausência de Funcines (BRASIL, 2006), que poderiam estruturar o audiovisual como uma indústria, alcançando maior profissionalismo e competitividade. Entretanto, não se vislumbra espaço institucional e empresarial para a sua implementação.

Organização do setor: No Espírito Santo existem duas entidades representativas do setor: a Associação Brasileira de Documentaristas e Curtas Metragistas do Espírito Santo (ABD/ES) e

Sindicado da Indústria Audiovisual do Espírito Santo (Sinaes), este que representa a classe patronal das empresas de audiovisual. Tanto na imersão como no questionário aplicado, relata-se a falta de representatividade dos profissionais no estado, aqueles que atuam de forma mais autônoma.

5.2. Fatores sistêmicos de competitividade do audiovisual

Os fatores sistêmicos são aqueles sobre os quais as empresas isoladamente detêm quase nenhum controle. Situam-se no plano macroeconômico, onde os mercados nacional e internacional atuam, incluindo política monetária, e no caso do audiovisual, também os acordos entre os países, entre outras influências.

Cenário político: Este configura o mais crítico de todos, pois influencia em avanços e retrocessos de ordem institucional, legislativa e econômica, podendo paralisar toda a cadeia produtiva ou, de modo otimista, alavancar a produção interna e a penetração no mercado internacional. Como visto, pode-se afirmar que o audiovisual no Brasil vive de ciclos e, no momento atual, é de instabilidade e possível estagnação. Mudanças estruturais e impasses econômicos, como a transferência da estrutura do MinC para o Ministério da Cidadania, a saída das estatais no financiamento público via leis de incentivo, o impasse entre a Ancine e o TCU sobre as prestações de contas dos projetos aprovados, corte do teto de verba para os projetos aprovados na Lei Rouanet, contingenciamento dos recursos do FSA, as sequentes mudanças de comando da Ancine e inúmeros outros atos ainda em andamento já sinalizam um momento de desmonte cultural no país.

Cenário econômico: Com o aumento expressivo do número de desemprego em todo país, foram fechados inúmeros postos de trabalho formais nos segmentos do audiovisual em todos os estados, impactando principalmente o de TV Aberta. Em paralelo, a crise econômica traz também aumento do trabalho informal para todas as áreas da economia criativa, onde as pessoas encontram maior facilidade de inserção em atividades sazonais até a recuperação da economia. Com isso, segue-se também a queda do poder de consumo no país, modificando hábitos culturais, como a frequência ao cinema, etc.

Aparatos regulatórios e legais: são listadas aqui as principais modificações ocorridas no âmbito dos marcos regulatórios para o audiovisual que refletem na produção local.

- Cortes da Lei Rouanet: foram realizados em 2019 alguns cortes e redefinições da Lei de Incentivo à Cultura (antiga Lei Rouanet), como redução no teto de captação de recursos por projeto e por proponente. A Lei, inclusive, perdeu o nome de quem inspirou sua criação. Ainda que não seja exclusiva do setor audiovisual, os impactos são sentidos principalmente pelos festivais.

- Continuidade da Lei do Audiovisual: persiste ainda uma indefinição quanto à prorrogação da Lei do Audiovisual, que tem ano a ano reavaliação de seus artigos. Pode ocorrer que alguns deles sejam excluídos.
- Aprovação da Lei Estadual de Cultura: a expectativa dos realizadores locais e seus representantes é que haja maior articulação política para aprovar e implementar a Lei Estadual de Cultura, que já foi elaborada.
- Execução da Lei Federal nº 13.006/2014: a lei determina duas horas semanais de exibição de filmes nacionais nas escolas públicas e privadas, mas esbarra na falta de infraestrutura das escolas e falhas de gestão para implementar as ações.
- Regulação dos jogos eletrônicos pela Ancine: a recente incorporação dos jogos eletrônicos na regulação da Ancine abre novas possibilidades de mercado para as produtoras de audiovisual. Já foram inclusive abertos editais específicos.

Exportações: A inserção do cinema brasileiro no mercado internacional é realizada principalmente através dos acordos bilaterais para coprodução e participação das produções nacionais em festivais internacionais.

Nota-se, portanto, que os fatores de competitividade da indústria do audiovisual englobam as dimensões simbólica, cidadã e econômica da cultura (MinC, 2010). A análise fatorial em conjunto à matriz FOFA, que será apresentada abaixo, foram os componentes para mensurar o nível de maturidade da cadeia do audiovisual capixaba e identificar os entraves de desenvolvimento.

5.3. Análise da Matriz FOFA para o segmento do audiovisual no Espírito Santo

Para a elaboração da matriz FOFA do audiovisual capixaba foi realizada uma pesquisa exploratória composta por questionário online, evento presencial, entrevistas e análise de documentos publicados anteriormente sobre o setor.

O questionário incluiu questões sobre o perfil profissional, áreas principais e tempo de atuação, tipos de experiências, principal fonte de recursos, escolaridade, filiação a organizações do setor, entre outras informações em conformidade com a investigação realizada através dos dados oficiais coletados da RAIS, do Portal do Empreendedor e da Ancine a fim de validar os resultados encontrados. Os participantes também foram estimulados por meio de questões abertas a apontar a visão individual de cada uma acerca das forças, oportunidades, fraquezas e ameaças presentes no setor.

A participação ocorreu em dois momentos, sendo um em meados de 2018 e outro em março de 2019, reunindo um total de 72 respondentes. O questionário online foi enviado para um *mailing* com cerca de 200 contatos de pessoas atuantes do setor previamente mapeados e esteve também aberto publicamente para todos interessados via *site* da Secult e divulgação pelas redes

sociais. A construção coletiva da matriz contou também com apontamentos e relatos feitos durante o evento “Imersões da cultura: rumos do audiovisual capixaba”, promovido como atividade da pesquisa em parceria com a Secult para a formulação de propostas de políticas públicas que serão apresentadas no próximo capítulo.

Algumas respostas obtidas foram opostas e contraditórias, visto a variedade de experiências vivenciadas pelos realizadores e produtores. Diante disso, a pesquisa considerou a percepção majoritária sobre os apontamentos e a análise conjuntural do setor. O resultado dessa construção coletiva somou 12 forças contra 25 fraquezas referentes ao ambiente interno, e 20 oportunidades contra 9 ameaças identificadas no ambiente externo do setor.

Quantitativamente, portanto, foram registrados mais obstáculos no ambiente interno do setor do que na dimensão macroeconômica. Isso denota uma percepção local pouco otimista dos rumos do setor, com as forças de retração mais visíveis. Por outro lado, o número de oportunidades também é expressivo, principalmente ao considerar que algumas indicações já começaram a ser executadas pela Secult.

Entre os pontos recorrentes destacados está a necessidade de aprimorar a infraestrutura de produção, com a criação de estúdios cinematográficos, *film commissions*, entre outros; atrair mais fontes de recursos e investidores; explorar novos mercados, incluindo as possibilidades de linguagens e plataformas, como transmídia, VoD; empreender parcerias de coprodução; além de avançar no segmento de distribuição.

Em parte, essas demandas estão condicionadas à conjuntura macroeconômica e política, que recentemente provocou cortes orçamentários para a área cultural e alterou o direcionamento das políticas públicas. Por outro lado, o setor local carece de maior convergência de visões e formulação de consensos para aumentar a competitividade tanto internamente como nacionalmente.

A análise da matriz FOFA pode ser verificada no quadro abaixo:

Quadro 2 - Matriz FOFA do segmento do audiovisual no Espírito Santo

Ambiente interno

FORÇAS

1. O estado possui grande diversidade cultural e apresenta uma identidade cultural marcante, além de ser reconhecido pela alta inventividade e criatividade de seu povo;
 2. Aprovação e execução do Plano Estadual de Cultura e do Sistema Estadual de Cultura, alinhados à Política Nacional de Cultura;
 3. Curso de graduação em Cinema e Audiovisual na UFES, implementado em 2010;
 4. Cursos técnicos de Rádio e TV e de Multimídia, ofertados pelo CEET Vasco Coutinho e vinculado à Secretaria da Ciência, Tecnologia, Inovação e Educação Profissional (SECTI);
 5. Ativismo e fortalecimento dos Cineclubes, com crescente interiorização no ES;
 6. Consolidação dos Festivais e Mostras de cinema, com crescente regionalização;
 7. Grande diversidade de locações e facilidade de logística para as filmagens;
-

8. Menor custo de produção comparado a outros estados do Sudeste;
9. Capacidade de associativismo dos profissionais para produções de baixo custo;
10. Bom nível técnico dos profissionais e crescente busca por especialização;
11. Fomento do Governo, através do Funcultura, que permitiu uma política de continuidade para a produção audiovisual;
12. Representatividade institucional através da ABD Capixaba, do SINAES e da OCCA;

FRAQUEZAS

1. Descontinuação das Leis de Incentivo municipais, como a Lei Rubem Braga, em Vitória; a Lei Vila Velha Cultura e Arte, em Vila Velha; e a Lei Chico Prego, na Serra;
2. Baixa adesão dos municípios ao Sistema Nacional de Cultura;
3. Desigualdade regional na distribuição de recursos de fomento, agravada também pela proximidade do Espírito Santo com os maiores centros culturais do país, o que eleva a concorrência e, em consequência, gera baixa penetração dos produtores locais no acesso às fontes de recursos e incentivos federais;
4. Desequilíbrio da cadeia produtiva do audiovisual capixaba, principalmente pelo subdesenvolvimento do elo de distribuição, com participação de poucas empresas e poucos agentes de vendas, refletindo em baixo alcance de mercado;
5. Falta de sustentabilidade do setor, com a dependência dos produtores locais em relação às Leis de Incentivo e, principalmente, dos recursos do Funcultura;
6. Baixa participação de trabalhadores criativos no mercado formal do audiovisual;
7. Falta de políticas de difusão, em todas as plataformas, para os projetos apoiados através dos recursos do Funcultura e das Leis de Incentivo municipais;
8. Elevada burocracia e baixa informatização do processo de inscrição de projetos das Leis de Incentivo municipais e deficiência de assistência aos proponentes, tanto na etapa de submissão do projeto como no acompanhamento, dificultando principalmente o acesso de produtores estreados;
9. Falta de fiscalização dos projetos aprovados pelas Leis de Incentivo municipais quanto à execução e aplicação dos recursos;
10. Falta de incentivo para projetos de obras seriadas, em especial voltados para a televisão;
11. Falta de oferta em formação técnica continuada para todos os segmentos do audiovisual, desde minicursos a especializações, em especial nas áreas de iluminação, direção de atores/elenco, edição de som, desenvolvimento de argumento de longa-metragem, desenvolvimento de personagens, colorização, *Motion Graphics*, contabilidade especializada, legislação e outros;
12. Falta de incentivos para aquisição de equipamentos e ativos para produção, como a desoneração tributária e linhas de crédito específicas para o setor;
13. Falta de incentivos e de capacitação das empresas para realizar coproduções locais e nacionais;
14. Escassez de veículos e profissionais especializados em crítica cinematográfica;
15. Carência de eventos de mercado, como rodadas de negócios e *pitching*;
16. Baixa capacidade gerencial das empresas de produção e pós-produção;
17. Fuga de mão-de-obra especializada para outros estados;
18. Baixos salários praticados em ocupações criativas no setor no estado;
19. Inexistência de um Polo Audiovisual, que conte com infraestrutura de ponta, incluindo estúdios cinematográficos e *film commission*;
20. Inexpressividade da TVE, refletida na escassez de investimentos focados em licenciamento de obras e produção de conteúdo próprio;
21. Ausência de um centro de referência do audiovisual do Espírito Santo, que conte com um acervo de obras locais e ajude a promover a distribuição de produtos audiovisuais e a cultura de memória e preservação;
22. Desigualdade de gênero e raça, que resulta na baixa participação de grupos minoritários de raça, etnia e gênero no acesso às linhas de fomento estaduais e municipais;

23. Ausência de uma Lei Estadual do Audiovisual, que contemple a renúncia fiscal de parcela do ICMS para ampliar os recursos destinados à consolidação da indústria do audiovisual, independentemente de gestão governamental;

24. Baixo conhecimento das leis e mecanismos de incentivo fiscal pelos empresários capixabas;

25. Falta de capacitação técnica dos profissionais das secretarias municipais de cultura sobre as especificidades do setor audiovisual;

Ambiente Externo

OPORTUNIDADES

1. Existência de grandes empresas no estado, com regime tributário de lucro real, com potencial para fomentar o setor com destinação de recursos por meio de renúncia fiscal ou patrocínios e parcerias de fomento direto;

2. Composição do estado no Fórum Audiovisual de Minas Gerais, Espírito Santo e dos estados do Sul do Brasil (FAMES), que luta pela dinamização da cadeia produtiva dos estados representados e pela regionalização dos recursos federais;

3. Crescimento dos serviços de VoD no país, que aguardam regulamentação da Ancine, podendo futuramente incluir cotas para conteúdo brasileiro e recolhimento de CONDECINE;

4. Ambiente competitivo para as empresas do setor e possibilidade de profissionalizar e qualificar a gestão das mesmas;

5. Possibilidade de maior articulação das prefeituras para regionalização de recursos do FSA através da linha de co-investimentos regionais;

6. Criação de políticas de paridade de gênero e raça/etnia que estimulem a diversidade entre os proponentes, composição das equipes de produção e bancas de avaliação de projetos em editais e chamamentos públicos;

7. Fortalecimento da TVE, com previsão de investimentos voltados para licenciamentos de obras capixabas;

8. Criação de um programa com objetivo de capacitar o setor empresarial quanto às possibilidades de investimento em projetos culturais e aos mecanismos de incentivo fiscal disponíveis, valendo-se do guia de fomento da cultura elaborado pela Secult <https://guiadefomentodacultura.es.gov.br/>;

9. Estímulo ao intercâmbio com profissionais de outras localidades, através de eventos, residências e cursos de formação;

10. Criar oportunidades de participação em Feiras e Eventos de mercado nacionais e internacionais, além de atrair eventos e rodas de negócios ao estado;

11. Crescente apoio da Ancine a novas linguagens e produtos de inovação, como jogos eletrônicos e produtos transmídia;

12. Novas possibilidades de investimentos no setor tecnológico do audiovisual, com implementação de polos de produção de games, de investimento em pesquisa da área de tecnologia do cinema imersivo (VR, etc);

13. Criação de plataforma *online* de distribuição e difusão da produção audiovisual local, sistematizando o acesso às obras por TV's públicas e rede de cineclubes;

14. Criar meios de atratividade de coprodução entre produtoras locais e nacionais;

15. Articular o setor do audiovisual com o turismo, em especial com a realização e promoção de feiras, eventos e festivais, e com a atração do estado como locação de filmagens;

16. Articular os cineclubes com as escolas, tanto públicas como privadas, em especial as Escolas Viva, Sesi e Ifes, ampliando a participação do audiovisual na educação brasileira, atendendo dessa forma também a Lei 13.006 de 2014, que assinala que "a exibição de filmes de produção nacional constituirá componente curricular complementar integrado à proposta pedagógica da escola, sendo a sua exibição obrigatória por, no mínimo, 2 (duas) horas mensais";

17. Incentivar a internacionalização dos festivais de cinema do Espírito Santo;

18. Articulação em andamento entre o governo, entidades representativas do setor e o poder legislativo para a criação e implementação da Lei Estadual do Audiovisual para o ICMS;

19. Disponibilidade sinalizada do arquivo público estadual para armazenar e preservar a produção audiovisual local;

20. Possibilidade de articulação entre o governo, as entidades do Sistema S e o Ifes para criar um programa de formação para o audiovisual;

AMEAÇAS

1. Economia enfraquecida nos últimos anos devido à crise econômica;

2. Instabilidade do cenário político atual, com ameaças de cortes de verba e de retirada de recursos em nível federal, tanto no setor audiovisual como em outros setores de apoio, como a educação;

3. Exclusão do Ministério da Cultura e incorporação de sua estrutura inicialmente ao Ministério da Cidadania e posteriormente ao Ministério do Turismo, perdendo autonomia e orçamento próprio;

4. Mudanças da Lei Rouanet, que reduz a projeção de captação de recursos de incentivos indiretos por proponente;

5. Crise institucional que atinge principalmente a Ancine, com sucessivas exonerações e trocas de comando, além da ameaça de sua extinção por parte do governo federal, que coloca em risco toda a Política Nacional para o Audiovisual;

6. Interrupção dos investimentos em cultura pelas empresas estatais, como a Petrobras

7. Períodos de contingenciamento de recursos da Ancine, que paralisam as produções nacionais. Impasses entre a Ancine e o Tribunal de Contas da União (TCU), ainda repercute em cobranças e entraves jurídicos para a Agência e para proponentes com projetos já aprovados;

8. Carência de linhas de crédito específicas para o setor audiovisual, voltadas principalmente para as empresas produtoras independentes;

9. Setor com alta dependência de fomento por meio de incentivos indiretos e pouca sustentabilidade financeira, o que amplia os riscos de investimentos empresariais;

6. Proposições e diretrizes para políticas públicas

Nesta seção são apresentadas as proposições de políticas públicas voltadas para o desenvolvimento do setor audiovisual no Espírito Santo, partindo do reconhecimento da Economia Criativa como pauta estratégica de governo para o desenvolvimento econômico local.

Reconhecendo o acúmulo histórico de debates de políticas públicas realizados pelas entidades e lideranças do setor, a ABD Capixaba, a OCCA e o Sinaes foram convidados a apresentar seus respectivos planos de desenvolvimento, de forma a enriquecer e validar as proposições de políticas públicas elaboradas coletivamente junto a outros atores do setor. As indicações de cada plano de desenvolvimento foram reunidas em um documento, somadas aos apontamentos gerados pela pesquisa online - que contou com a colaboração de 72 participantes-, para serem discutidas e trabalhadas em um evento aberto ao público. O compilado de propostas também contemplou os elementos apresentados na matriz FOFA desta pesquisa.

O evento “Imersões da cultura: rumos do audiovisual capixaba”, realizado pela SECULT, SEBRAE e IJSN no dia 06 de maio de 2019, no Sebrae Lab, em Vitória, reuniu 52 participantes, entre realizadores, produtores, cineclubistas, distribuidores, gestores e demais interessados para

discutir e identificar fraquezas do setor que possam ser transformadas em oportunidades de ações integradas, equilibrando a cadeia produtiva do audiovisual - cujo diagnóstico foi delineado no capítulo anterior desta pesquisa e apresentado ao público no evento.

Como facilitador para a imersão e integração dos participantes, foram aplicadas duas etapas do *design thinking*: a construção do mapa de atores e a dinâmica de priorização. Nessa abordagem, os participantes foram divididos em quatro grupos de trabalho (GT), com cerca de 10 integrantes cada, incluindo um representante da equipe de pesquisa. Esse agrupamento heterogêneo permitiu que cada participante visualizasse as necessidades por uma perspectiva e ponto de vista mais integral, e não apenas do próprio segmento que esteja inserido. Cada GT ficou responsável por uma ou até duas áreas temáticas, conforme mostra a tabela de proposições políticas a seguir.

As sete áreas temáticas reuniram propostas de políticas públicas em torno dos seguintes eixos da cadeia produtiva do audiovisual: (i) Formação e Capacitação; (ii) Fomento – da produção à finalização; (iii) Diversidade; (iv) Inovação e equipamentos culturais; (v) Jogos Digitais; (vi) Difusão – exibição, distribuição e comercialização; (vii) Memória, preservação e pesquisa. Na primeira coluna da tabela é apresentada a ordem numérica das propostas e a segunda coluna traz a descrição de cada projeto.

Os indicadores de avaliação, localizados na terceira coluna da tabela, formam um recurso pré-estabelecido pela pesquisa para nortear o resultado vislumbrado em cada proposta. Eles também instituem desde já cada ponto de acompanhamento das ações, como alcance, público, proponentes, ações executadas, entre outros. São tópicos que irão balizar as métricas de acompanhamento da execução e efetividade de cada proposta a médio e longo prazo.

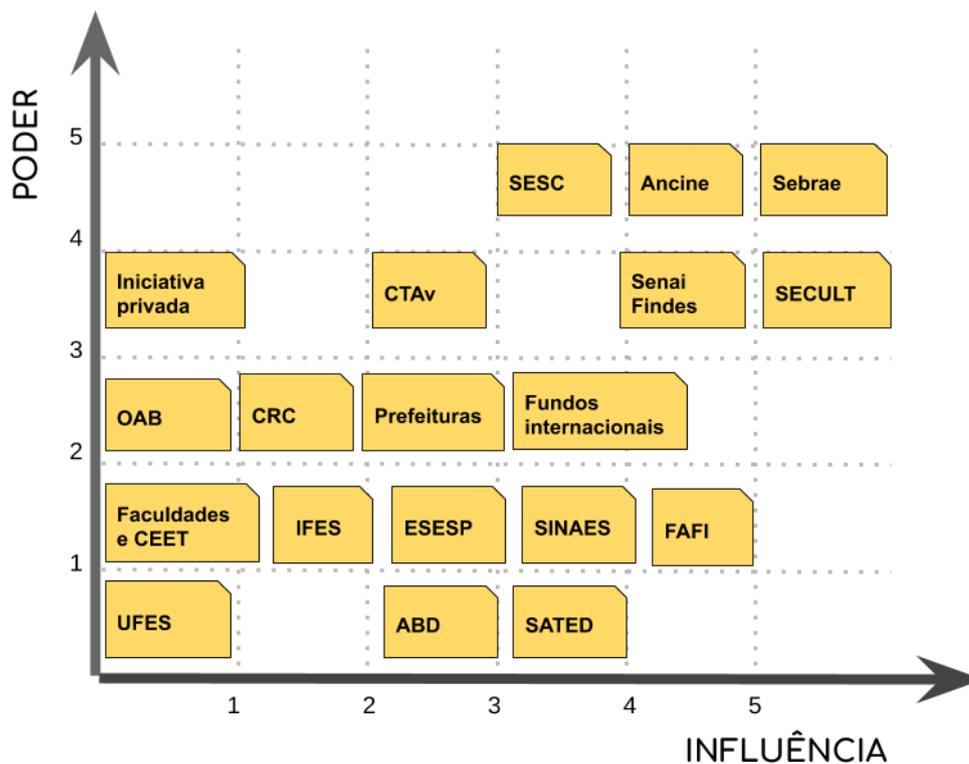
A última coluna estabelece hierarquicamente a priorização das propostas, que podem ser dotadas de 1 a 5 estrelas para selecionar as ações que devam ser contempladas como prioridade pela gestão de governo. Esse método funciona também como um exercício de análise estratégica, em que se reflete sobre o impacto e potencialidade das ações selecionadas.

No primeiro momento dos trabalhos em grupo, portanto, os participantes de cada GT foram estimulados a identificar os atores envolvidos em cada eixo temático que ficaram responsáveis. Cruzando o vetor horizontal (influência) com o vertical (poder), e identificados em *post it's* os atores, pode-se apontar em qual nível está alocado cada ator e qual seu poder de ação, de acordo com a percepção do grupo sobre os *stakeholders* mais relevantes.

Após a construção do mapa de atores, os grupos se dedicaram a comentar e revisar as propostas reunidas. A orientação era de que poderiam excluir, incluir ou redigir os projetos indicados. Dessa forma, as 55 propostas iniciais foram sintetizadas em 43. O resultado de cada grupo também foi apresentado aos demais participantes no final da imersão.

A seguir são apresentados os mapas de atores construídos por cada GT e as propostas sistematizadas:

Figura 4 – Mapa de atores da área de Formação e capacitação



Siglas:

ABD Capixaba: Associação Brasileira de Documentaristas e Curtas Metragistas do Espírito Santo

CEET: Centro Estadual de Educação Técnica

CRC: Conselho Regional de Contabilidade do Espírito Santo

CTAv: Centro Técnico Audiovisual

Eseesp: Escola de Serviço Público do Espírito Santo

Fafi: Escola Técnica Municipal de Teatro, Dança e Música

Findes: Federação das Indústrias do Espírito Santo

Ifes: Instituto Federal do Espírito Santo

OAB: Ordem dos Advogados do Brasil

Sated: Sindicato dos Artistas e Técnicos em Espetáculos e Diversões no Estado do Espírito Santo

Secult: Secretaria de Estado da Cultura

Senai: Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial

Sinaes: Sindicato da Indústria Audiovisual do Estado do Espírito Santo

Sesc: Serviço Social do Comércio

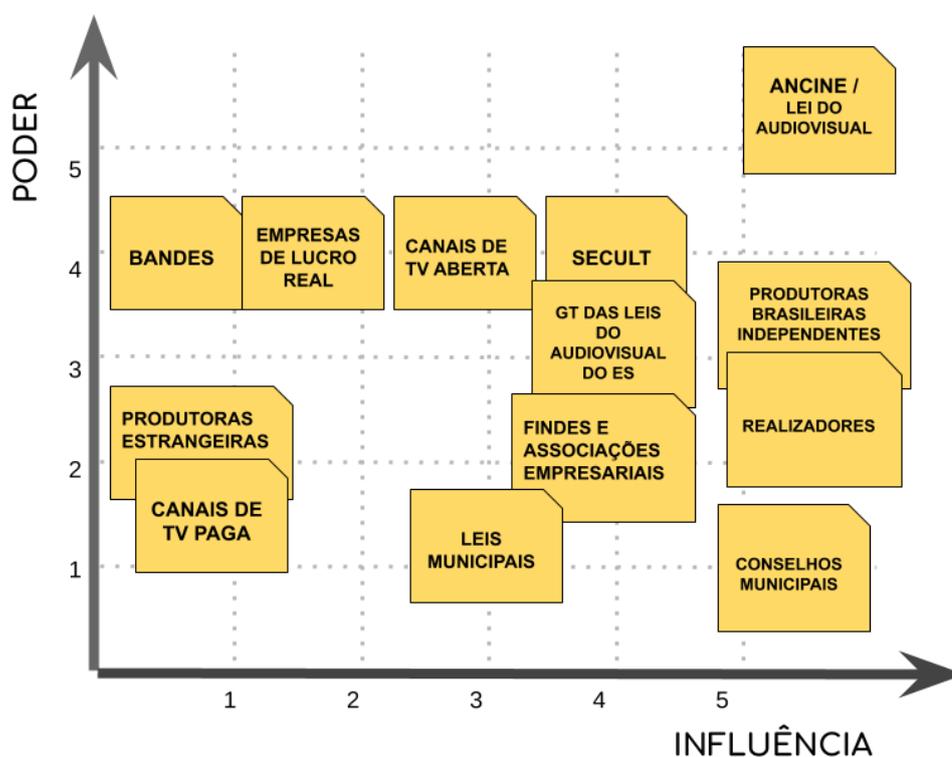
Ufes: Universidade Federal do Espírito Santo

Quadro 3- Projetos propostos para a área de Formação e Capacitação

Objetivo central: Contribuir com a capacitação e especialização dos agentes e atores do setor audiovisual, estimulando a inovação de linguagem e qualificação de métodos, serviços, produtos e tecnologias		
Nº	Projeto	Indicadores de avaliação
1	Capacitação técnica em áreas como iluminação, assistência de câmera, captação sonora, produção, direção de arte, direção de atores/elenco, direção de cena, edição de som, filmagem com drones, composição de trilha sonora, direção de fotografia, direção, edição, montagem, desenvolvimento de argumento de longa-metragem, desenvolvimento de personagens, colorização, desenvolvimento de projetos transmídia, <i>Motion Graphics</i> , efeitos visuais (VFX), projeção e arquivos DCP, atuação para TV e Cinema, roteiro e técnicas de animação, roteiro de longa-metragem e de séries para TV e Cinema, em parceria com o Sistema S, Ifes, CTAv, entre outros	Áreas da cadeia produtiva do audiovisual contempladas pelos cursos; Total de vagas ofertadas por parceria e Nº de profissionais capacitados por curso e o total por ano

2	Oferta de cursos com foco em negócios e gestão com carga horária de 40 horas nas áreas de legislação; captação de recursos; produção executiva; elaboração e gerenciamento de projetos; plano de negócios para produtos audiovisuais; prestação de contas; contabilidade especializada; distribuição e comercialização de obras audiovisuais; Certificados de Investimento Audiovisual e outros ativos intangíveis regulamentados pela CVM; desenvolvimento de projetos de obras audiovisuais para os mercados brasileiro e internacional; como criar Funcines; organização, produção e gestão de cineclubes, mostras e festivais e gestão empresarial	Áreas da cadeia produtiva do audiovisual contempladas pelos cursos; Nº de profissionais capacitados por curso; Nº de empresas alcançadas pelas capacitações	
3	Implantação de um laboratório de criação e desenvolvimento de projetos e de roteiros audiovisuais voltados para longas-metragens e obras seriadas	Nº de projetos e de roteiros criados e desenvolvidos por ano e Nº de projetos registrados na Ancine (SALIC)	
4	Realização da Semana Estadual do Audiovisual, integrando os cursos do CEET Vasco Coutinho e de Cinema e Audiovisual da UFES, com parceria do Sebrae, da Findes e de produtoras de audiovisual do estado	Realização anual do evento; Nº de participantes e parcerias firmadas	
5	Destinação de 30% das vagas nos cursos de formação para participantes do interior do estado, povos tradicionais e quilombolas	Total de inscritos e de profissionais formados em cada curso, pertencentes a cidades do interior do estado, povos tradicionais e quilombolas	
6	Programa de estágio para estudantes dos cursos de Rádio e TV do CEET Vasco Coutinho e de Cinema e Audiovisual da UFES	Nº de vagas de estágio em áreas do audiovisual abertas por ano e Nº de empresas e produtoras parceiras	
7	Cursos intensivos nas áreas de fotografia e vídeo, roteiro, som, direção e edição com parceria do Senai em cidades do interior do estado	Total de profissionais formados e Nº de público atendido por município e por microrregião	

Figura 5 – Mapa de atores da área de Fomento – da produção à finalização



Siglas:

Ancine: Agência Nacional do Cinema

Bandes: Banco de Desenvolvimento do Espírito Santo

Findes: Federação das Indústrias do Espírito Santo

Secult: Secretaria de Estado da Cultura

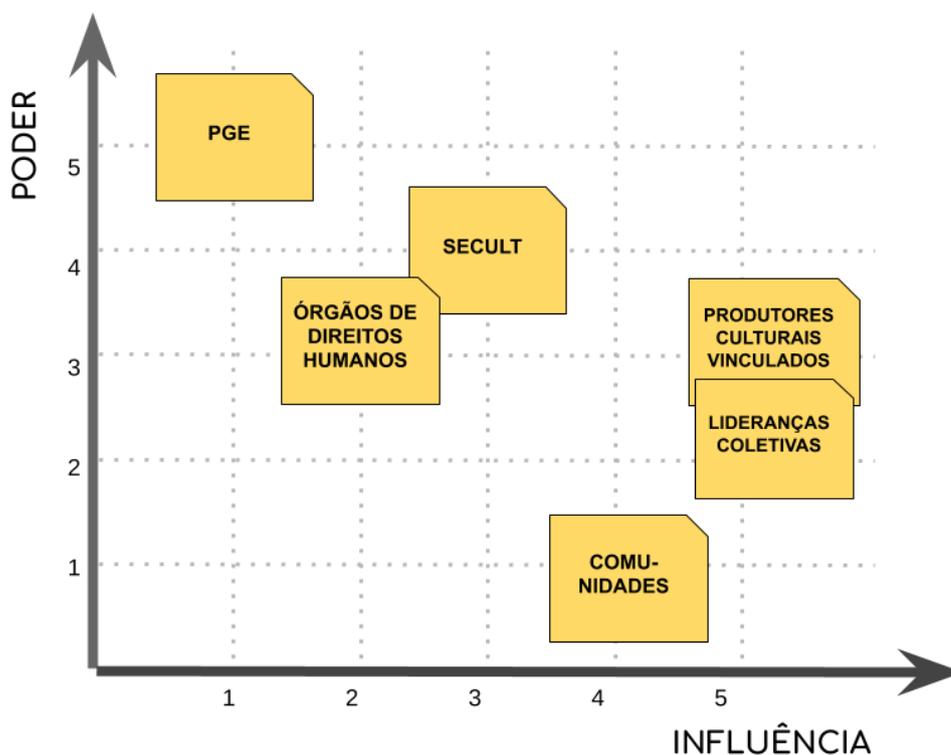
Quadro 4 - Projetos propostos para a área de Fomento - da produção à finalização

Objetivo central: Garantir a diversificação de recursos de forma a promover a descentralização da produção e a sustentabilidade do setor, aumentando a competitividade em nível local e nacional		
Nº	Projeto	Indicadores de avaliação

8	Fortalecimento dos acordos de Arranjos Regionais e Coinvestimentos Regionais, com incremento da parceria Secult/FSA, garantindo a diversificação das fontes de recursos para a produção e finalização anual de, no mínimo, 3 longas-metragens (2 ficção/ 1 documentário), 14 curtas e médias-metragens (ficção e documentário), além de obras seriadas	Valor total dos investimentos em Arranjos Regionais e Coinvestimentos e taxa de crescimento anual; Nº de registros de CRT e CPB na Ancine por ano; Nº de projetos e de proponentes contemplados por ano; Nº de produções anuais por tipo, formato e duração	☆☆ ☆☆ ☆☆ ☆☆
9	Projeto de sensibilização e capacitação de gestores de empresas e possíveis investidores sobre as fontes de incentivo indireto/renúncia fiscal para projetos culturais	Número de novas empresas investidoras	☆☆ ☆☆ ☆☆ ☆☆
10	Desoneração tributária para equipamentos cinematográficos e ativos de produção	Taxa de redução tributária	☆☆ ☆☆ ☆☆
11	Facilitar o acesso a crédito para as produtoras independentes do estado, em linhas específicas para o setor	Linhas de crédito específicas disponíveis	☆☆ ☆☆ ☆☆ ☆☆
12	Incentivo à coprodução nacional e internacional	Nº de coproduções realizadas e mudança da classificação de nível das empresas na Ancine	☆☆ ☆☆ ☆☆
13	Editais e chamadas públicas para produção de projetos audiovisuais transmídia	Nº de projetos transmídia inscritos e Nº de projetos executados em editais e chamadas públicas	☆☆ ☆☆ ☆☆
14	Fomento à produção de conteúdo próprio pela RTV/TVE	Valor do investimento total e Nº de obras viabilizadas	☆☆ ☆☆ ☆☆
15	Chamada pública para curtas e longas de Animação, além de obras seriadas do gênero que totalizem mais de 50 minutos, conforme os critérios de mercado do FSA	Nº de projetos de animação inscritos em chamadas públicas; Nº de obras contempladas; Nº de novos registros CPB na Ancine	☆☆ ☆☆

16	Pontuação extra em chamadas públicas para projetos de proponentes do interior do estado e distribuição regional de prêmios	Nº de proponentes e de contemplados oriundos do interior do estado nas chamadas públicas e Nº de municípios e de microrregiões alcançados	✧
17	Pontuação extra em editais e chamadas públicas para projetos de diretores estreantes	Nº de diretores estreantes proponentes e de estreantes contemplados nos editais e chamadas públicas	✧

Figura 6 – Mapa de atores da área de Diversidade



Siglas:

PGE/ES: Procuradoria-Geral do Estado do Espírito Santo

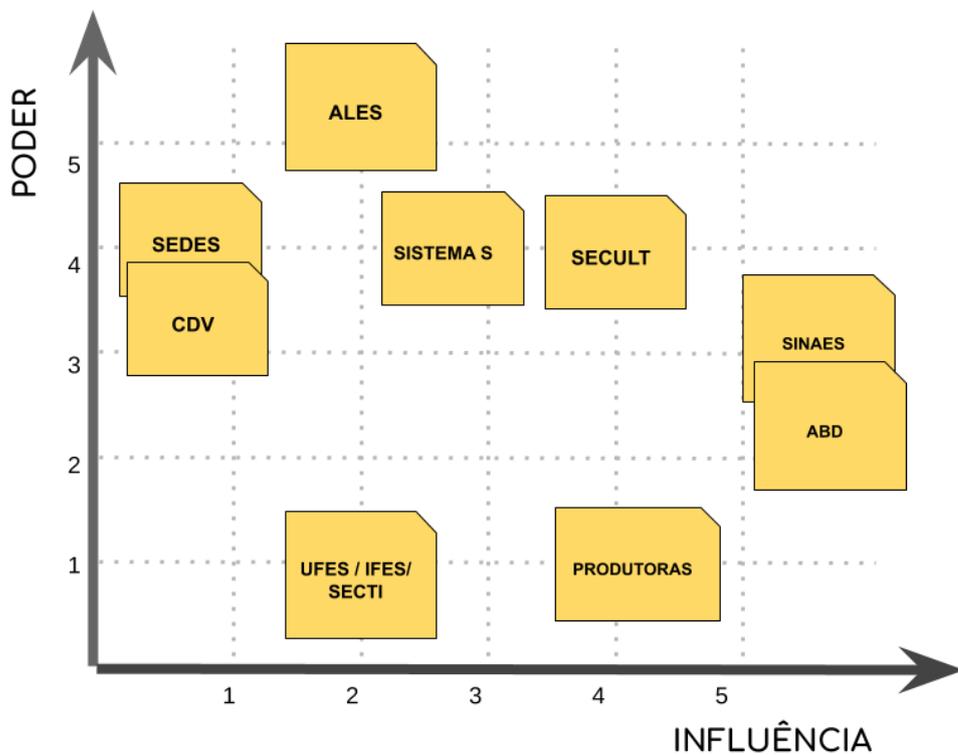
Secult: Secretaria de Estado da Cultura

Quadro 5 - Projetos propostos para a área de Diversidade

Objetivo central: Garantir a diversidade no acesso aos meios de realização audiovisual e a multiplicidade de olhares e narrativas sobre o fazer e ver cinematográfico		
Nº	Projeto	Indicadores de avaliação

18	Pontuação extra em editais e chamadas públicas para negros, mulheres, pessoas trans, povos e comunidades tradicionais; e incentivo à diversidade na composição das bancas de avaliação e nas equipes de produção audiovisual, garantindo espaço para estes e também para LGBTQIA+	Nº de proponentes e de contemplados por raça/etnia e gênero em editais e chamadas públicas; e diversidade da composição de bancas de avaliação e equipes de produção	☆☆☆☆☆☆
----	---	--	--------

Figura 7 – Mapa de atores da área de Inovação e equipamentos culturais



Siglas:

ABD Capixaba: Associação Brasileira de Documentaristas e Curtas Metragistas do Espírito Santo

Ales: Assembleia Legislativa do Espírito Santo

CDV: Companhia de Desenvolvimento, Inovação e Turismo de Vitória

Ifes: Instituto Federal do Espírito Santo

Secti: Secretaria de Estado de Ciência, Tecnologia, Inovação e Educação Profissional

Secult: Secretaria de Estado da Cultura

Sedes: Secretaria de Estado de Desenvolvimento

Sinaes: Sindicato da Indústria Audiovisual do Estado do Espírito Santo

Sistema S: engloba o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai); Serviço Social do Comércio (Sesc); Serviço Social da Indústria (Sesi); e Serviço Nacional de Aprendizagem do Comércio (Senac).

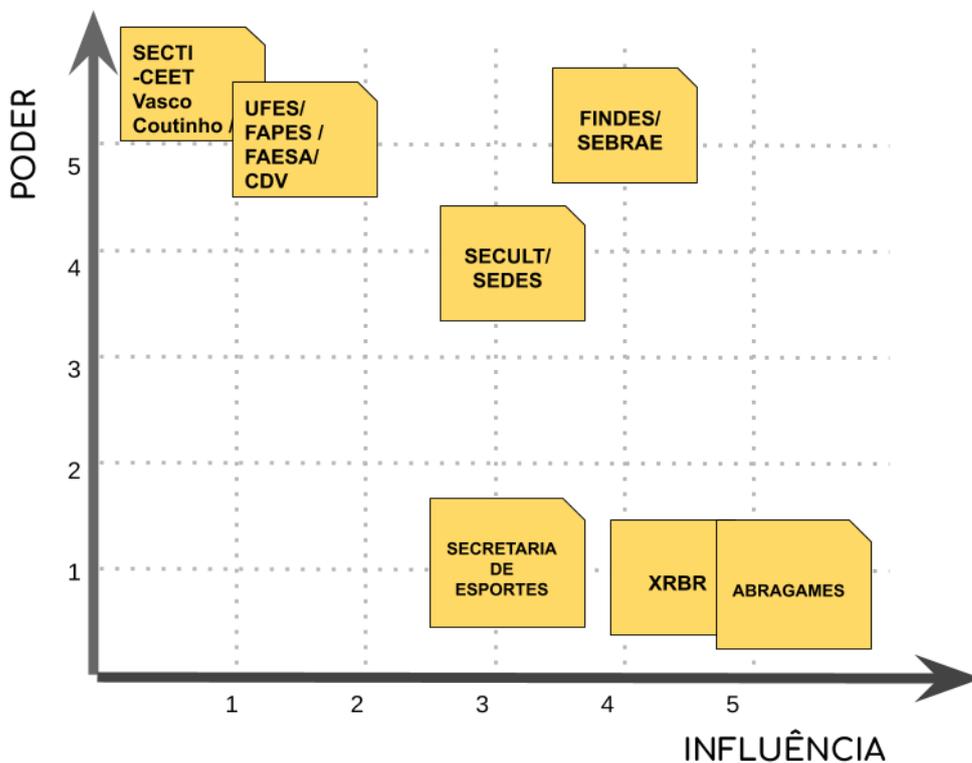
Ufes: Universidade Federal do Espírito Santo

Quadro 6 - Projetos propostos para a área de Inovação e equipamentos culturais

Objetivo central: Consolidar o audiovisual no ES como negócio criativo, aprimorando os mecanismos de financiamento e diversificação de fontes de recursos, de forma a gerar maior atratividade do setor e fortalecimento das produtoras independentes			
Nº	Projeto	Indicadores de avaliação	
19	Aprovação e regulamentação da Lei do ICMS, com porcentagem de recursos obrigatória a ser destinada ao Audiovisual	Total de recurso captado anualmente pela Lei, Nº de produções viabilizadas pela Lei; empresas parceiras alcançadas pela isenção	☆☆☆☆
20	Criação de uma incubadora de <i>startups</i> de audiovisual e hub de inovação para os realizadores, em parceria com o Sebrae	Nº de <i>startups</i> criadas	☆☆☆☆
21	Programa de articulação e capacitação dos agentes culturais municipais, de forma a apoiar as produções e desburocratizar a realização de filmagens nos municípios	Total de prefeituras envolvidas e agentes capacitados	☆☆☆☆
22	Criação do Polo de Produção Audiovisual do ES, que inclui a construção de infraestrutura para a produção audiovisual; captação de recursos e formação de público investidor; catalogação de fornecedores, parceiros comerciais, empresas, prestadores de serviços diretos e indiretos, etc.	Total de projetos apoiados pelo Polo anualmente; consolidação da infraestrutura; total de parceiros e prestadores de serviços catalogados	☆☆☆☆

23	Criação e instauração de <i>film commissions</i> junto às prefeituras municipais e ao Governo Estadual	Total de <i>film commissions</i> implementadas e de cidades com projeto para a implementação; N° de produções apoiadas por mês; N° de registros de filmagens viabilizadas com apoio das <i>film commissions</i> ; origem das produções (país, UF, cidade)	☆☆☆☆
24	Criação de um estúdio cinematográfico na Grande Vitória e um em cidade do interior do estado a ser selecionada, com mínimo de 500m ² de área e 10 metros de pé direito, e equipado com sala <i>chroma key</i> , isolamento acústico, equipamentos de audiovisual, ilhas de edição, etc.	N° de produções audiovisuais apoiadas e N° de produtoras beneficiadas anualmente	☆☆
25	Criação de uma empresa júnior de audiovisual	Atividades desenvolvidas pela empresa júnior, N° de empresas e produtoras atendidas; N° de estudantes envolvidos por semestre	☆

Figura 8– Mapa de atores da área de Jogos Digitais



Siglas:

Abragames: Associação Brasileira de Empresas Desenvolvedoras de Jogos Eletrônicos

CDV: Companhia de Desenvolvimento, Inovação e Turismo de Vitória

CEET Vasco Coutinho: Centro Estadual de Educação Técnica Vasco Coutinho

Faes: Faculdade de Tecnologia Faesa

Fapes: Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Espírito Santo

Findes: Federação das Indústrias do Espírito Santo

Secult: Secretaria de Estado da Cultura

Sedes: Secretaria de Estado de Desenvolvimento

Ufes: Universidade Federal do Espírito Santo

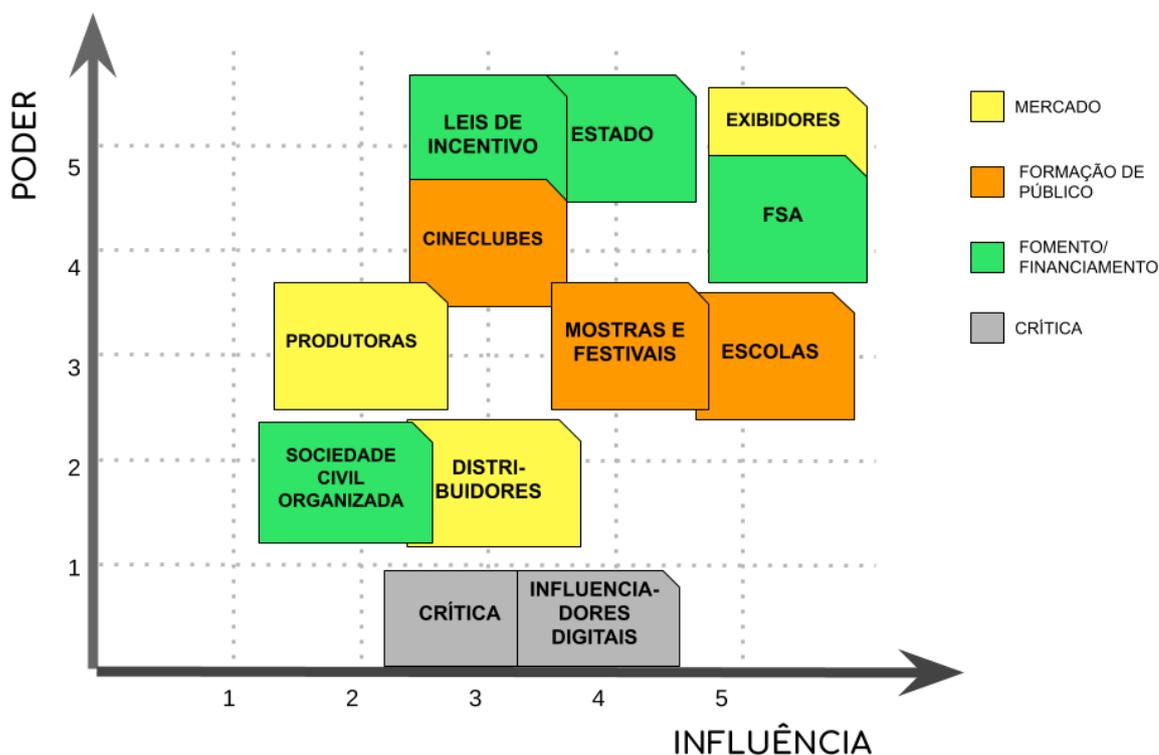
XRBR: Brazilian Hub of X-Reality (VR/AR/MR)

Quadro 7 - Projetos propostos para a área de Jogos Digitais

Objetivo central: Promover a inovação de linguagem, a experimentação, o desenvolvimento tecnológico e a multiplicidade de plataformas de produção e difusão audiovisual			
Nº	Projeto	Indicadores de avaliação	
26	Chamada pública para desenvolvimento de jogos digitais	Total de proponentes e de projetos contemplados/executados por ano	☆☆☆☆☆
27	Mapeamento dos desenvolvedores de jogos digitais atuantes no ES	Nº de desenvolvedores de jogos digitais atuantes no ES; distribuição por municípios e por microrregião	☆☆☆☆☆
28	Criação de um programa de formação continuada em tecnologias de jogos digitais, com oferta de curso de programação de jogos digitais, modelagem 3D e técnicas de edição de vídeos para internet	Cursos e vagas ofertadas	☆☆☆☆☆
29	Realização de Encontro de Desenvolvedores de Jogos Digitais do Sudeste	Total de participantes por município e UF	☆☆☆☆☆

30	Realização de uma Convenção de Entretenimento no ES, reunindo desenvolvedores e interessados em jogos digitais, apps, animação, filmes, séries, música e cultura pop em geral	Total de participantes e projetos envolvidos	☆☆
----	---	--	----

Figura 9– Mapa de atores da área de Difusão – exibição, distribuição e comercialização



Siglas:

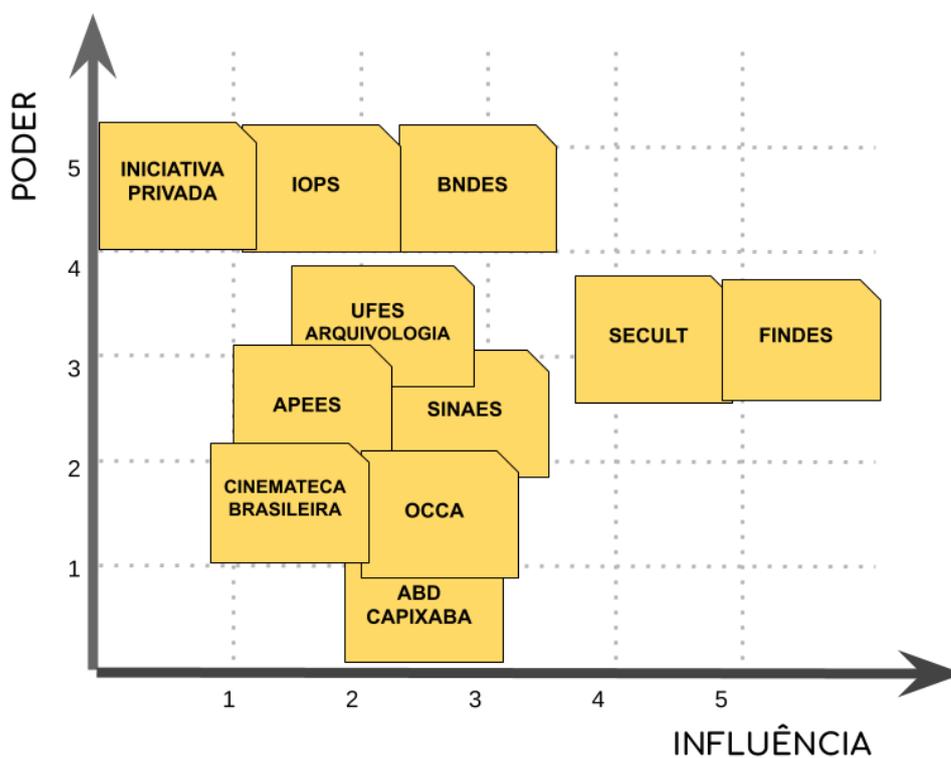
FSA: Fundo Setorial do Audiovisual

Quadro 8 – Projetos propostos para a área de Difusão – exibição, distribuição e comercialização

Objetivo central: Desenvolver o segmento de distribuição no estado, ampliar a circulação de obras em todas as plataformas e democratizar o acesso da população às obras e produtos audiovisuais, contribuindo para a formação de público e o fortalecimento de toda a cadeia produtiva do audiovisual			
Nº	Projeto	Indicadores de avaliação	
31	Ampliação dos recursos, via editais e Leis de Incentivo, para comercialização e distribuição de obras capixabas	Nº de obras capixabas comercializadas e distribuídas por ano	☆☆☆☆

32	Fomento a Mostras e Festivais no ES integrados a eventos de mercado com rodadas de negócio	Total de Mostras e Festivais realizados por ano e total de rodadas de negócios	☆☆☆☆☆☆
33	Incentivo à criação e manutenção de cineclubes nas escolas, em acordo com a Lei Nº 13.006/2014, em municípios com menos de 100 mil habitantes e em zonas urbanas de vulnerabilidade social	Nº de escolas com atividades implementadas em conformidade com a Lei; Nº de estudantes envolvidos por escola; Total de cineclubes formados; Nº de municípios e microrregiões alcançados por cineclube	☆☆☆☆☆☆
34	Realização de ações de formação de agentes de mercado (produtores, distribuidores e agentes de venda)	Nº de agentes de mercado formados	☆☆☆☆
35	Criação de programa de formação e participação de agentes de venda em eventos de mercado internacionais	Nº de agentes de vendas do ES participantes em eventos de mercado internacionais	☆☆☆☆
36	Articulação de atores (Estado, entidades) para distribuição de acervos capixabas a exibidores sem fins lucrativos	Nº de obras capixabas distribuídas	☆☆☆☆

Figura 10– Mapa de atores da área de Memória, preservação e pesquisa



Siglas:

ABD Capixaba: Associação Brasileira de Documentaristas e Curtas Metragistas do Espírito Santo

APEES: Arquivo Público do Estado do Espírito Santo

BNDES: Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social

Findes: Federação das Indústrias do Espírito Santo

IOPS: Instituto de Obras Públicas do Estado do Espírito Santo

OCCA: Organização dos Cineclubes Capixabas

Secult: Secretaria de Estado da Cultura

Sinaes: Sindicato da Indústria Audiovisual do Espírito Santo

UFES: Universidade Federal do Espírito Santo

Quadro 9 - Projetos propostos para a área de Memória, preservação e pesquisa

Objetivo central: Promover a preservação e registrar a memória das obras audiovisuais do ES			
Nº	Projeto	Indicadores de avaliação	
37	Catálogo das obras audiovisuais capixabas em acervos públicos e privados e criação de uma filmoteca, física e digital, com acervo das obras. Sugestão de local: Arquivo Público e site da Secult	Nº de obras catalogadas e Nº de obras pertencentes ao acervo	☆☆☆☆
38	Mapeamento dos filmes e obras audiovisuais que necessitam de restauro e elaboração do projeto de restauração	Mapeamento e projeto de restauração	☆☆☆☆
39	Oferta de curso de especialização em Preservação e Restauro de obras audiovisuais	Nº de profissionais capacitados	☆☆☆☆
40	Edital setorial para digitalização de obras audiovisuais e parceria com cursos da UFES	Nº de obras digitalizadas	☆☆☆☆
41	Criação de uma sistematização da forma de envio das obras produzidas via editais no ES, visando a preservação, conservação e manutenção do acervo de obras capixabas	Nº de obras produzidas via editais integrantes do acervo por ano	☆☆

42	Realização de Mostra "Memória do Cinema Capixaba"	Realização do evento; Total de obras exibidas e Total de público	☆☆
43	Criação de um Museu da Imagem e do Som (MIS) Capixaba como espaço para acervo, pesquisa e ações de formação e difusão de obras capixabas	Criação do Museu	☆

6.1. Considerações finais

O Programa ES+Criativo busca incorporar os princípios da política pública orientada por evidências. Este estudo, portanto, apresentou um levantamento de informações qualitativas e quantitativas que permitissem o desenho inicial das propostas de intervenção para o segmento do audiovisual no Espírito Santo, de modo a embasar as ações promovidas pela Secult-ES e demais instituições parceiras.

A pesquisa desempenhou um papel fundamental no trabalho de planejamento e engajamento dos atores envolvidos que tiveram a oportunidade de participar, seja através dos questionários on-line ou mesmo na oficina realizada em meados de 2019. As discussões abriram o debate sobre os rumos do audiovisual no Espírito Santo, de modo a compartilhar as pautas e anseios das organizações que representam os diversos segmentos da atividade no estado.

O diagnóstico realizado neste estudo também contribuiu enquanto ferramenta de articulação e avaliação quanto às demandas, expectativas e pautas históricas dos profissionais e entidades ligadas ao audiovisual capixaba. Em um cenário historicamente marcado por ciclos de avanços, paralisações e retrocessos, a cadeia produtiva do audiovisual capixaba mostra um amadurecimento para rever as lacunas e cobrar ações conjuntas e articuladas entre governo, municípios, empresários, instituições educativas e atores do setor.

Sejam as pautas legislativas, de especialização da mão de obra, investimentos, desenvolvimento da infraestrutura, tecnologias, meios de distribuição e circulação das obras em mercado nacional e internacional, elas evidenciam uma expansão do audiovisual como prática cultural, identidade e também negócio, que pode atuar de forma estratégica e protagonista do desenvolvimento do estado. Como mostrou a pesquisa, cada vez mais o audiovisual é a principal atividade econômica e fonte de renda dos profissionais que atuam no setor.

Mesmo diante do recente desmonte que o setor vivencia na política nacional, com perda de investimentos federais, colapso estrutural e marcos morais de censura investidos sobre a produção audiovisual, a produção local resiste e mostra oxigenação, com maior volume de produções, protagonizando espaço em festivais, participando de seleções e conquistando premiações até então inéditas para o estado.

É evidente que o processo de planejamento não é estático, sendo condicionado pelo contexto ao qual as partes interessadas estão envolvidas. Nesse sentido, novas informações, marcos legais, ou mesmo estudos podem reorientar os projetos que embasaram o programa para o audiovisual. Esse contexto, amplamente apresentado no diagnóstico da Matriz FOFA, afeta e é afetado pelas propostas consolidadas e priorizadas a partir deste estudo.

O Programa ES+Criativo também pretende ser continuamente monitorado e avaliado dentro de um ciclo de contínuo aprimoramento. A partir da análise e do aprendizado será possível selecionar as melhores práticas, que embasarão as decisões a favor ou contra da manutenção das políticas adotadas. O monitoramento do programa, portanto, torna-se peça fundamental para a promoção desta reflexão contínua, de modo que seja possível antecipar problemas relacionados à execução dos projetos propostos.

O presente relatório deve ser entendido como uma carta de possibilidades, que apresentam ações que envolvam a execução por parte de agentes públicos e privados com vistas ao desenvolvimento do audiovisual no Espírito Santo. Estas ações, por sua vez, estão condicionadas à capacidade de execução de cada agente envolvido neste processo, sendo produto do esforço coletivo para o crescimento deste importante segmento criativo do Estado.

Referências

ANCINE – Agência Nacional do Cinema. Ministério da Cidadania. Governo Federal. ANCINE anuncia primeiras parcerias da terceira edição da linha de Arranjos Regionais. 2017b. Disponível em: < <https://ancine.gov.br/pt-br/sala-imprensa/noticias/ancine-anuncia-primeiras-parcerias-da-terceira-edi-o-da-linha-de-arranjos>>. Acesso em: dez. 2019.

ABD CAPIXABA – Associação Brasileira de Documentaristas e Curta Metragistas do Espírito Santo. Notícias. Disponível em: <<https://abdcapixaba.com.br>>. Acesso em: mai. 2018.

ANATEL - Agência Nacional de Telecomunicações. Legislação. 2019. Disponível em: <<https://www.anatel.gov.br/legislacao/>>. Acesso em: dez. 2019.

ANCINE – Agência Nacional do Cinema. Ministério da Cidadania. Governo Federal. **Instrução Normativa nº 100, de 2012**. Dispõe sobre a regulamentação de dispositivos da Lei nº 12.485/2011 e dá outras providências e dá outras providências. ANCINE: 2012b.

ANCINE – Agência Nacional do Cinema. Ministério da Cidadania. Governo Federal. **Instrução Normativa nº 104, de 2012**. Dispõe sobre o Registro de Obra Audiovisual Não Publicitária Brasileira, a emissão de Certificado de Produto Brasileiro e dá outras providências. ANCINE: 2012a.

ANCINE – Agência Nacional do Cinema. Ministério da Cidadania. Governo Federal. **Instrução Normativa nº 119, de 2015**. Estabelece critérios para a classificação de nível de empresa produtora brasileira independente, para fins de captação de recursos por meio de fomento indireto, e dá outras providências. ANCINE: 2015.

ANCINE – Agência Nacional do Cinema. Ministério da Cidadania. Governo Federal. **Instrução Normativa nº 63, de 2007**. Define cineclubes, estabelece normas para o seu registro facultativo e dá outras providências. ANCINE: 2007.

ANCINE – Agência Nacional do Cinema. Ministério da Cidadania. Governo Federal. **Instrução Normativa nº 91, de 2010**. Regulamenta o registro de agente econômico na ANCINE. Brasília-DF: 2010.

ANCINE – Agência Nacional do Cinema. Ministério da Cidadania. Governo Federal. **Plano de diretrizes e metas para o audiovisual: o Brasil de todos os olhares para todas as telas**. 1ª ed. Rio de Janeiro: Agência Nacional do Cinema, 2013.

ANCINE – Agência Nacional do Cinema. Ministério da Cidadania. Governo Federal. **Prêmio Adicional de Renda**. 2018a. Disponível em: <<http://ancine.gov.br/fomento/par>>. Acesso em: dez. 2018.

ANCINE – Agência Nacional do Cinema. Ministério da Cidadania. Governo Federal. **Programa**

ANCINE de Incentivo à Qualidade. 2018b. Disponível em: <<http://ancine.gov.br/fomento/paq>>. Acesso em: dez. 2018.

ANCINE – Agência Nacional do Cinema. Ministério da Cidadania. Governo Federal. **Relatório de Gestão – 2018.** ANCINE: 2019.

ANCINE – Agência Nacional do Cinema. Ministério da Cultura. Governo Federal. **Uma nova política para o audiovisual:** Agência Nacional do Cinema, os primeiros 15 anos. ANCINE: 2017a.

ANCINE – Agência Nacional do Cinema. OCA – Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual. **Anuário Estatístico do Cinema Brasileiro – 2016.** ANCINE/OCA: 2016b.

ANCINE – Agência Nacional do Cinema. OCA – Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual. **Anuário Estatístico do Cinema Brasileiro – 2017.** ANCINE/OCA: 2017.

ANCINE – Agência Nacional do Cinema. OCA – Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual. **Dados Gerais do Mercado Audiovisual Brasileiro 2002 a 2018.** ANCINE/OCA, 2019b.

ANCINE – Agência Nacional do Cinema. OCA – Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual. **Emprego no setor audiovisual:** Estudo Anual 2018. Secretaria Executiva: ANCINE/OCA, 2018a.

ANCINE – Agência Nacional do Cinema. OCA – Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual. **Informe de Mercado. Salas de exibição – 2018.** ANCINE/OCA: 2019a.

ANCINE – Agência Nacional do Cinema. OCA – Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual. Informe de Mercado: **Distribuição em salas - 2018.** Superintendência de Análise de Mercado: ANCINE/OCA, 2019e.

ANCINE – Agência Nacional do Cinema. OCA – Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual. Informe de Mercado: **Salas de Exibição – 2017.** Superintendência de Análise de Mercado: ANCINE/OCA, 2018c.

ANCINE – Agência Nacional do Cinema. OCA – Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual. **Listagem de complexos de exibição por município e UF - 2018.** ANCINE/OCA, 2019f.

ANCINE – Agência Nacional do Cinema. OCA – Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual. **Listagem de distribuidoras 2009 a 2018.** ANCINE/OCA, 2019c.

ANCINE – Agência Nacional do Cinema. OCA – Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual. **Listagem dos agentes econômicos registrados no Ancine.** CEC/SAM/ANCINE,

2018b.

ANCINE – Agência Nacional do Cinema. OCA – Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual. **Listagem dos filmes brasileiros lançados comercialmente em salas de exibição 1995 a 2018.** ANCINE/OCA, 2019d.

ANCINE – Agência Nacional do Cinema. OCA – Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual. **Valor adicionado pelo setor audiovisual** - Estudo Anual 2016. ANCINE/OCA: 2016a.

BAHIA, L. **Discursos, políticas e ações:** processos de industrialização do campo cinematográfico brasileiro. São Paulo: Itaú Cultural: Iluminuras, 2012.

BRASIL. Câmara Legislativa do Distrito Federal. Comissão de Educação, Saúde e Cultura. **Lei Complementar nº 933, de 2017.** Autoriza a criação da Fundação das Artes do DF e da Fundação do Patrimônio Cultural do DF e dispõe sobre suas inserções no Sistema de Arte e Cultura – SAC-DF. Brasília – DF: 2017b.

BRASIL. Câmara Legislativa do Distrito Federal. Comissão de Educação, Saúde e Cultura. **Lei Complementar nº 934, de 2017.** Institui a Lei Orgânica da Cultura dispondo sobre o Sistema de Arte e Cultura do Distrito Federal. Brasília – DF: 2017a.

BRASIL. Presidência da República. Casa Civil. **Lei nº 11.437, de 2006.** Altera a destinação de receitas decorrentes da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional -CONDECINE, e dá outras providências.

BRASIL. Presidência da República. Casa Civil. **Lei nº 12.485, de 2011.** Dispõe sobre a comunicação audiovisual de acesso condicionado. Brasília: 2011.

BRASIL. Presidência da República. Casa Civil. **Lei nº 12.599, de 2012.** Altera as Leis nºs 10.893, de 13 de julho de 2004. Brasília: 2012.

BRASIL. Presidência da República. Casa Civil. **Lei nº 8.313, de 1991.** Restabelece princípios da Lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986, institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) e dá outras providências. Brasília: 1991.

BRASIL. Presidência da República. Casa Civil. **Lei nº 8.685, de 1993.** Cria mecanismos de fomento à atividade audiovisual e dá outras providências. Brasília: 1993.

BRASIL. Presidência da República. Casa Civil. **Medida Provisória 2.228-1 de 2001.** Estabelece princípios gerais da Política Nacional do Cinema. Brasília: 2001.

BRAVI – Brasil Audiovisual Independente. **BRAVI.** 2018. Disponível em: <<https://bravi.tv>>. Acesso em: mai. 2018.

CAMPOS, R. M. M. **História do Cinema Brasileiro** – Os Ciclos de Produção Mais Próximos ao Mercado. In: VIANNA, R. (Coord.). GT História da Mídia Audiovisual. II Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho. Florianópolis: 2004.

CINEMA DO BRASIL. **O que é o cinema do Brasil**. 2018. Disponível em: <<http://www.cinemadobrasil.org.br>>. Acesso em: mai. 2018.

COUTINHO, L.; FERRAZ, J. C. **Estudo da competitividade da indústria brasileira**: relatório final. IE/UNICAMP – IEI/UFRJ – FDC – Funcex, 1993.

CULTURA E MERCADO. **Por um audiovisual sustentável no DF**. 2015. Disponível em: <<http://www.culturaemercado.com.br/site/pontos-de-vista/por-um-audiovisual-sustentavel-no-distrito-federal/>>. Acesso em: dez. 2019.

DOSI, G. **Sources, procedures and microeconomic effects of innovation**. Journal of economic literature, v. XXVI, 1988.

ESTADO DO ESPÍRITO SANTO. **Lei Complementar nº 458/2008**. Dispõe sobre a criação do Fundo de Cultura do Estado do Espírito Santo (FUNCULTURA). Espírito Santo – ES: 2008.

ESTADO DO ESPÍRITO SANTO. **Secretaria da Cultura**. SECULT – Secretaria da Cultura. 2019. Disponível em: <<https://secult.es.gov.br>>. Acesso em: dez. 2019.

FIRJAN - FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. **Mapeamento da Indústria Criativa do Estado Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: 2014.

FLORIDA, R. **The Rise of the Creative Class ... and How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life**. Nova York: Basic Books, 2002.

FSA – **Fundo Setorial do Audiovisual**. Agência Nacional do Cinema. Ministério da Cidadania. Governo Federal. Fundo Setorial do Audiovisual. 2019. Disponível em: <<https://fsa.ancine.gov.br>>. Acesso em: dez. 2019.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Estatísticas. Perfil Municípios. Cultura 2014**. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: out. 2019.

IKEDA, M. **Cinema Brasileiro a partir da Retomada**. Rio de Janeiro: Summus editorial, 2015.

NAGIB, Lúcia. **O cinema da retomada**: depoimentos de 90 cineastas dos anos 90. São Paulo: Ed. 34, 2002.

OCA – **Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual**. ANCINE – Agência Nacional do Cinema. Ministério da Cidadania. Governo Federal. Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual. 2018. Disponível em: <<https://oca.ancine.gov.br>>. Acesso em: dez. 2018.

OSÓRIO, C. (Org.). **Catálogo de Filmes: 81 anos de cinema no Espírito Santo**. ABD Capixaba: 2007.

PAIVA, A. R. N. et al. **O impacto econômico do setor audiovisual brasileiro**. MOTION PICTURE ASSOCIATION – AMÉRICA LATINA: 2016.

PORTAL DO EMPREENDEDOR – **MEI**. Estatísticas. 2019. Disponível em: <<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/estatisticas>>. Acesso em: dez. 2019.

PRADO, L. C. D.; BARRADAS, A. **Economia do cinema e do audiovisual**. Texto para discussão, 005, UFRJ, 2014.

PREFEITURA MUNICIPAL DA SERRA. Estado do Espírito Santo. Secretaria de Administração e Recursos Humanos. **Lei nº 2204 de 1999**. Dispõe sobre a criação do Projeto Cultural “Chico Prego”. Serra – ES: 1999.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CACHOEIRO DE ITAPEMIRIM. Estado do Espírito Santo. **Lei nº 3467 de 1991**. Institui o Projeto Cultural ‘Rubem Braga’. Cachoeiro de Itapemirim – ES: 1991.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CACHOEIRO DE ITAPEMIRIM. Estado do Espírito Santo. **Lei nº 7410 de 2016**. Dispõe sobre o Projeto Cultural ‘Rubem Braga’. Cachoeiro de Itapemirim – ES: 2016.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CARIACICA. Estado do Espírito Santo. **Lei nº 4.328 de 2005**. Dispõe sobre a criação do Projeto Cultural ‘Lei João Bananeira’. Cariacica – ES: 2005.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CARIACICA. Estado do Espírito Santo. **Lei nº 5.477 de 2015**. Dispõe sobre a criação da Lei Municipal de incentivo financeiro à cultura – Lei João Bananeira, Cariacica-ES, e dá outras providências. Cariacica – ES: 2015.

PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA. Estado do Espírito Santo. **Lei nº 3730 de 1991**. Institui o Projeto Cultural ‘Rubem Braga’. Vitória – ES: 1991.

PRODAV - Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Audiovisual Brasileiro. **Regulamento Geral**. FSA, Ancine: 2014.

RAIS - **Relação Anual de Informações Sociais**. Ministério da Economia. Relação Anual de Informações Sociais. 2019. Disponível em: <<http://rais.gov.br>>. Acesso em: dez. 2019.

SENADO FEDERAL. Gabinete do Senador Humberto Costa. **Projeto de Lei do Senado nº 57, de 2018**. Dispõe sobre a comunicação audiovisual sob demanda, a Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional – CONDECINE e dá outras providências. Brasília: 2018.

SESC – ES. **Cinema no Centro Cultural Sesc Glória.** Disponível em: <<https://sesc-es.com.br/cultura/projetos-e-atividades/cinema/>>. Acesso em: dez. 2019.

SIAESP – SINDICATO DA INDÚSTRIA AUDIOVISUAL DO ESTADO DE SÃO PAULO. **Notícias.** Disponível em: <<http://siaesp.org.br>>. Acesso em: mai. 2018.

SINAES – Sindicato da Indústria Audiovisual do Estado do Espírito Santo. Sistema Findes – Fundação das Indústrias do Espírito Santo. **SINAES.** Disponível em: <<https://findes.com.br/team/sinaes/>>. Acesso em: mai. 2018.

SOLEDADE, S. **Guia Audiovisual:** Gestão e empreendedorismo. Módulo 1 – Gestão empresarial. São Paulo: APRO/SEBRAE, 2015.

ZUBELLI, L. M. R. A. **Uma visão sistêmica das políticas públicas para o setor audiovisual.** 275f. Tese (Doutorado em Economia) – Programa de Pós-graduação em Economia do Instituto de Economia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2017.

ES+CRIATIVO

#ijsn45anos
Instituto Jones
dos Santos Neves

45 anos
ijsn

GOVERNO DO ESTADO
DO ESPÍRITO SANTO

Secretaria da Cultura
Secretaria de Economia
e Planejamento

