

Cinema Brasileiro: Um Estudo Comparativo entre a Captação de Recursos Mediante Mecanismos de Incentivo Público *versus* a Arrecadação nas Bilheterias Nacionais

Brazilian Cinema: A Comparative Study between Fundraising Through Mechanisms of Public Incentive *versus* the Selling Revenue on the Brazilian Box Offices

Inácio Alaiola Nogueira Dos Santos Júnior
Bacharel em Ciências Contábeis – Universidade Federal do Ceará
Avenida VI, 295, Jereissate I / Maracanaú-CE CEP 61.900-670
inacioalaiola@gmail.com

Carlos Adriano Santos Gomes
Mestre em Ciências Contábeis – Fundação Visconde de Cairu/BA
Professor Assistente da Universidade Federal do Ceará.
Avenida da Universidade, 2486 – Benfica / Fortaleza-CE CEP 60.020-180
contabeisfeaac@yahoo.com.br

Resumo

Responsáveis por manter ativa a produção cinematográfica nacional atualmente, as políticas de incentivo ao cinema não garantem um patamar igualitário de captação de recursos para todos os filmes produzidos no país e provocam embates que relacionam a qualidade das produções com o volume de captação bem como levou à criação de um senso comum que afirma que filmes que apresentam uma arrecadação de recursos elevada devem registrar os melhores resultados nas bilheterias. Diante disso, este estudo tem por objetivo analisar a relação entre o volume de recursos captado através de mecanismos de incentivo público e o volume de arrecadação nas bilheterias de filmes brasileiros. Para tanto, foi realizada uma pesquisa descritiva, de caráter documental e com abordagem quantitativa. Os dados utilizados neste estudo dizem respeito a informações referentes à captação de recursos e renda nas bilheterias de 666 filmes nacionais lançados entre os anos de 1995 e 2012, ao passo que a análise estatística empregada foi o coeficiente de correlação de Spearman. Os resultados evidenciaram que existe uma forte correlação positiva entre as duas variáveis analisadas, revelando uma tendência dos filmes com alta captação de recursos serem os que registram as maiores arrecadações nas bilheterias. A análise dos dados revelou ainda que há uma concentração tanto de recursos incentivados (61%) quanto de renda nas bilheterias (75%) em filmes com volume de captação superior a R\$ 3 milhões.

Palavras-chave: Captação de recursos. Mecanismos de incentivo. Renda nas bilheterias. Filmes brasileiros.

Abstract

Responsible for maintaining active the actual cinematographic production, the politics of incentive to cinema do not guarantee an equal state of recourse capture for all the movies produced in the country as well as provoke discussion which relate production quality to volume capture, in which has taken to the creation of the common sense that says that movies which present elevated recourse fund must present best-selling results. Therefore, this study has the objective of analyzing the relation between the recourse volume captured from the

Artigo publicado anteriormente nos Anais do V AdCont em 2014.

Artigo submetido em 31 de outubro de 2014 e aceito em 20 de dezembro de 2014 pelo Editor Marcelo Alvaro da Silva Macedo, após *double blind review*.

mechanisms of public incentive and the selling volume on the Brazilian box offices. Due to that, descriptive research was made, with documentary character and quantitative approach. The data used in this study is related to information towards fundraising and income about the box office of 666 Brazilian movies released between 1995 and 2012, while the statistical analysis used was the 'Spearman correlation' coefficient. The results showed that there is a strong positive correlation between the two variables analyzed, revealing a trend of movies with high fundraising are the ones that register the highest grossing box office. Data analysis also revealed that there is a concentration of both incentive funds (61%) as income at the box office (75%) in films with volume greater uptake of R \$ 3 million.

Keywords: Recourse capture. Mechanisms of incentive. Box office. Brazilian movies.

1. Introdução

Quando se estuda o atual momento da indústria cinematográfica brasileira, observa-se que existe uma forte ligação entre o desenvolvimento deste setor com as políticas de incentivo fiscal. A razão disso está no fato de que, quando o então presidente Fernando Collor de Mello extinguiu, no início do ano de 1990, os mecanismos de proteção e os órgãos promotores do cinema nacional, em especial a Empresa Brasileira de Filmes (Embrafilme), a atividade cinematográfica no país praticamente desapareceu, sendo que o seu resgate se deu a partir da reconstrução de políticas de incentivo, compostas inicialmente pela Lei Rouanet (Lei nº 8.313/91) e pela Lei do Audiovisual (Lei nº 8.685/93), que através de recursos obtidos por renúncia fiscal têm garantido o suporte financeiro necessário para a viabilidade da produção cinematográfica no Brasil.

Contudo, embora as políticas de incentivo ao cinema representem peças-chave na realização de longas-metragens nacionais, atualmente, a captação de recursos possibilitada por elas se dá em sua maioria através de mecanismos de incentivo indireto, nos quais empresas privadas escolhem projetos cinematográficos e destinam certo montante para que eles sejam produzidos, ação que lhes possibilita deduzir a quantia destinada do valor a recolher de seus impostos, bem como associar sua marca ao projeto escolhido. Tal situação termina por privilegiar alguns filmes em detrimento de outros, uma vez que os projetos que obtêm maior apelo junto às empresas investidoras conseguem captar mais recursos e com isso realizar altos investimentos em qualidade técnica e publicidade, elementos que podem ajudar a alavancar o seu desempenho nas bilheterias.

Assim, diante dessa problemática na distribuição de recursos, criou-se um senso comum de que filmes com captação elevada registram os melhores resultados nas bilheterias quando lançados nos cinemas, uma indução que levou à realização desta pesquisa, que almeja responder a seguinte questão: Qual a relação entre o volume de recursos captados através de mecanismos de incentivo público e o volume de arrecadação nas bilheterias de filmes brasileiros? Para responder tal pergunta, tomou-se como objetivo geral analisar a relação entre o nível de captação de recursos mediante mecanismos de incentivo público e o nível de arrecadação nas bilheterias dos filmes brasileiros, de modo a verificar se de fato os longas-metragens realizados com alta captação tendem a apresentar os melhores desempenhos comerciais.

A pesquisa justifica-se em razão das inúmeras críticas feitas ao modelo de financiamento público do cinema nacional (que não mais se restringe às Leis do Audiovisual e Rouanet), que têm como base a ideia de que tal modelo não estimula a qualidade e o potencial artístico dos filmes, mas essencialmente o *marketing* cultural, ou seja, a promoção institucional por meio de um produto artístico-cultural. Outro ponto que torna esta pesquisa relevante é a utilização de um modelo estatístico, algo que não é muito observado em

trabalhos científicos sobre a atividade cinematográfica e que cuja ausência tende a ocasionar opiniões errôneas sobre o setor e prejudicar eventuais tomadas de decisão.

Quanto à metodologia, a pesquisa é considerada quantitativa, utilizando-se de procedimentos técnicos do tipo documental. O levantamento de dados foi realizado tendo como fonte a listagem elaborada pela Agência Nacional de Cinema - ANCINE que contém os valores de captação por mecanismos de incentivo e renda nas bilheterias de todos os filmes brasileiros lançados nos cinemas entre os anos de 1995 e 2012. Após serem coletados, os dados foram analisados através do coeficiente de correlação de Spearman.

Esta pesquisa foi organizada em cinco sessões, incluindo esta introdução. A segunda seção versa sobre a revisão teórica, na qual há uma contextualização histórica do cinema no Brasil e são abordados os aspectos gerais tanto dos mecanismos de incentivo à atividade cinematográfica quanto das fases da atividade cinematográfica. A terceira seção trata da classificação e procedimentos metodológicos adotados na investigação, seguida pela quarta seção, que se dedica à análise dos dados e apresentação dos resultados obtidos. Finalmente, na quinta seção, são feitas as considerações finais sobre a pesquisa.

2. Referencial Teórico

2.1. Contexto histórico do cinema no Brasil

Criado na França em 1895 pelos irmãos Auguste e Louis Lumière, o cinema é inegavelmente uma das maiores invenções do final do século XIX, que, devido à sua rápida evolução, foi ganhando espaço e se tornando cada vez mais difundido em todo o mundo. Atualmente, além de ser considerada a “sétima arte”, também é uma poderosa indústria, composta por uma complexa cadeia produtiva, que movimenta relevante soma de recursos em diversos países ao redor do mundo.

No Brasil, a chegada do cinema se deu no ano seguinte à sua criação na França, mais especificamente no dia 8 de julho de 1896, quando o belga Henri Paillie realizou no Rio de Janeiro a primeira sessão cinematográfica no país, sessão esta que contou com a exibição de oito “filmetes” de aproximadamente um minuto cada, com intervalo entre eles (SCHNEIDER, 2013).

No que diz respeito ao primeiro filme genuinamente brasileiro, até hoje não existe um consenso sobre quando e por quem ele foi realizado. De acordo com Ballerini (2012), existem estudiosos que afirmam que o primeiro filme brasileiro foi feito por Afonso Segreto, que teria filmado a baía de Guanabara a bordo de um navio em 19 de junho de 1898, enquanto outros autores acreditam que tal ação foi efetuada por José Roberto da Cunha Salles, que em 27 de novembro de 1897 relatou ter registrado “fotografias vivas” na Seção de Pedidos de Privilégios do Ministério da Agricultura, Comércio e Obras Públicas.

Contudo, apesar de não ter tardado a chegar ao Brasil, o cinema nacional vivenciou o seu primeiro ciclo de produção somente uma década após seu surgimento no país, entre os anos de 1907 e 1911, período conhecido como a Bela Época do Cinema Brasileiro (BERNARDET, 1995). Essa atribuição deve-se ao fato de que, graças à regularização do fornecimento de energia elétrica possibilitado pela inauguração da usina Ribeirão das Lajes em 1907, houve um crescimento significativo no número de salas de exibição, cujos proprietários logo se interessaram a também produzir filmes, criando assim um vínculo entre os papéis de exibidor e produtor que assegurava a presença de filmes nacionais nos cinemas e, conseqüentemente, tornava o ato de assisti-los em um hábito entre os brasileiros (BALLERINI, 2012).

Essa fase áurea do cinema brasileiro, porém, chega ao fim no início da década de 1910, período em que chegaram ao país as primeiras distribuidoras estrangeiras, que

terminaram por abalar a relação de interesses entre produção e exibição, tendo em vista que se tornou mais vantajoso para os donos de cinemas, locar filmes internacionais para exibição ao invés de participar da produção de filmes nacionais (CAMPOS, 2004). Dessa forma, com a crescente predominância no circuito exibidor dos filmes internacionais, aliada à quebra da aliança entre produção e exibição, o cinema brasileiro sofreu uma forte queda e desde então passou a ser caracterizado pela alternância de ciclos de alta e baixa produtividade (BALLERINI, 2012). Uma síntese dos ciclos ocorridos entre a década de 1920 e o ano de 1990 é apresentada no Quadro 1.

Quadro 1 - Ciclos de produção do cinema brasileiro (1920 a 1990)

Ciclo dos cinejornais e documentários (década de 1920)	<ul style="list-style-type: none"> Os filmes internacionais começaram a ser melhor aceitos pelo público e a conquistar cada vez mais espaço no mercado brasileiro. A produção nacional de filmes de enredo se tornou escassa, pois os cineastas procuraram evitar a concorrência com os filmes estrangeiros através da realização de cinejornais e documentários.
Ciclo da chanchada (década de 1930 a 1950)	<ul style="list-style-type: none"> Com a consolidação do cinema sonoro, surgiram no Brasil as comédias carnavalescas conhecidas como chanchadas, que, mesmo mal vistas pela crítica especializada, alcançaram forte apelo popular. Houve a primeira intervenção do governo na atividade cinematográfica, com a promulgação do Decreto Nº 21.240/32, que estabeleceu uma cota de tela para o filme nacional. Em 1941 foi fundada a Atlântida Empresa Cinematográfica do Brasil S.A., cujos filmes bem-sucedidos ajudaram a consolidar o gênero chanchada e tornaram a presença de Hollywood menos dominante nas bilheteiras. Ao final da década de 1950, graças ao esgotamento da fórmula “musical + humor” e ao surgimento da televisão, o ciclo das chanchadas entrou em declínio.
Ciclo da Vera Cruz (década de 1950)	<ul style="list-style-type: none"> Em 1949 foi criada a Companhia Cinematográfica Vera Cruz, que almejava realizar filmes de qualidade técnica e que evitassem o criticado tom popularesco da chanchada. A empresa produziu alguns filmes de sucesso e repercussão internacional, mas terminou por fechar as portas em 1953 por não conseguir recuperar nas bilheteiras o alto custo empregado na produção de seus filmes.
Ciclo do Cinema Novo (década de 1960)	<ul style="list-style-type: none"> Movimento que teve como base o engajamento político e social e cujos filmes caracterizam-se pelo baixo custo e pela liberdade autoral do diretor. Os filmes do Cinema Novo alcançaram destaque no mercado internacional, mas não alcançaram sucesso de bilheteria e público no Brasil, situação que, somada ao aumento da censura ocasionado pelo Ato Institucional nº 5, fez com que o movimento sofresse um declínio.
Ciclo do Cinema Marginal e da pornochanchada (final da década de 1960 a 1980)	<ul style="list-style-type: none"> Surgido em 1968 como uma forma de oposição ao Cinema Novo, o Cinema Marginal utilizava recursos dos produtores da Boca do Lixo para a realização de filmes de baixo orçamento que privilegiavam a estética urbana, o grotesco, o irônico e o erotismo. Por falta de força, o Cinema Marginal chegou ao fim em 1973, mas o movimento abriu caminho para as comédias eróticas conhecidas como pornochanchadas, que começaram a ser produzidas no início da década de 1970, atingiram seu auge na metade da década e tiveram sua decadência no início da década de 1980.
Ciclo da Embrafilme (década de 1970 ao ano de 1990)	<ul style="list-style-type: none"> A partir de 1969, o Estado começou a intervir no setor cinematográfico através da Empresa Brasileira de Filmes (Embrafilme), uma estatal que em 1975 assumiu as funções de financiamento, co-produção e distribuição dos filmes nacionais. Atuando em conjunto com outros órgãos financiadores e fiscalizadores, a Embrafilme aumentou a competitividade dos filmes brasileiros e fez com que o cinema nacional alcançasse seus melhores índices de desempenho. Com a crise econômica que assolou o país após o fim da ditadura militar, a Embrafilme sofreu com a falta de recursos e foi aos poucos perdendo suas funções, situação que culminou com a sua extinção, juntamente com outros mecanismos de proteção à atividade cinematográfica, no início do ano de 1990, durante o governo de Fernando Collor de Melo.

	<ul style="list-style-type: none"> • Sem a Embrafilme, o setor cinematográfico nacional passou a ser guiado pelas leis de mercado e a consequência disso foi a paralisação quase total da produção de filmes.
--	--

Fonte: Adaptado de Ballerini (2012), Campos (2004), Giannasi (2007), Matta (2004), Ramos (1987) e Vieira (1987).

O cenário devastador ocasionado pelo fim da Embrafilme teve curta duração, pois após reações da sociedade civil e do setor cinematográfico, houve já em 1993 a reconstrução dos mecanismos estatais de apoio ao cinema, que passaram a ter como base a renúncia fiscal, na qual o Estado abre mão de certa parcela do tributo devido por pessoas físicas e jurídicas de modo que tal valor seja utilizado na produção de filmes (IKEDA, 2011). Assim, ao serem consolidados no governo de Fernando Henrique Cardoso, os mecanismos de incentivo fiscal se tornaram a nova base da produção cinematográfica no Brasil e deram início ao chamado ciclo da retomada, no qual o cinema brasileiro “ganhou visibilidade e respeito, conseguiu cativar o público, voltou a ser manchete na imprensa e ganhou até torcida durante as premiações do Oscar às quais concorreu” (MARSON, 2006, p. 11).

Para Oricchio (2003), a atividade cinematográfica nacional não poderia se alongar nesse status de “retomada” e dessa forma o autor estabelece que tal ciclo chegou ao fim em 2002, tendo como marco simbólico o filme Cidade de Deus, cujo sucesso de bilheteria e público, juntamente com o enorme reconhecimento internacional, deu novo fôlego à produção cinematográfica brasileira, que já se encontrava estabilizada. Então, por mera falta de outra nomenclatura, o cinema nacional atualmente vivencia o ciclo da pós-retomada, um ciclo que, embora mantenha o modelo de financiamento do seu antecessor, se difere deste em virtude da utilização de recursos técnicos cada vez mais avançados na produção de filmes e, principalmente, da crescente busca pelo êxito comercial, algo que nem sempre foi observado durante a retomada devido à insegurança dos cineastas quanto ao gosto do público e à viabilidade financeira proporcionada pelos mecanismos de incentivo fiscal, que levaram à realização de vários filmes sem perspectiva comercial (IKEDA, 2011; BALLERINI, 2012).

2.2. Os mecanismos de incentivo à atividade cinematográfica

Segundo Ikeda (2011, p.23), ao serem implementados na década de 1990 e darem início ao ciclo da retomada, os mecanismos de incentivo fiscal eram compostos pela Lei Rouanet e pela Lei do Audiovisual, que juntas “representaram a espinha dorsal do novo modelo de fomento à atividade cinematográfica no período”. No entanto, de acordo com Bahia (2009), somente essas duas políticas não foram suficientes para assegurar o fortalecimento do cinema nacional e diante disso os profissionais do setor se organizaram e realizaram em 2000 o III Congresso Brasileiro de Cinema, cujo objetivo era cobrar uma maior participação do Estado no campo cinematográfico e a criação de um órgão institucional para o cinema. Em resposta a essas cobranças, foi fundada em 2001 a Agência Nacional de Cinema (ANCINE), uma agência reguladora que tem como função regular, fiscalizar e fomentar o mercado cinematográfico, bem como administrar os recursos oriundos dos mecanismos de incentivo fiscal, que já em 2001 foram expandidos e passaram a incluir o Art. 39 da Medida Provisória 2228-1/01. Posteriormente, graças à atuação da ANCINE, o modelo de financiamento ao cinema nacional voltou a ser ampliado e começou a também englobar mecanismos de fomento direto, representados pelo Prêmio Adicional de Renda, pelo Programa de Incentivo à Qualidade do Cinema e pelo Fundo Setorial do Audiovisual, que possibilitaram o aporte de recursos para a produção de filmes sem a interferência do setor privado.

2.2.1. Mecanismos de incentivo indireto

Silva e Martins (2011) apontam como sendo mecanismos de incentivo indireto aqueles cujos recursos têm como origem medidas fiscais. Os autores também destacam como outra característica principal de tais mecanismos o fato de que as decisões sobre a utilização dos recursos cabem às empresas privadas, que determinam o montante usado e para quais projetos ele será repassado. Dessa forma, enquadram-se como mecanismos de incentivo indireto à atividade cinematográfica a *Lei Rouanet*, a *Lei do Audiovisual* e o *Art. 39 da Medida Provisória 2228-1/01*.

Segundo Schneider (2013), quando o cinema brasileiro entrou em colapso no início dos anos 90, a primeira medida institucional que visou reverter essa situação foi a Lei 8.313/91, que ficou conhecida como Lei Rouanet (em homenagem ao então Secretário de Cultura, Sérgio Paulo Rouanet) e passou a proporcionar recursos para a produção e veiculação de obras cinematográficas, bem como para outras atividades culturais em geral, tais como teatro, dança e artes plásticas. Através da Lei Rouanet, as empresas privadas e pessoas físicas podem abater do imposto de renda devido (até o limite de 4% e 6%, respectivamente) os valores destinados a projetos culturais previamente aprovados pelo Ministério da Cultura, destinação esta que se dá mediante duas modalidades: a doação, que consiste na transferência definitiva de numerário ao projeto sem que haja nenhuma contrapartida para o doador além do abatimento do imposto, e o patrocínio, em que a transferência de numerário possibilita ao patrocinador tanto o abatimento do imposto quanto a vinculação de sua marca ao projeto incentivado (BELEM e DONADONE, 2013; BRASIL, 2013).

No âmbito cinematográfico, o incentivo oferecido pela Lei Rouanet está previsto especificamente nos Artigos 18 e 25. De acordo com Ikeda (2011), a diferença entre os dois artigos diz respeito somente ao enquadramento dos projetos que captarão recursos, já que o Art. 18 possibilita o aporte em produções cinematográficas e videofonográficas de curta e média-metragem, bem como projetos de preservação de obras audiovisuais e construção de salas de cinema em municípios com população inferior a 100 mil habitantes, enquanto o Art. 25 prevê o subsídio em obras seriadas e filmes documentais. É importante destacar que a dedução fiscal no imposto de renda difere em relação ao artigo no qual o projeto está enquadrado (para os projetos inseridos no Art. 18 a dedução é de 100% do valor destinado, ao passo que para os alocados no Art. 25 a dedução varia entre 30% e 80%).

Ikeda (2011) destaca que tal medida torna evidente o incentivo estatal apenas como complemento da iniciativa privada, tendo em vista que as possibilidades de retorno comercial dos projetos enquadrados no Art. 25 são maiores que as dos enquadrados no Art. 18.

Quase dois anos após o surgimento da Lei Rouanet, o cinema nacional passou a contar com mais uma lei de incentivo, a Lei 8.685, de 20 de julho de 1993, que ficou conhecida como Lei do Audiovisual por ser voltada especificamente para o setor. Diferente da Lei Rouanet, o aporte de recursos pela Lei do Audiovisual se dá através do investimento, no qual pessoas físicas e jurídicas adquirem, no mercado de ações, quotas representativas de direitos de comercialização de obras cinematográficas (os chamados Certificados de Investimento Audiovisual) podendo posteriormente, conforme disposto no Art. 1º, abater o valor integral investido no imposto de renda devido (até o limite de 3% para pessoas físicas e 1% para pessoas jurídicas), bem como contabilizá-lo como despesa operacional (BRASIL, 2013; RAMOS e HAJE, 2011). Além disso, o Art. 1º ainda possibilita ao investidor associar a sua marca ao projeto investido e receber dividendos caso ele gere lucro, vantagens que, quando observadas de maneira geral, não deixam dúvidas sobre as razões que fizeram a Lei do Audiovisual manter-se “ao longo dos anos como o principal instrumento para captação de recursos e incentivo à produção cinematográfica” (BALLERINI, 2012, p. 39).

No entanto, é interessante destacar que, mesmo sendo o Art. 1º o mais atraente para as empresas dentro da Lei do Audiovisual, tal regra jurídica ainda dispõe de mais três

mecanismos de incentivo à atividade cinematográfica. O primeiro está regulamentado no Art. 1º A, que autoriza às empresas privadas e pessoas físicas deduzirem do imposto de renda devido (até o limite de 4% e 6%, respectivamente) os valores destinados a patrocínio em favor de projetos de longa-metragem de ficção e a outros projetos da indústria audiovisual, como preservação, exibição, distribuição e infraestrutura de serviços. Já o segundo está previsto no Art. 3º, que permite às empresas distribuidoras estrangeiras utilizarem 70% do imposto de renda incidente sobre os créditos e remessas de lucro ao exterior na coprodução de filmes brasileiros. Por fim, há o Art. 3º A, que possui o mesmo funcionamento do Art. 3º, só que aplicado às empresas de radiodifusão e programadoras nacionais de TV por assinatura (BRASIL, 2013).

Dentre os demais mecanismos de incentivo ao cinema, o último classificado como indireto é o Art. 39, da Medida Provisória 2228-1/01. Através deste dispositivo, as programadoras internacionais de TV por assinatura podem se isentar do pagamento da Condecine (Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica, um tributo incidente sobre a exploração da atividade audiovisual) desde que invistam 3% do valor das remessas de lucros para o exterior na coprodução de filmes, telefilmes e minisséries brasileiras (BRASIL, 2013). Dessa forma, conforme afirma Ikeda (2011), busca-se estabelecer uma parceria entre as programadoras e as produtoras nacionais, de modo a possibilitar um espaço para as obras audiovisuais brasileiras nos canais estrangeiros de TV por assinatura.

2.2.2. Mecanismos de fomento direto

Silva (2010) caracteriza os mecanismos de fomento direto como sendo aqueles em que os recursos utilizados são provenientes do próprio Estado, que repassa os numerários com base em critérios de qualidade (fomento direto seletivo) e de mérito econômico e artístico (fomento direto automático). São considerados como mecanismos de fomento direto à atividade cinematográfica o *Prêmio Adicional de Renda*, o *Programa de Incentivo à Qualidade do Cinema Brasileiro* e o *Fundo Setorial do Audiovisual*.

Instaurado em 2001 pelo Art. 54 da Medida Provisória 2228-1 e regulamentado pela Instrução Normativa ANCINE nº 44, de 11 de novembro de 2005, o Prêmio Adicional de Renda (PAR) tem como objetivo “recompensar financeiramente as empresas produtoras, distribuidoras e exibidoras de longas-metragens de produção independente que obtivessem um êxito significativo de mercado” (BALLERINI, 2012, p. 39). A ideia, ainda de acordo com Ballerini (2012), é possibilitar que empresas brasileiras responsáveis por filmes de bom desempenho comercial possam fazer mais filmes, já que os recursos oriundos do PAR devem obrigatoriamente ser utilizados na realização de outros longas-metragens.

Assim, anualmente a ANCINE lança edital do PAR definindo o valor total do prêmio, que será distribuído igualmente entre as três modalidades de destinação: produção, distribuição e exibição. Quanto à metodologia de cálculo para a concessão do apoio financeiro, são atribuídas alíquotas para determinadas faixas de renda, nas quais se enquadrarão as empresas produtoras segundo a renda bruta de cada um de seus filmes e as empresas distribuidoras segundo o somatório da renda bruta dos filmes brasileiros por elas distribuídos. Para as empresas exibidoras (que nesse caso são limitadas aos complexos de uma ou duas salas) a metodologia de cálculo considera o número de filmes nacionais exibidos e o número de dias, de modo que são premiadas as empresas que ofertaram o maior número de filmes brasileiros durante o maior número de dias (IKEDA, 2011).

É interessante destacar também que, por se tratar de um fomento direto automático, as empresas que se inscrevem no PAR não passam por nenhum tipo de julgamento e, caso preencham os requisitos exigidos, todas serão contempladas (MONSORES, 2012).

Fundado pela Instrução Normativa ANCINE nº 56, de 25 de setembro de 2006, o Programa de Incentivo à Qualidade do Cinema Brasileiro (PAQ) é um mecanismo de fomento

direto automático que segue os moldes do PAR, só que, ao invés de premiar as empresas com os melhores resultados comerciais, ele concede um apoio financeiro às empresas produtoras cujos filmes foram selecionados, indicados ou premiados em festivais nacionais e internacionais (RAMOS e HAJE, 2011).

Da mesma maneira que ocorre com o PAR, anualmente a ANCINE lança edital do PAQ que fixa o valor do apoio financeiro, bem como o número de beneficiários, que são definidos segundo uma metodologia de pontuação, na qual os filmes vão recebendo pontos de acordo com o seu desempenho em festivais nacionais e internacionais, como por exemplo os Festivais de Cannes, Berlim, Gramado e o Cine Ceará. Então, são selecionados os projetos que obtiveram as maiores pontuações e, entre suas respectivas produtoras, é dividido igualmente o valor fixado, que também deverá ser obrigatoriamente utilizado na realização de outro longa-metragem (IKEDA, 2011).

Sendo o PAR e o PAQ mecanismos de fomento direto automático, coube ao Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) aliar o repasse de recursos com o poder de decisão do Estado. Criado pela Lei 11.437/06 e regulamentado pelo Decreto nº 6.299/07, o FSA é um mecanismo que tem como objetivo principal desenvolver a indústria cinematográfica como um todo e, portanto, investe em todos os setores da cadeia produtiva (SCHNEIDER, 2013).

Utilizando como fonte de recursos as receitas provenientes da Condecine e de parte do FISTEL (Fundo de Fiscalização das Telecomunicações, uma contribuição incidente sobre a atividade do setor de telecomunicações) o FSA direciona suas verbas para projetos alocados em quatro linhas de ação, que são selecionados através de uma comissão formada por servidores da ANCINE e da Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP). A saber, as quatro linhas de ação do FSA são: *Linha de Ação A* – Produção Cinematográfica de Longa-Metragem, *Linha de Ação B* – Produção Independente de Obras Audiovisuais para a Televisão, *Linha de Ação C* – Aquisição de Direitos de Distribuição de Obras Cinematográficas de Longa-Metragem e *Linha de Ação D* – Comercialização de Obras Cinematográficas de Longa-Metragem.

No entanto, o grande diferencial do FSA em relação aos outros mecanismos de fomento não está na participação direta do Estado, mas no fato de que o aporte de recursos se dá por meio de investimentos retornáveis e empréstimos reembolsáveis (é possível operações por meio de valores não-reembolsáveis, mas isso é exceção), o que significa que, seja por participação nos resultados ou pagamento do valor financiado, o montante aplicado nos projetos irão posteriormente retornar ao FSA (IKEDA, 2011).

2.3. As fases técnicas da atividade cinematográfica

Em resumo, a atividade cinematográfica integra uma cadeia produtiva constituída por três segmentos, sendo eles a produção, a distribuição e a exibição.

Conforme discutido anteriormente, é possível perceber que os mecanismos de fomento ao cinema contemplam todas as fases dessa atividade, mas que eles priorizam essencialmente o segmento da produção, algo que de certa forma se justifica pelo fato deste ser o mais arriscado da atividade cinematográfica, uma vez que é o último a ser beneficiado pela renda arrecadada nas salas de cinema (GORGULHO, *et al.*, 2009).

De acordo com Earp e Sroulevich (2008), a produção compreende todo o processo de realização de um filme, sendo a empresa produtora a responsável desde a definição do roteiro até a etapa em que o filme ganha o formato final para fins comerciais, etapa esta que é acompanhada pela definição da firma distribuidora, cuja função é executar campanhas publicitárias e garantir que o filme chegue ao mercado exibidor. Conforme afirma Ballerini (2012), as distribuidoras adiantam os custos de comercialização dos filmes e com isso adquirem o direito de retenção prioritária, sendo, portanto, as primeiras a serem remuneradas após o exibidor. Dessa forma, em geral 50% do faturamento de um filme nas bilheterias fica

com o exibidor, entre 20% e 30% com o distribuidor e somente o restante chega às produtoras, que segundo o autor raramente obtêm 30% da renda auferida por suas obras.

Contudo, é importante salientar que embora a produção seja o segmento mais arriscado da atividade cinematográfica, atualmente, graças aos mecanismos de incentivo, esse risco diminuiu consideravelmente, dado que, conforme estabelecido pelo Art. 39, §6º, da Medida Provisória 2228-1/01, somente 5% do orçamento de um filme deve ser obrigatoriamente composto por recursos oriundos das produtoras, o que faz com que o longa-metragem chegue aos cinemas estando 95% pago (IKEDA, 2011). Essa situação, por sinal, termina por gerar inúmeras críticas ao modelo de financiamento ao cinema, pois mesmo não obtendo resultados positivos com seus filmes, as produtoras conseguem se remunerar através da taxa de administração do orçamento cinematográfico (que chega a ser de 10%), o que faz com que a busca por resultados financeiros não seja uma prioridade ao mesmo tempo em que deixa essas empresas excessivamente dependentes de recursos incentivados, impedindo então uma indústria cinematográfica auto-sustentável (EARP E SROULEVICH, 2008; GORGULHO, *et al.*, 2009).

No que diz respeito ao segmento da distribuição, Ruy (2011, p. 92) o define como sendo “o elo entre a produção e a exibição, constituindo, portanto, a atividade responsável por garantir que o filme finalizado encontre espaço nas telas e insira-se no circuito, na disputa pelos espectadores”. Nacionalmente, cabe ressaltar que, ainda que as empresas brasileiras tenham apresentado índices de crescimento ao longo dos últimos anos, o segmento da distribuição é dominado pelas *majors*, que nada mais são do que subsidiárias dos grandes estúdios internacionais, como a Disney, Paramount, Sony e Fox (SCHNEIDER, 2013). De acordo com dados da ANCINE, em 2012, as *majors* responderam por 68,8% da renda total auferida no mercado cinematográfico brasileiro.

No campo dos mecanismos de incentivo, a política de maior relevância no segmento da distribuição é o Art. 3º da Lei do Audiovisual, que conforme afirma Ikeda (2011), promoveu uma integração entre produtoras e distribuidoras e alavancou a produção nacional de *blockbusters* (filmes voltados para o grande público), já que, por estarem inseridas na atividade cinematográfica, as distribuidoras que optavam pelo mecanismo investiam recursos em projetos com maior perspectiva de retorno comercial. Mas assim como outras medidas de incentivo, o Art. 3º da Lei do Audiovisual também é alvo de críticas, visto que o mecanismo é basicamente utilizado pelas *majors*, que acabam assegurando os direitos de distribuição sobre filmes brasileiros de maior potencial comercial e com isso se tornam mais competitivas em relação às distribuidoras nacionais (GORGULHO, *et al.*, 2009).

Por último, há o segmento da exibição, que compreende a comercialização dos filmes em diferentes plataformas, sendo a principal delas as salas de cinema (MATTA, 2004). Conforme apresentado anteriormente, são mínimos os mecanismos de incentivo voltados para a exibição e diante disso os empresários desse segmento se vêem dependentes apenas do lucro obtido em suas salas para sustentar seus negócios, situação que faz com que eles sejam por vezes apontados como vilões do mercado cinematográfico nacional, tendo em vista que preferem exibir filmes internacionais com maior potencial de bilheteria (BALLERINI, 2012). Segundo Earp e Sroulevich (2008), a empresa exibidora se remunera através do percentual sobre a bilheteria a que lhe é destinado, que oscila entre 50% e 53%. Essa receita, ainda de acordo com os autores, permite ao exibidor pagar os seus custos operacionais e é complementada pelas atividades de *bombonière*, publicidade e ações promocionais.

3. Metodologia

De acordo com Beuren (2012), é possível agrupar as tipologias de pesquisa em três categorias: pesquisa quanto aos objetivos, aos procedimentos e à abordagem do problema. Santos Jr., I. A. N.; Gomes, C. A. S.

Seguindo essa ideia, o presente trabalho pode ser caracterizado como uma pesquisa descritiva, documental e quantitativa.

Tendo em vista que esta pesquisa busca analisar a relação entre o volume de recursos incentivados utilizados na produção de filmes brasileiros e o valor arrecadado nas bilheterias pelos mesmos, seu enquadramento, quanto ao objetivo, torna-se descritivo, uma vez que, segundo Rampazzo (2005, p. 53), a pesquisa descritiva procura, através da observação, registro, análise e correlação de fatos, “descobrir, com a precisão possível, a frequência com que um fenômeno ocorre, sua relação e sua conexão com outros”.

Em relação aos procedimentos técnicos, adotou-se a pesquisa documental, que conforme afirma Gil (2008) é aquela cujo desenvolvimento se dá através de informações contidas em documentos diversos, que podem ou não ter recebido algum tratamento analítico. Para este trabalho, foi utilizada como fonte para coleta de dados a listagem elaborada pela ANCINE contendo todos os filmes brasileiros lançados nos cinemas entre 1995 e 2012 com seus respectivos valores de captação por mecanismos de incentivo e renda nas bilheterias, listagem esta que encontra-se disponível no portal virtual da ANCINE e que, por não ter passado por nenhuma análise prévia, é considerada, ainda de acordo com Gil (2008), como um documento de primeira mão. Sobre o período compreendido nesta pesquisa, cabe mencionar que sua delimitação deve-se à indisponibilidade de dados consolidados referentes à captação de recursos e renda nas bilheterias obtida pelos filmes brasileiros no ano de 2013.

Quanto à abordagem do problema, optou-se por um enfoque quantitativo que melhor se adéqua à pesquisa por confiar “na medição numérica, na contagem e frequentemente no uso da estatística para estabelecer com exatidão os padrões de comportamento de uma população” (SAMPIERI, COLLADO e LUCIO, 2006, p. 5). Complementando esse raciocínio, Souza, Santos e Dias (2013) afirmam que essa abordagem é bastante comum entre pesquisas descritivas que almejam estabelecer relações entre fenômenos, já que os recursos estatísticos possibilitam aos pesquisadores descobrir se as relações analisadas de fato existem ou se eles estão lidando com o acaso.

Por sua vez, o universo da pesquisa caracteriza-se pelos filmes brasileiros lançados comercialmente entre os anos de 1995 e 2012, que estão presentes na já referida listagem elaborada pela ANCINE. Ao todo, a listagem contém 880 filmes, contudo 22 filmes não apresentaram dados sobre renda de bilheteria e outros 192 filmes foram realizados sem que houvesse captação de recursos incentivados, desse modo 666 filmes foram utilizados para fins de análise.

4. Análise dos Dados e Apresentação dos Resultados

Sendo a pesquisa quantitativa realizada através de ferramentas estatísticas, foi utilizada neste estudo a análise de correlação. Em geral, as análises de correlação utilizam como técnica de mensuração dos dados o coeficiente de correlação de Pearson, cujo cálculo permite determinar a direção e a força do relacionamento entre duas variáveis. Contudo, de acordo com Figueiredo Filho e Silva Júnior (2004) um dos pressupostos centrais para que esse coeficiente seja utilizado de forma adequada é que os dados utilizados obedeam a uma distribuição normal, algo que pode ser averiguado através da aplicação do teste de Kolmogorov-Smirnov, que verifica a hipótese nula de que os dados estão normalmente distribuídos.

Dessa forma, utilizando o software estatístico SPSS v. 21, foi aplicado o teste nas duas variáveis analisadas e verificou-se que nenhuma das duas possui distribuição normal, conforme os resultados apresentados na Tabela 01.

Tabela 01 – Resultado de Teste de Hipótese

	HIPÓTESE NULA	TESTE	SIG	DECISÃO
1	A distribuição de "Renda" é normal com média R\$ 2.001.542,94 e desvio padrão R\$ 6.767.000,94	Um teste Kolmogorov-Smirnov de uma amostra	,000	Rejeitar a hipótese nula
2	A distribuição de "Valor Captado" é normal com média 1.563.105,666 e desvio padrão 1.885.558,77	Um teste Kolmogorov-Smirnov de uma amostra	,000	Rejeitar a hipótese nula

Fonte: Dados da pesquisa (2014)

Tendo em vista que as exigências para o uso do coeficiente de Pearson não puderam ser atendidas, procurou-se atender os objetivos desta pesquisa através da utilização do coeficiente de correlação de Spearman, que consiste em um método não-paramétrico de correlação de dados cujas propriedades são as mesmas do coeficiente de Pearson, só que, ao invés de considerar os valores absolutos das variáveis, ele utiliza os dados organizados segundo classificações ordinais, ou seja, seus postos.

Novamente fazendo uso do software SPSS, foi realizada a análise de correlação de Spearman e os resultados encontram-se apresentados na Tabela 02.

Tabela 02 - Correlações

		Renda	Valor Captado	
Rô de Spearman	Renda	Correlações de coeficiente	1	
		Sig. (2 extremidades)	0,000	
		N	666	
	Valor Captado	Correlações de coeficiente	0,668**	1
		Sig. (2 extremidades)	0,000	.
		N	666	666

** A correlação é significativa no nível 0,01 (2 extremidades).

Fonte: Dados da pesquisa (2014)

Segundo Levin, Fox e Forde (2012, p. 304), da mesma maneira que ocorre com o coeficiente de Pearson, o coeficiente de correlação de Spearman varia de -1,00 a +1,00, sendo que, “quanto mais próximo de 1,00 em qualquer direção, maior a intensidade da correlação”. Assim, tendo como base a classificação para a intensidade da correlação proposta por Levin, Fox e Forde (2012) e o coeficiente de +0,668 obtido após a aplicação do teste estatístico, pode-se afirmar que existe uma correlação positiva forte entre o nível de captação de recursos mediante mecanismos de incentivo público e o nível de arrecadação nas bilheterias de filmes brasileiros, o que confirma que filmes com captação elevada tendem a apresentar os melhores desempenhos comerciais quando lançados nos cinemas.

Essa tendência também pode ser observada ao se analisar os dados da Tabela 03, que agrupa segundo faixa de captação de recursos o universo da pesquisa, bem como o somatório dos valores captados e renda nas bilheterias dos filmes nacionais.

Inicialmente cabe ressaltar o volume de recursos captados da ordem de 1,34 bilhões de reais no período de 1995 a 2012 e 1,33 bilhões de renda de bilheteria no mesmo período, indicando que, no cômputo geral, a renda dos 666 filmes analisados, é em conjunto menor que o volume de recursos captados por meio de incentivos fiscais.

Ressalte-se que, se por um lado imagina-se que os orçamentos dos filmes não estão restritos aos volumes captados por meio de incentivos fiscais, por outro, a renda de bilheteria também não é a única fonte de receita dessas produções (composta também pela venda de DVD, distribuição para locação, exibição em emissora de TV aberta e canais pagos, etc), por isso, essa pesquisa não pode afirmar com precisão que o cinema brasileiro é deficitário, mas Santos Jr., I. A. N.; Gomes, C. A. S.

tão somente, ponderar que, com base nesses dois indicadores “valor captado” e “renda de bilheteria” as produções nacionais analisadas, em seu volume geral, são deficitárias. Para análise mais conclusiva seria necessário se debruçar em outros dados de orçamento de renda, que, dada a limitação e objetivos desta investigação, não foram analisados.

Tabela 03 – Universo e variáveis da pesquisa

FAIXA DE CAPTAÇÃO DE RECURSOS	QTD DE FILMES		VALORES CAPTADOS		RENDA NAS BILHETERIAS	
	F	f	F	f	F	f
Até R\$ 1 milhão	292	44%	R\$ 138.899.160	10%	R\$ 41.462.571	3%
De R\$ 1 a R\$ 3 milhões	205	31%	R\$ 390.347.185	29%	R\$ 293.974.697	22%
De R\$ 3 a R\$ 5 milhões	106	16%	R\$ 411.598.360	31%	R\$ 444.465.429	33%
Acima de R\$ 5 milhões	63	9%	R\$ 400.299.956	30%	R\$ 553.124.901	42%
TOTAL	666	100%	R\$ 1.341.144.661	100%	R\$ 1.333.027.599	100%

Fonte: Dados da pesquisa (2014)

F = Frequência absoluta; f = Frequência relativa

A partir dos dados da Tabela 03, é possível constatar uma concentração de 61% do volume total de recursos incentivados e 75% da renda nas bilheterias pelos filmes cuja captação supera a marca de R\$ 3 milhões (25% do total produzido no período analisado), o que faz com que seus grupos sejam os únicos onde o faturamento nas bilheterias supera os valores captados. Dessa forma, pode-se perceber que normalmente os filmes brasileiros não apresentam uma captação de recursos elevada, mas são aqueles que o fazem que em geral apresentam os melhores resultados nas bilheterias.

A relação entre captação e bilheteria pode encontrar explicação no volume de recursos direcionados no orçamento das produções para publicidade e promoção dos filmes, bem como estratégias de lançamento e distribuição (incluindo a quantidade de sala de exibição). Contudo, esta pesquisa não aponta opinião conclusiva a esse respeito, uma vez que o estudo não objetivou aprofundar-se nessa análise, deixando-a como sugestão para futuras investigações.

A Tabela 04 a seguir apresenta um extrato das produções que compõem o estudo, relacionando os dez filmes de maiores bilheterias e captação de recursos e cruza os dados com o volume de captação e volume de renda nas bilheterias.

Levando em consideração os dados apresentados, é possível notar que, dos dez filmes que mais arrecadaram nas bilheterias de 1995 a 2012, sete registraram captação superior a R\$ 3 milhões, o que os coloca entre os 100 filmes que mais captaram recursos no período. Quanto aos dez filmes que alcançaram as maiores captações de recursos, a situação é bastante semelhante, visto que sete deles figuram entre os 100 filmes que mais arrecadaram nas bilheterias. Assim, pode-se afirmar que os filmes de maior bilheteria estão no grupo dos que utilizaram os maiores volumes de recursos incentivados, da mesma forma que os filmes de maior captação estão no grupo dos que apresentaram as maiores bilheterias.

Um dado curioso é que nenhum dos 10 filmes com maiores bilheteria estão entre os 10 que mais captaram recursos, o que mais se aproxima é Tropa de Elite 2 (12ª maior captação). Isso indica que, apesar de ser uma tendência geral (comprovada na correlação estatística) de que os que mais incentivados são que mais rendem bilheteria, na análise individualizada isso nem sempre se verifica.

Apesar de Tropa de Elite 2 ter obtido a maior renda na bilheteria é o filme De Pernas Por Ar 2 que apresenta a melhor relação renda/captação uma vez que a renda foi 17,77 vezes maior que a captação ao passo que no primeiro essa relação foi de 14,78 vezes.

De modo análogo, observa-se que entre os 10 filmes com maior volume de captação nenhum se encontra entre os 10 de maior bilheteria e o que mais se aproxima é Cidade de Deus (7º em arrecadação e 21º em renda). Verificou-se também que em apenas dois filmes dessa lista (Cidade de Deus e O Bem Amado) a renda nas bilheterias superam o volume captado e que o filme Coração Iluminado apresentou a pior relação renda/captação (rendeu apenas 0,01 vezes do que arrecadou).

Tabela 04 – Dez filmes de maior bilheteria e captação de recursos (1995 a 2012)

MAIORES BILHETERIAS			
Filme	Renda nas bilheterias	Valor Captado	Classificação
1º - Tropa de Elite 2 (2010)	R\$ 103.461.153,74	R\$ 7.000.000,00	12ª maior captação
2º - Se Eu Fosse Você 2 (2009)	R\$ 50.543.885,00	R\$ 5.425.000,00	54ª maior captação
3º - De Pernas pro Ar 2 (2012)	R\$ 50.312.064,36	R\$ 2.830.000,00	184ª maior captação
4º - Dois Filhos de Francisco (2005)	R\$ 36.728.278,00	R\$ 5.746.000,00	41ª maior captação
5º - Nosso Lar (2010)	R\$ 36.126.083,00	R\$ 2.521.928,32	208ª maior captação
6º - Até que a Sorte nos Separe (2012)	R\$ 33.883.800,68	R\$ 2.720.040,00	196ª maior captação
7º - De Pernas pro Ar (2011)	R\$ 31.033.778,76	R\$ 4.751.400,00	78ª maior captação
8º - Chico Xavier (2010)	R\$ 30.279.855,27	R\$ 5.179.777,12	59ª maior captação
9º - Carandiru (2003)	R\$ 29.623.481,00	R\$ 6.445.171,00	28ª maior captação
10º - Se eu Fosse Você (2006)	R\$ 28.916.137,00	R\$ 4.298.172,32	89ª maior captação
MAIOR CAPTAÇÃO DE RECURSOS			
Filme	Valor Captado	Renda nas bilheterias	Classificação
1º - Xingu (2012)	R\$ 9.730.000,00	R\$ 3.898.283,67	74ª maior renda
2º - O Xangô de Baker Street (2001)	R\$ 9.387.582,99	R\$ 2.275.052,00	97ª maior renda
3º - Coração Iluminado (1998)	R\$ 9.209.282,60	R\$ 92.892,00	367ª maior renda
4º - Besouro (2009)	R\$ 8.813.391,57	R\$ 3.803.835,75	76ª maior renda
5º - Gaijin: Ama-me como Sou (2005)	R\$ 7.682.584,48	R\$ 388.800,00	224ª maior renda
6º - O Coronel e o Lobisomem (2005)	R\$ 7.594.119,28	R\$ 4.678.543,00	58ª maior renda
7º - Cidade de Deus (2002)	R\$ 7.584.935,26	R\$ 19.066.087,00	21ª maior renda
8º - Corações Sujos (2012)	R\$ 7.334.585,25	R\$ 452.177,72	208ª maior renda
9º - Salve Geral (2009)	R\$ 7.137.002,42	R\$ 2.644.263,52	91ª maior renda
10º - O Bem Amado (2010)	R\$ 7.063.135,97	R\$ 8.393.618,86	42ª maior renda

Fonte: Dados da pesquisa (2014)

Ao realizar essas comparações com os filmes de menor bilheteria e menor captação de recursos, as observações encontradas demonstram justamente o oposto das anteriores, uma vez que, conforme os dados da Tabela 05, cinco dos dez filmes com as menores bilheterias posicionam-se entre os 100 filmes de menor captação de recursos, ao passo que sete dos dez filmes com captação mais baixa estão entre os 100 filmes que obtiveram as menores rendas. Diante disso, percebe-se que os filmes de baixa bilheteria foram os que menos captaram recursos, como também os filmes de menor captação foram os que alcançaram as menores rendas.

Em relação aos filmes de menor bilheteria, é interessante destacar a forte presença de documentários, algo que de certa maneira era esperado já que segundo Ikeda (2011) os filmes desse gênero tem reduzidas possibilidades de bilheteria, uma afirmação que pode ser confirmada quando se verifica o somatório da renda auferida pelos documentários no período,

que totaliza apenas R\$ 23.273.323,75 (1,74% da renda total obtida pelos filmes analisados). Além disso, destaca-se o fato de que os filmes do gênero documentário em geral não encontram espaço nos grandes complexos cinematográficos do país, tendo então seus lançamentos restritos a poucas salas do chamado “circuito de arte”.

Tabela 05 – Dez filmes de maior bilheteria e captação de recursos (1995 a 2012)

MENORES BILHETERIAS			
Filme	Renda nas bilheterias	Valor Captado	Classificação
1º - Velhas Guardas (2009)*	R\$ 75,00	R\$ 50.000,00	658ª maior captação
2º - Senhores do Vento (2009)*	R\$ 186,00	R\$ 423.020,43	535ª maior captação
3º - Nzinga (2006)*	R\$ 212,00	R\$ 419.192,00	536ª maior captação
4º - O Quinze (2007)	R\$ 330,00	R\$ 1.709.000,00	286ª maior captação
5º - São Paulo Companhia de Dança (2012)*	R\$ 415,00	R\$ 75.000,00	653ª maior captação
6º - Intervalo Clandestino (2006)*	R\$ 419,00	R\$ 720.101,61	445ª maior captação
7º - Expedicionários (2012)	R\$ 546,50	R\$ 341.800,00	555ª maior captação
8º - Mistéryos (2009)	R\$ 558,00	R\$ 195.000,00	611ª maior captação
9º - Inversão (2011)	R\$ 885,00	R\$ 266.294,91	584ª maior captação
10ª - As Filhas de Chiquita (2008)*	R\$ 1.228,92	R\$ 14.118,08	665ª maior captação
MENOR CAPTAÇÃO DE RECURSOS			
Filme	Valor Captado	Renda nas bilheterias	Classificação
1º - Bahia de Todos os Sambas (1998)*	R\$ 8.000,00	R\$ 5.107,00	618ª maior renda
2º - As Filhas de Chiquita (2008)*	R\$ 14.118,08	R\$ 1.228,92	657ª maior renda
3º - Testemunha 4 (2012)*	R\$ 15.000,00	R\$ 1.756,00	648ª maior renda
4º - O Amigo Invisível (2006)	R\$ 16.451,00	R\$ 5.517,00	612ª maior renda
5º - Anabazys (2009)*	R\$ 30.000,00	R\$ 6.164,50	605ª maior renda
6º - Pachamama (2010)*	R\$ 39.000,00	R\$ 33.585,00	474ª maior renda
7º - O Diário de Sintra (2009)*	R\$ 39.000,00	R\$ 9.350,00	583ª maior renda
8º - O Engenho de Zé Lins (2007)*	R\$ 40.000,00	R\$ 50.703,00	427ª maior renda
9º - Baile Perfumado (1997)	R\$ 50.000,00	R\$ 326.879,00	245ª maior renda
10º - Velhas Guardas (2009)*	R\$ 50.000,00	R\$ 75,00	666ª maior renda

Fonte: Dados da pesquisa (2014)

* Filmes do gênero documentário

Assim, diante de um desempenho tão fraco nas bilheterias, não chega a ser surpresa que os documentários também sejam os filmes com os menores valores de captação de recursos, tendo em vista que as empresas privadas geralmente não têm interesse em destinar seus recursos dinheiro para a produção de filmes com pouco apelo comercial. Vale ressaltar, contudo, que os documentários respondem por 9,11% (ou exatamente R\$ 122.217.521,79) do total de recursos captado via mecanismos de incentivo no período.

Não deixa de ser curioso notar que, embora os documentários sejam os filmes de menor bilheteria e menor captação, a participação desse gênero na quantidade de filmes analisados chega a 27% do total, uma parcela considerável que mostra que, apesar das dificuldades na captação de recursos e do mercado pouco sólido, há quantidade relevante de produções documentais no país.

5. Considerações Finais

Esta pesquisa foi realizada tendo como objetivo principal analisar a relação entre o volume de recursos captado através de mecanismos de incentivo público e o volume de arrecadação nas bilheterias de filmes brasileiros. Para tanto, foram coletados dados referentes à captação de recursos e renda nas bilheterias de 666 filmes nacionais lançados nos cinemas de 1995 a 2012 e posteriormente realizada uma análise de correlação de Spearman.

Os resultados obtidos evidenciaram uma forte correlação positiva entre as duas variáveis analisadas, o que significa dizer que a tendência é que quanto maior o volume de recursos incentivados utilizado na produção de um filme brasileiro, maior é o faturamento deste nas bilheterias. Por meio da análise do somatório dos dados coletados, também foi possível verificar que o mercado cinematográfico nacional está dividido basicamente em dois grupos, um primeiro que compreende uma pequena parcela de filmes com elevada captação de recursos e altos índices de bilheteria e um segundo que abrange um grande número de filmes com captação reduzida e que detém baixos resultados comerciais.

Em relação às limitações desse estudo, destaca-se a ausência de informações acerca da destinação dos recursos obtidos via mecanismos de incentivo, o que torna necessário novas pesquisas que possam identificar em quais etapas da produção dos filmes brasileiros há maior aplicação de verbas, bem como verificar se existem relações entre o desempenho nas bilheterias e a quantidade de recursos destinada à determinada etapa de produção. Espera-se também, outros estudos sobre o campo cinematográfico que produzam dados estatísticos, de modo a ampliar as discussões sobre o campo e impedir que conclusões equivocadas sejam consolidadas.

Referências

BAHIA, Lia. **Uma análise do campo cinematográfico brasileiro sob a perspectiva industrial**. 2009. 183 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de pós-graduação em Comunicação/UFF, Niterói, 2009.

BALLERINI, Frantjesco. **Cinema brasileiro no século 21**: reflexões de cineastas, produtores, distribuidores, exibidores, artistas, críticos e legisladores sobre os rumos da cinematografia nacional. 1. ed. São Paulo: Summus, 2012.

BELEM, Marcela Purini; DONADONE, Julio César. A Lei Rouanet e a construção do “mercado de patrocínios culturais”. **Revista Norus: Novos Rumos Sociológicos**, Pelotas, ano 1, v. 1, nº 1, p. 51-61, jan/jun. 2013.

BERNARDET, Jean-Claude. **Historiografia clássica do cinema brasileiro**. 1. ed. São Paulo: Annablume, 1995.

BEUREN, Ilse Maria. **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade. Teoria e prática**. 3 ed. São Paulo: Atlas. 2012.

BRASIL. Lei do Audiovisual, Lei 8.685, de 20 de julho de 1993. Cria mecanismos de fomento à atividade audiovisual e dá outras providências. Portal da Legislação: Leis Ordinárias. 2013. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8685.htm> Acesso em: 23 nov. 2013.

BRASIL. Lei Rouanet, Lei 8.313, de 23 de dezembro 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. Portal da Legislação: Leis Ordinárias. 2013. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8313cons.htm> Acesso em: 23 nov. 2013.

BRASIL. Medida Provisória 2.228-1, de 6 de setembro de 2001. Estabelece princípios gerais da Política Nacional do Cinema, cria o Conselho Superior do Cinema e a Agência Nacional do Cinema - ANCINE, institui o Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Nacional - PRODECINE, autoriza a criação de Fundos de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional - FUNCINES, altera a legislação sobre a Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional e dá outras providências. Portal da Legislação: Medidas Provisórias. 2013. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/MPV/2228-1.htm> Acesso em: 24 nov. 2013.

CAMPOS, Renato Maurício Martins de. **História do Cinema Brasileiro – Os Ciclos de Produção mais Próximos ao Mercado**. In: Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho, 2, 2004, Florianópolis. **Anais eletrônicos...** Florianópolis, 2004. Disponível em <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/2o-encontro-2004-1>> Acesso em: 18 nov. 2013.

EARP, Fábio Sá; SROULEVICH, Helena. O mercado de cinema no Brasil. In EARP, Fábio Sá; SROULEVICH, Helena; SOUZA, Rodrigo Guimarães. **Dois estudos sobre economia do cinema no Brasil**. TD 0002/2008. (Série Textos para Discussão).

FIGUEIREDO FILHO, Dalson Britto; SILVA JÚNIOR, José Alexandre da. **Desvendando os Mistérios do Coeficiente de Correlação de Pearson (r)**. Revista Política Hoje, Recife, ano 12, vol. 18, nº 1, p. 115-146, 2009.

GIANNASI, Ana Maria. **O produtor e o processo de produção dos filmes de longa-metragem brasileiros**. 2007. 112 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Escola de Comunicações e Arte, Programa de pós-graduação em ciências da comunicação/USP, São Paulo, 2007.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GORGULHO, Luciane Fernandes; GOLDENSTEIN, Marcelo; ALEXANDRE, Patrícia Vieira Machado; MELLO, Gustavo Affonso Taboas de. A economia da cultura, o BNDES e o desenvolvimento sustentável. In: **BNDES Setorial**, v.30. Rio de Janeiro: BNDES, 2009.

LEVIN, Jack; FOX, James Alan; FORDE, David R. **Estatística para ciências humanas**. 11 ed. São. Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012

IKEDA, Marcelo Gil. **O modelo das leis de incentivo fiscal e as políticas públicas cinematográficas a partir da década de noventa**. 2011. 216 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Instituto de Arte e Comunicação Social, Programa de pós-graduação em comunicação/UFF, Niterói, 2011.

MARSON, Melina Izar. **O Cinema da Retomada: Estado e cinema no Brasil da dissolução da Embrafilme à criação da ANCINE**. 2006. 203 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – UNICAMP, Campinas, 2006.

MATTA, João Paulo Rodrigues. **Análise Competitiva da Indústria Cinematográfica Brasileira no Mercado Interno de Salas de Exibição, de 1994 a 2003**. 2004. 296 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Escola de Administração, Núcleo de pós-graduação em Administração/UFBA, Salvador, 2004.

MONSORES, Carla Sobrosa Mesquita. **Apoio à produção x apoio ao consumo: uma breve análise da política federal contemporânea para o cinema**. III Seminário Internacional de Políticas Culturais, Rio de Janeiro, set. 2012. Disponível em: <<http://culturadigital.br/politicaculturalcasaderuibarbosa/files/2012/09/Carla-Sobrosa-Mesquita-Monsores.pdf>> Acesso em: 30 nov. 2013.

ORICCHIO, Luiz Zanin. **Cinema de novo: um balanço crítico da Retomada**. 1 ed. São Paulo: Estação Liberdade, 2003.

RAMOS, Murilo César; HAJE Lara. **Panorama da produção de conteúdo audiovisual no Brasil e o direito à comunicação**. Produção de conteúdo nacional para mídias digitais. – Brasília : Secretaria de Assuntos Estratégicos, 2011

RAMOS, Fernão. Módulo 6 – Os Novos Rumos do Cinema Brasileiro (1955-1970). In: RAMOS, Fernão (Org), **História do Cinema Brasileiro**, São Paulo: Círculo do Livro, 1987. p. 299-398.

RAMPAZZO, Lino. **Metodologia científica para alunos dos cursos de graduação e pós-graduação**. 3. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2005.

RUY, Karine dos Santos. **Para onde vão nossos filmes: um estudo sobre a circulação do blockbuster nacional do mercado de salas**. 2011. 158 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação, Programa de pós-graduação em Comunicação Social/PUCRS, Porto Alegre, 2011.

SAMPIERI, Roberto Hernández; COLLADO, Carlos Fernández; LUCIO, Pilar Baptista. **Metodologia de Pesquisa**. 3. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2006.

SCHNEIDER, Leonardo Gustavo. **As transformações do campo cinematográfico no Brasil e suas implicações sobre a entrada do filme nacional no mercado europeu**. 2013. 164 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Escola de Administração, Programa de Pós-Graduação em Administração/UFRS, Porto Alegre, 2013.

SILVA, Hadija Chalupe da. **Intervenção ou regulação? As particularidades da união entre o cinema e a gestão pública nacional**. In: Encontro de estudos multidisciplinares em cultura, 6, 2010, Salvador. **Anais eletrônicos...** Salvador, 2010. Disponível em: <http://www.cult.ufba.br/wordpress/?page_id=988> Acesso em: 30 nov. 2013.

SILVA, Sabrina Nogueira da; Vinícius Alves Portela MARTINS; Um estudo sobre a eficiência da utilização de recursos de renúncia fiscal a partir dos filmes brasileiros lançados no cinema entre 2005-2009. **Políticas Culturais em Revista**, Bahia, ano 4, v. 4, n° 2, p. 102-129, jul/dez. 2011.

SOUZA, Girlene Santos de; SANTOS, Anacleto Ranulfo dos; DIAS, Viviane Borges. **Metodologia da pesquisa científica: a construção do conhecimento e do pensamento científico no processo de aprendizagem**. Porto Alegre: Editora Animal, 2013.

VIEIRA, João Luiz. Módulo 4 – A Chanchada e o Cinema Carioca (1930-1955). In: RAMOS, Fernão (Org), **História do Cinema Brasileiro**, São Paulo: Círculo do Livro, 1987. p. 129-188.