RPPI
Revista Brasileira de Políticas Públicas e Internacionais

Efeitos da Lei do Audiovisual no alcance de público dos Filmes Brasileiros

Audiovisual Law and its impacts on the audience reach of Brazilian Films

Lusvanio Carlos Teixeira [1]
Marco Aurélio Marques Ferreira [2]
Wescley Silva Xavier [3]
José Roberto Abreu de Carvalho Junior [4]

DOI: 10.22478/ufpb.2525-5584.2026v11n1.69554

Recebido em: 07/03/2024
Aprovado em: 08/10/2026

Resumo: Com o surgimento de novas tecnologias midiáticas, na década de 1990, houve um aumento da exportação de produções audiovisuais. Para fortalecer internamente a produção audiovisual, muitos países adotaram políticas cinematográficas de incentivos fiscais e subsídios. No Brasil, foi criada, em 1993, a Lei do Audiovisual (LA), para estimular a produção audiovisual nacional, que estava em decadência desde a extinção da Embrafilme. Este artigo analisou os efeitos da LA no alcance de público dos filmes brasileiros, comparando-se ao período da Embrafilme. Realizou-se uma pesquisa quantitativa, com dados de filmes brasileiros com mais de 500.000 espectadores lançados entre 1970 e 2019, utilizando estatística descritiva e Diferença em Diferenças. Os resultados demonstram que: filmes financiados através da LA ou Embrafilme tiveram uma média de público maior que as demais produções; filmes produzidos após a criação da LA apresentaram, em média, um público maior que produções do período anterior; porém, a análise dos efeitos da LA no alcance de público dos filmes indica que as produções financiadas através desta tiveram, em média, 1.943.919 espectadores a menos que os demais filmes. Conclui-se que, apesar da relevância da LA no financiamento de produções cinematográficas brasileiras, esta política teve efeitos negativos no alcance de público destas.

Palavras-chave: Lei do Audiovisual; Política Cinematográfica; Embrafilme; cinema brasileiro; incentivo fiscal.

[1]Doutorando e Mestre em Administração, com concentração na área Pública, pelo Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Viçosa (PPGADM/UFV). Bacharel em Ciências Contábeis pela Universidade Federal de Viçosa (UFV).
[2]Graduado em Administração e Doutor em Economia Aplicada pela Universidade Federal de Viçosa (UFV). Pós-Doutor em Administração Pública pela Rutgers University - The State University of New Jersey - USA. Professor Titular da Universidade Federal de Viçosa (UFV).
[3]Graduado em Administração pela Universidade Federal de Viçosa (UFV). Doutor e Mestre em Administração pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Professor Adjunto da Universidade Federal de Viçosa (UFV).
[4]Graduado em Administração pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Mestre em Gestão Pública pela Universidade Federal do Espírito Santo (UFES) e Doutor em Administração pela Universidade Federal de Viçosa (UFV). É servidor público, atuando como Administrador do Instituto Federal do Espírito Santo (IFES) - Campus de Alegre.

Abstract: The emergence of new media technologies in the 1990s led to a surge in the export of audiovisual productions. In order to strengthen their domestic audiovisual production, many countries implemented policies to support cinematographic and audiovisual productions that included tax incentives and subsidies. In Brazil, the Audiovisual Law (LA) was created in 1993 to stimulate national audiovisual production, which had been in decline since the dissolution of Embrafilme. This article analyzed the effects of the LA on the audience reach of Brazilian films, comparing it to the Embrafilme era. A quantitative study was conducted using data from Brazilian films released between 1970 - 2019 that had reached over 500,000 spectators. This study used descriptive statistics and Difference in Differences method. The results demonstrate that: (1) films funded through the LA or Embrafilme had a higher average audience when compared to other productions; (2) films produced after the creation of the LA had, on average, a larger audience than productions from before it. However, the LA effect analysis on the audience reach indicates that productions funded through it had, on average, 1,943,919 fewer viewers than other films. The study concludes that, despite the relevance of the LA in financing Brazilian film productions, this policy had negative effects on their audience reach

Keywords: Audiovisual Law; Film Policy; Embrafilme; brazilian film industry; fiscal incentive.

1. INTRODUÇÃO

A partir do início da década de 1990, com a ascensão de novas tecnologias de mídias e maior interação dos mercados no ambiente internacional, expandiu-se a exportação e o compartilhamento de produções de audiovisual. Essa série de mudanças trouxe novos desafios para os agentes envolvidos na formulação e implementação de políticas cinematográficas (Hill&Kawashima, 2016). Com receio de ficar para trás nessa dinâmica, muitos países criaram políticas de incentivos fiscais e subsídios para fomentar o desenvolvimento de uma infraestrutura interna de produção do audiovisual (Curtin, 2016).

O Brasil foi um dos países que aderiu a essa nova dinâmica. Num período de ambiente público com características de Nova Administração Pública e de alteração do papel do Estado, foram criadas uma série de políticas voltadas ao incentivo direto e indireto da produção cinematográfica nacional. Destaca-se um cenário político marcado por reformas, que atingiram principalmente a área da cultura, desde o início do mandato do presidente Fernando Collor de Mello, em 1990. Diversos instrumentos relacionados à área da cultura foram extintos, como a lei de incentivos fiscais criada durante o governo do presidente José Sarney, e a transformação do Ministério da Cultura em uma

secretaria de governo. No setor do audiovisual, houve a destituição dos principais órgãos que sustentavam a política cinematográfica brasileira, como a extinção da Empresa Brasileira de Filmes (Embrafilme), da Fundação do Cinema Brasileiro (FCB) e do Conselho Nacional de Cinema (Concine) (Ikeda, 2015).

Posteriormente, considerando-se reivindicações populares e de envolvidos nos setores da cultura e do cinema, foram criadas novas políticas voltadas a atender essas atividades, dentre as quais destaca-se a criação da Lei 8.313 (Lei Rouanet), em 1991, e da Lei 8.685 (Lei do Audiovisual), em 1993. Por intermédio dessas leis de incentivo fiscal, permite-se que o mercado, através de pessoas físicas e jurídicas, possa atuar no financiamento de produções do audiovisual, mediante o direcionamento de recursos nas fases de produção dos filmes e na viabilização de projetos culturais previamente aprovados por órgãos do estado, sendo que esses recursos direcionados posteriormente podem ser abatidos no Imposto de Renda devido.

O presente artigo teve como objeto de análise a Lei do Audiovisual (LA), que foi criada durante o governo do presidente Itamar Franco, quando se buscava retomar e fortalecer a produção audiovisual brasileira, que acabou sendo significativamente enfraquecida com a extinção da Embrafilme. Destaca-se que a Embrafilme era uma empresa mista estatal, fundada em 12 de setembro de 1969, criada mediante o decreto-lei nº 862, e vinculada ao Ministério da Educação e Cultura (MEC) e ao Instituto Nacional do Cinema (INC).

A Embrafilme atuava no fomento da produção, coprodução e distribuição de filmes cinematográficos no Brasil. Apesar de ser um órgão de significativa participação na produção e distribuição dos filmes nacionais, havia críticas acerca de um caráter clientelista na escolha das produções a serem financiadas, uma vez que se tratava de uma forma de intervenção direta do Estado (Amancio, 2000), e portanto, as políticas de incentivo fiscal, criadas a posteriori, conseguiriam sanar esses elementos críticos, na medida em que se transferia a decisão de financiamento para entes do mercado, que muitas vezes atuavam no direcionamento de recursos para projetos desse ramo sem ter uma atuação direta nesse setor (Ikeda, 2015).

Apesar de ter sido instituída em 1993, o lançamento dos primeiros filmes de produção viabilizada com recursos advindos da LA ocorreu somente a partir de 1995. A análise dos projetos cinematográficos que concorrem para captar recursos através desse

instrumento inicialmente era de responsabilidade do Ministério da Cultura (MinC) e, a partir de 2002, a Agência Nacional do Cinema (ANCINE) se tornou responsável por avaliar e acompanhar o andamento dos projetos. Destaca-se que a ANCINE é um órgão oficial do governo federal, criado em 2001, que atua como agência reguladora do setor cinematográfico e videofonográfico do Brasil.

Acerca da utilização da Lei do Audiovisual, existem diversas críticas sobre o funcionamento desse modelo de financiamento, sobretudo referindo-se à questão de muitas vezes não se compreender um estímulo produtivo pautado na qualidade ou caráter artístico dos filmes, com maior enfoque numa perspectiva de utilizar essa forma de financiamento como um instrumento de marketing e promoção das organizações incentivadoras no próprio produto audiovisual gerado (Santos Júnior& Gomes, 2014). Nesse sentido, considerando esses elementos, no presente artigo, buscou-se analisar as alterações no cinema nacional no período posterior à implantação da Lei do Audiovisual, sobretudo no que tange ao alcance de público, comparado ao período anterior à sua criação, na vigência da Embrafilme.Nesses termos, apontam-se os efeitos dessa política cinematográfica no acesso de público dos filmes produzidos e levantam-se as possíveis barreiras de desempenho existentes, de modo a considerar aspectos da literatura na fundamentação dos resultados encontrados. Destaca-se que, para o presente artigo, considera-se como desempenho o maior alcance de público por parte das produções cinematográficas nacionais.

A literatura existente sobre esse tema se concentrou na análise da relação entre a captação de incentivos públicos e a arrecadação dos filmes brasileiros (Santos Júnior& Gomes, 2014); no mapeamento das interações sociais de produção e distribuição na indústria brasileira de cinema (Rocha*et al*., 2018); na análise das diferentes formas de atuação no mercado de codistribuição de filmes brasileiros (Gimenez& Rocha, 2018); e na análise da eficiência das empresas produtoras de audiovisual que captaram recursos através da LA (Assis, Pereira& Wilbert, 2021). O presente artigo se diferencia da literatura existente por considerar dados inseridos num lapso temporal amplo, de 1970 a 2019, se propondo a sanar lacunas sobre o desempenho da LA em termos de alcance de público.

Este artigo está organizado em quatro seções, além desta introdução. Na segunda seção, é apresentada uma revisão conceitual e histórica sobre as políticas

cinematográficas, o cinema brasileiro e o funcionamento da LA. A seguir, são apresentados os procedimentos metodológicos e as variáveis consideradas na pesquisa. Na quarta seção, são discutidos os resultados, descrevendo a utilização da LA, apresentando o modelo estimado e as barreiras de desempenho. Por fim, são apresentadas as conclusões geradas na presente pesquisa.

REVISÃO CONCEITUAL E HISTÓRICA

1.1.Políticas Cinematográficas e Barreiras de Desempenho

A indústria cinematográfica atua numa atividade de alto risco, uma vez que as produtoras e estúdios podem investir um alto montante de recursos na produção de um filme e este ser acessado por poucas pessoas, gerando baixos números de bilheteria. Nesse sentido, é comum que os produtores de audiovisual demandem estratégias que de alguma forma descentralizem ou diminuam uma parte do risco (Thom, 2018). Para compreender esses aspectos, existem as políticas cinematográficas, que são uma subárea das políticas culturais que compreendem especificamente aspectos da relação entre Estado e a área do cinema e do audiovisual, materializando-se nas medidas e ações voltadas a viabilizar e fomentar a produção cinematográfica em um determinado país, impulsionando esse setor e estabelecendo critérios que fundamentem a realização e a escolha das produções fomentadas (Simis, 2010).

Através das políticas cinematográficas é possível promover a produção audiovisual dentro de um país, inserindo-o na rede global de infraestruturas de produção de sucessos de bilheteria, além de aumentar investimentos nas produções cinematográficas nacionais, gerando empregos, captando profissionais e parcerias estrangeiras, além da valorização e divulgação das produções cinematográficas do país em âmbito internacional (Curtin, 2016; Yecies, 2016). O fato de, em muitos países, haver um alto investimento governamental para a manutenção da indústria cinematográfica demonstra que os filmes são estimados como uma forma de demonstração do valor cultural e simbólico dos países. Além disso, a existência das políticas cinematográficas representa uma forma de resistência em relação a aspectos da homogeneização da globalização, uma vez que a indústria cinematográfica

estadunidense, através de Hollywood, faz frente hegemonicamente em termos de produção e exportação de filmes por todo o mundo (Crane, 2014; Falicov, 2018).

O avanço tecnológico e as constantes mudanças nas formas de produção e consumo dos filmes trouxeram diversos desafios, culturais e econômicos, para a concepção e formulação das políticas cinematográficas (Hill&Kawashima, 2016). Destaca-se que o tipo de política utilizada nessa área varia consideravelmente de um país para outro, havendo elementos econômicos, culturais, históricos e de regime político que influenciam na formação das estratégias de atuação nesse setor, dependendo do tipo de interesse público. Além disso, existem diversas possibilidades de políticas cinematográficas no que tange ao apoio e financiamento das produções de cinema e audiovisual, como: apoio direto através de fundos cinematográficos (ajudas seletivas que cobrem todas as fases da cadeia de produção nas indústrias cinematográfica e audiovisual); estruturas de incentivos fiscais (como formas de atração de investidores através de benefícios fiscais, créditos fiscais nas fases de produção/distribuição, isenção de impostos comerciais, dentre outras formas); esquemas de fornecimento de garantias (melhoria no acesso e garantia de empréstimos e financiamentos); e obrigações de investimento em filmes produzidos por emissoras de televisão ou outras empresas interessadas (Murschetz, Teichmann & Karmasin, 2018).

As ferramentas mais utilizadas, em diversos países, são os subsídios e os incentivos fiscais, através dos quais busca-se atrair investimentos para esse setor, desenvolver a infraestrutura de produção cinematográfica local, bem como aprimorar as habilidades do corpo de trabalho técnico e criativo atuante nesse setor (Curtin, 2016). Os subsídios e incentivos fiscais constituem instrumentos de caráter tributário que atuam através da redução de receitas tributárias que normalmente iriam para o Estado, redirecionando esses valores para o fortalecimento de setores da indústria cinematográfica ou favorecendo o consumo de determinados produtos dessa indústria (Hemels, 2017).

O oferecimento de subsídios e incentivos fiscais voltados às produções cinematográficas comumente é voltado a garantir que ocorra a produção de filmes no país de origem da política, sendo direcionados para o benefício de empresas produtoras estrangeiras, buscando fomentar que realizem a produção ou a pós-produção no país, e empresas produtoras nacionais, buscando fomentar que estas produzam os filmes no

próprio país, em detrimento de produzi-los em outros países (Castendyk, 2018). A utilização de políticas cinematográficas através de subsídios e incentivos fiscais, direcionados de forma direta ou indireta, tem uma relação intrínseca com o campo da regulamentação jurídica do país, geralmente sendo instituídas através de legislações voltadas à proteção das produções do país em relação à concorrência. Nesse sentido, leis de subsídios à indústria cinematográfica e audiovisual podem ser encontradas em diferentes campos e tipos de atuação jurídica (Murschetz, Teichmann & Karmasin, 2018).

A utilização desse tipo de política é uma forma de compensação dos custos de produção da indústria cinematográfica. Nesses termos, geralmente não se tratam do direcionamento direto de recursos para produtoras, estúdios ou emissoras de televisão, mas sim do direcionamento de recursos para projetos cinematográficos individuais das produtoras (Thom, 2018). Em muitos lugares, quem mais se beneficia através desses instrumentos são as grandes produtoras de filmes, que possuem maiores habilidades na elaboração de projetos mais consistentes e melhor desenhados em termos de custos esperados. Por isso, as políticas cinematográficas acabaram promovendo infraestruturas de produção dependentes desses mecanismos e do Estado, onde as pequenas empresas têm dificuldade para se manter competitivas (Curtin, 2016; Johnson, 1993).

É relevante destacar que existem aspectos que podem representar barreiras de desempenho para as políticas cinematográficas, inibindo que essas alcancem bons resultados. Esse é um dos elementos que o presente artigo buscou elencar, destacando a utilização do modelo de Ammons (2004), que alerta que para a melhoria do desempenho da política ou da organização pública, é preciso reconhecer as barreiras de desempenho existentes e encontrar formas de superá-las. Esse autor divide as possíveis barreiras de desempenho em três grupos: ambientais, organizacionais e individuais.

As barreiras ambientais referem-se a aspectos específicos que diferenciam o ambiente geral do ambiente de atuação da política ou organização pública, ressaltando-se que no setor público é mais complexa a tomada de ações de melhoria de desempenho do que no setor privado. Destaca-se como barreiras ambientais: fatores políticos que influenciam decisões, restrições legais, existência de programas ou subsídios antiprodutivos, confiança e apoio da população, necessidade aparente da política, dentre outros. As barreiras organizacionais referem-se a entraves e impedimentos encontrados

em determinadas organizações do setor público, que atuem com a política pública, sendo que estas barreiras variam de acordo com as especificidades da organização. Como barreiras organizacionais, exemplifica-se: acesso aos dados, processos burocráticos, falta de prestação de contas, delegação de responsabilidades, sucesso perceptível da política, foco na execução e não nos resultados, entre outros. As barreiras individuais estão relacionadas a traços comportamentais e de atitudes dos indivíduos que possam prejudicar a atuação da política ou organização pública. Como exemplo de barreiras individuais, destaca-se: falta de apoio político e clareza dos objetivos, falta de interesse, falta de cooperação, dentre outros (Ammons, 2004;Santos, Ferreira & Campos, 2019).

1.2. Cinema Brasileiro: Características e Políticas Cinematográficas

Para alcançar seu objetivo, o Estado se estrutura politicamente na forma de governo e se organiza por meio do uso de suas funções públicas, dentre elas a administrativa. Desta forma, em razão do aparato estatal ser financeiramente sustentado pela sociedade, considerando a arrecadação coercitiva de recursos públicos, é dever do Estado comprovar, na elaboração da prestação de contas, a boa e regular utilização desses recursos (Augustinho et al., 2015).

No contexto dos países latino-americanos, produtores e cineastas por vezes precisam do auxílio de instituições estatais em termos de financiamento, distribuição e exibição de seus filmes e demais produções audiovisuais (Falicov, 2018). Mesmo nos países com um histórico mais longo em termos de produção de filmes, a formação da indústria cinematográfica apresenta características cíclicas, de períodos de sucesso e produtividade, mas inconstantes e seguidos de crises (Johnson, 1996).

No Brasil, as políticas cinematográficas começaram a tomar forma na década de 1930, durante o governo de Getúlio Vargas, quando surgiram as primeiras legislações protecionistas para as produções nacionais. As legislações iniciais atuavam através da compulsoriedade da exibição de filmes nacionais em salas de cinema brasileiras, de modo a criar uma demanda mínima para o desenvolvimento de uma indústria nacional e de um mercado consumidor para os filmes brasileiros, num ambiente já dominado pelo cinema estrangeiro (Johnson, 1993). Além disso, nesse período, foi criado o Instituto Nacional do Cinema Educativo (INCE), inaugurado em 1936, o qual visualizava o

cinema como um instrumento educativo com potencial massivo, onde se moldaram as produções cinematográficas brasileiras do período, sobretudo do cinema educativo, pautando-se em elementos da moralidade religiosa católica (Pereira, 2021).

Em 1966, durante a ditadura militar, foi criado o Instituto Nacional do Cinema (INC), que tinha o objetivo de desenvolver aspectos essenciais no fomento ao cinema nacional, atuando no financiamento da produção cinematográfica brasileira e estabelecendo medidas que garantissem que os exibidores dos filmes apresentassem precisamente as receitas de bilheteria (Falicov, 2018). Em 1969, foi criada a Embrafilme, que atuava como um braço do INC na promoção e distribuição dos filmes. Inicialmente, a Embrafilme vislumbrava promover produções cinematográficas nacionais no exterior, mas, posteriormente, financiou, coproduziu e distribuiu filmes nacionais, tornando-se a primeira produtora brasileira a concorrer num nível internacional (Oliveira & Pannacci, 2017).

Em 1972, um importante diretor brasileiro do Cinema Novo, Roberto Farias, assumiu a chefia da Embrafilme, o que representou o início de um período mais aberto para as produções nacionais em relação à política militar vigente, fazendo com que uma série de diretores brasileiros do Cinema Novo voltassem ao país, uma vez que muitos haviam se exilado após 1964 (Falicov, 2018). Destaca-se que o Cinema Novo foi um movimento cinematográfico brasileiro que surgiu na década de 1950 tendo produções que se destacaram internacionalmente. Tratava-se de um movimento baseado na produção de filmes com baixos custos e orçamentos, com atores não profissionais ou pouco conhecidos, em filmagens em locação, que tinha o enfoque em apresentar elementos críticos acerca da conjuntura social do Brasil (Martínez, 2008).

A parceria do Cinema Novo e a Embrafilme, a partir da década de 1970, representou um período em que parecia que a indústria cinematográfica brasileira caminharia para a solidificação e autossuficiência (Johnson, 1993). Algo recorrente é que algumas produções financiadas nesse período posteriormente podiam ser censuradas por outros setores do Estado, considerando a repressão existente. Durante esse período, foram produzidas muitas comédias sexuais, conhecidas como pornochanchadas, que tinham potencial de promoção comercial da indústria cinematográfica em termos de alcance de público, e não apresentavam aspectos que contrariavam a ideologia do governo (Falicov, 2018). Nesse sentido, esse período marca

uma virada para o cinema nacional, havendo filmes que representaram sucessos de bilheteria e aumentaram significativamente o número de espectadores de produções nacionais, como é o caso do filme "Dona Flor e Seus Dois Maridos" (1976), dirigido por Bruno Barreto, um dos filmes brasileiros com maior sucesso de bilheteria (Dennison& Shaw, 2004). Canclini (1997) salienta que o cinema brasileiro da década de setenta e do início da década de oitenta, ao apresentar em suas produções elementos identitários e de internacionalização cultural do país, ampliou significativamente a sua repercussão, internamente e em âmbito internacional.

No início do mandato do presidente Fernando Collor de Mello, em 1990, a Embrafilme foi extinta, além de outras políticas cinematográficas existentes, o que enfraqueceu consideravelmente o setor de produção de filmes no Brasil. Novas formas de política voltadas para esse âmbito vieram com a criação da Lei Rouanet, em 1991, e com a Lei do Audiovisual, em 1993, que representavam uma clara tentativa do Estado brasileiro de aproximar a indústria cinematográfica do setor privado (Falicov, 2018). Simis (1998) sintetiza esse período:

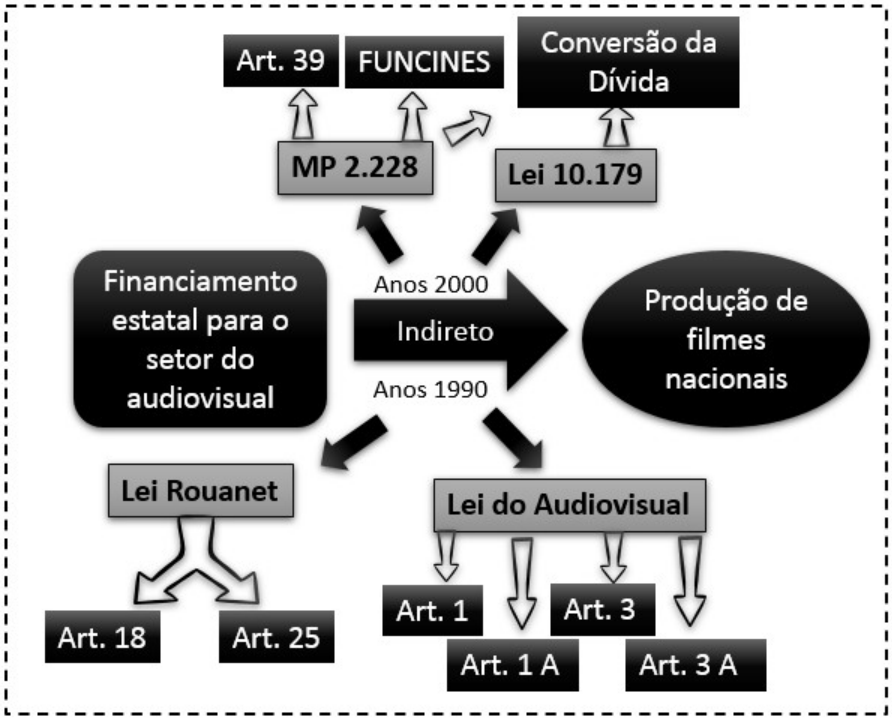
> "Nos anos 90, estabeleceu-se uma nova relação com o Estado, que passou indiretamente a incentivar a produção. Na verdade, como mecenas de uma nova modalidade, por meios tortuosos, o Estado brasileiro está financiando a produção audiovisual, até porque várias das empresas que aplicam recursos em atividades culturais são estatais. (...) Ou seja, quem hoje financia a produção é o contribuinte, embora o reconhecimento seja creditado à iniciativa privada. Se, por um lado, não há mais fiscalização governamental, com comissões que selecionam filmes capazes de obter recursos do Estado, o que conta é a capacidade do produtor de atrair uma empresa contribuinte que, por sua vez, não corre qualquer risco"(Simis, 1998, p. 101, tradução nossa).

Em 2001, foi criada a Agência Nacional do Cinema (ANCINE), no governo do presidente Fernando Henrique Cardoso, e essa passou a reger o funcionamento das políticas indiretas e diretas de financiamento para esse setor. A ANCINE tem como atribuições fomentar, regular e fiscalizar o mercado do audiovisual no Brasil.

Para o presente artigo, o enfoque analítico se voltou para a Lei do Audiovisual. Nesse sentido, alguns elementos sobre essa lei são destacados de modo a compreender o funcionamento desse mecanismo, ressaltando as características de cada artigo da lei. Destaca-se que, com a extinção de diversas políticas cinematográficas no início da

década de 1990, a produção cinematográfica brasileira decaiu e quase desapareceu, havendo a necessidade de criação de novas políticas voltadas a resgatar essa produção, que historicamente sempre recebeu apoios estatais. Nesse período, surgiram políticas de incentivo fiscal à cultura, como a Lei 8.685 de 1993, Lei do Audiovisual. Através dessa lei, que se baseia na renúncia fiscal do Estado, para o direcionamento direto de recursos de pessoas físicas e jurídicas que adquirem Certificados de Investimento Audiovisual, passou-se a viabilizar uma parte significativa da produção cinematográfica brasileira (Santos Júnior& Gomes, 2014).

Figura 1: Mecanismos de financiamento indireto de produções cinematográficas brasileiras pós 1990



Fonte: Elaborado pelos autores

A Lei do Audiovisual é voltada a estimular os investimentos em obras cinematográficas e audiovisuais brasileiras. A primeira edição desta lei foi instituída em 20 de julho de 1993, perpassando por alterações posteriores através de medidas provisórias. Inicialmente, pensou-se esta lei com uma duração prevista até o exercício fiscal de 2003, porém ela foi prorrogada por 20 anos em 2001, através da medida provisória nº 2.228, e novamente em 2020, através da aprovação de estendê-la até 2024, através da Lei 14.044, originária do Projeto de Lei nº 5.815 de 2019, de autoria do deputado Marcelo Calero (Cidadania-RJ). Salienta-se que, inicialmente, ações voltadas a estender a duração desta lei foram vetadas pelo presidente Jair Messias Bolsonaro.

ALA funciona através do aporte de recursos por meio do investimento de pessoas físicas e jurídicas que adquirem quotas representativas de direitos de comercialização de obras cinematográficas (Certificados de Investimento Audiovisual), que podem ser posteriormente abatidos no imposto de renda. Nesse sentido, são quatro artigos que regulamentam o incentivo ao audiovisual através desse instrumento.

O artigo 1º possibilita o abatimento do valor integral da compra de Certificados de Investimento Audiovisual no imposto de renda devido, considerando um limite de 3% para pessoas físicas e 1% para pessoas jurídicas. Ademais, através desse artigo permite-se que o investidor associe sua marca ao projeto audiovisual que ele incentivar, além de receber dividendos, caso ele gere lucros. O artigo 1º A autoriza que empresas e pessoas físicas possam deduzir do imposto de renda devido, até o limite de 4% para pessoas jurídicas e 6% para pessoas físicas, valores direcionados para realização de projetos de longa-metragem de ficção e a outros projetos da indústria audiovisual, como exibição, distribuição, preservação e infraestrutura de serviços. O artigo 3º permite que empresas distribuidoras estrangeiras utilizem até 70% do imposto de renda sobre créditos e remessas de lucro ao exterior para a coprodução de filmes brasileiros. E o artigo 3º A possui financiamento similar ao do artigo 3º, porém é direcionado às empresas voltadas a radiodifusão e programadoras nacionais de televisão por assinatura (Assis, Pereira & Wilbert, 2021).

2. PROCEDIMENTOIS METODOLÓLICOS

O presente artigo buscou analisar as alterações no cinema nacional no período posterior à implantação da Lei do Audiovisual (LA), sobretudo comparado ao período anterior à sua criação, na vigência da Embrafilme. Para isso, pautou-se numa abordagem estritamente quantitativa, utilizando-se de instrumentos descritivos e de avaliação de impacto de políticas públicas para a análise dos efeitos da lei em questão.

Para a realização da pesquisa, foram coletados dados secundários no site do Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (https://oca.ancine.gov.br/) e na Cinemateca Brasileira (http://cinemateca.org.br/), acerca dos filmes brasileiros que

tiveram um relativo sucesso de bilheteria (público superior a 500.000 espectadores), seu gênero e as políticas de financiamento utilizadas. A principal base utilizada foi a "Listagem de Filmes Brasileiros com mais de 500.000 Espectadores - 1970 a 2019", justificando a sua utilização por ser a base com as informações mais completas acerca dos filmes produzidos antes e depois da Lei do Audiovisual. O último ano que foi considerado em termos de dados disponíveis sobre o acesso do público ao cinema foi 2019, devido ao fechamento das salas de cinema após o início da pandemia do COVID-19. Nesse sentido, a amostra de filmes considerados nessa análise foi de 521 filmes nacionais, lançados entre 1970 e 2019.

Além dessa base de dados, também foi utilizada a base "Listagem dos Filmes Brasileiros Lançados Comercialmente em Salas de Exibição com Valores Captados através de Mecanismos de Incentivo e Fundo Setorial do Audiovisual - 1995 a 2019", combinada com a base citada anteriormente, para apresentar o montante de recursos que foram captados pelos filmes brasileiros através da Lei do Audiovisual, bem como o número de filmes beneficiados através da lei. Destaca-se que os valores foram atualizados utilizando-se o Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) acumulado de 2020, tendo em vista que uma das defasagens dos dados referentes a áreas culturais do Brasil é que geralmente não consideram os impactos da inflação nos valores monetários ao longo do tempo (Sá-Earp *et al*., 2016).

Acerca das estratégias analíticas, inicialmente usou-se a estatística descritiva para apresentar informações gerais sobre a Lei do Audiovisual, quantitativo de filmes incentivados, o montante de recursos e a captação por cada artigo da lei. Também foram apresentadas informações sobre os filmes com mais de 500.000 espectadores, destacando o quantitativo de filmes por ano e a quantidade destes que receberam apoio estatal, apresentando-se as possíveis barreiras de desempenho frente à atuação desse mecanismo de financiamento.

Posteriormente, realizou-se a análise dos efeitos da Lei do Audiovisual em termos de acesso do público, onde se utilizou a metodologia de Diferença em Diferenças, ou Dupla Diferença, a qual calcula duas diferenças, sendo a primeira referente à diferença de médias das variáveis para dois grupos, sendo um de tratamento e outro de controle, antes e depois da Lei do Audiovisual; e a segunda, a diferença entre

a primeira diferença calculada entre os grupos, de tratamento e controle (Macedo & Ferreira, 2020).

Para utilização desse método, os dados são divididos em quatro grupos, sendo um grupo de controle antes da LA, um grupo de controle depois da LA, um grupo de tratamento antes da LA e um grupo de tratamento depois da LA. O grupo de tratamento é o conjunto de filmes que foram incentivados através da LA e, no período anterior a essa lei, consideraram-se como grupo de controle os filmes que foram financiados, distribuídos, produzidos ou coproduzidos pela Embrafilme, que era uma das principais políticas estatais de financiamento cinematográfico no período anterior à existência da LA. Destaca-se que se consideram como período anterior à LA para essa análise os anos de 1970 a 1994, uma vez que os lançamentos dos primeiros filmes que contaram com recursos advindos da LA foram a partir de 1995, apesar da lei ter sido promulgada em 1993.

Para a representação formal do método de Diferença em Diferenças, destaca-se que ocorre a estimação de uma regressão linear múltipla através do método dos mínimos quadrados ordinários (MQO), conforme a seguinte equação:

$$Y_{it} = \beta_0 + \beta_1 captaçao_{it} + \beta_2 ant_depLA_{it} + \beta_3 interaçao_{it} + \varepsilon_{it}$$

Onde: Y_{it} é a variável estudada, nesse caso, o público dos filmes no contexto anterior e posterior a Lei do Audiovisual; β_0 é o valor esperado da variável público considerando a análise do grupo de controle antes da LA; β_1 corresponde aos efeitos da variável Público; $captaçao_{it}$ é uma variável binária referente a existência de captação de recursos (1) ou não (0) através da LA ou da Embrafilme; ant_depLA_{it} éuma variável binária em que $t(1)$ para os filmes lançados posteriormente a criação da LA, e $t(0)$ para os filmes lançados antes da LA; β_2 corresponde às diferenças entre o grupo tratamento e controle antes da LA; $interaçao_{it}$ é referente a multiplicação das variáveis binárias de captação de recursos através dos instrumentos e de localização do filme no tempo, se anterior ou posterior a LA; β_3 refere-se ao impacto da LA no grupo de tratamento, em relação ao grupo de controle, considerando a variável Público; e ε_{it} representa o termo de erro.

A tabulação e organização dos dados para as partes descritivas foram realizadas utilizando-se o software Microsoft Excel. Em relação ao modelo estatístico, estefoi estimado através do software *Stata Statistics/Data Analysis 11.0*.

3. RESULTADOS E DISCUSSÕES

3.1. Panorama da Utilização da Lei do Audiovisual

A LA é a principal política de financiamento a produções cinematográficas em atividade no Brasil. Acerca disso, destaca-se que apesar de existirem outras políticas de financiamento, o montante de recursos captados através dessa lei, no período em que sua atividade se iniciou é substancialmente maior que os demais mecanismos, conforme ilustra a Tabela 1.

Tabela 1: Montante de Recursos por Mecanismo de Incentivo

Mecanismos de financiamento	**Valores de 1995 a 2019**	**Participação percentual no total**
Lei do Audiovisual	3.416.121.623,37	72,20%
Lei Rouanet	493.224.168,80	10,42%
Fundo Setorial do Audiovisual	551.824.775,99	11,66%
FUNCINES	70.386.348,92	1,49%
Conversão da dívida	27.581.350,24	0,58%
Art. 39	19.968.537,08	0,42%
Outras Fontes	152.440.283,31	3,22%
Total	4.731.547.087,70	100,00%

Fonte: Elaborado pelos autores.

Como se observa na Tabela 1, 72,20% do financiamento advindo de mecanismos com algum vínculo público são advindos da LA. Conforme dados da ANCINE, no período de 1995 a 2019, 1.908 filmes nacionais foram lançados no Brasil, dos quais 1.113 filmes contaram com captação de recursos através da LA. Ou seja,

58,33% dos filmes lançados nesse período contaram com recursos advindos desse mecanismo.

A LA conta com quatro possibilidades de financiamento, sendo que estas não são excludentes, podendo o mesmo projeto cinematográfico captar recursos por mais de um artigo da lei concomitantemente. Ao longo do período de atividade dessa Lei, destaca-se a seguinte distribuição de recursos por artigo, apresentada na Tabela 2.

Tabela 2: Volume anual de recursos captados por artigo

Mecanismo	**Art. 1º**	**Art. 1 º A**	**Art. 3º**	**Art. 3º A**	**Total**
Valores	1.506.463.841,65	612.204.298,40	945.825.860,61	351.627.622,70	**3.416.121.623,37**
Percentual	44,10%	17,92%	27,69%	10,29%	**100,00%**

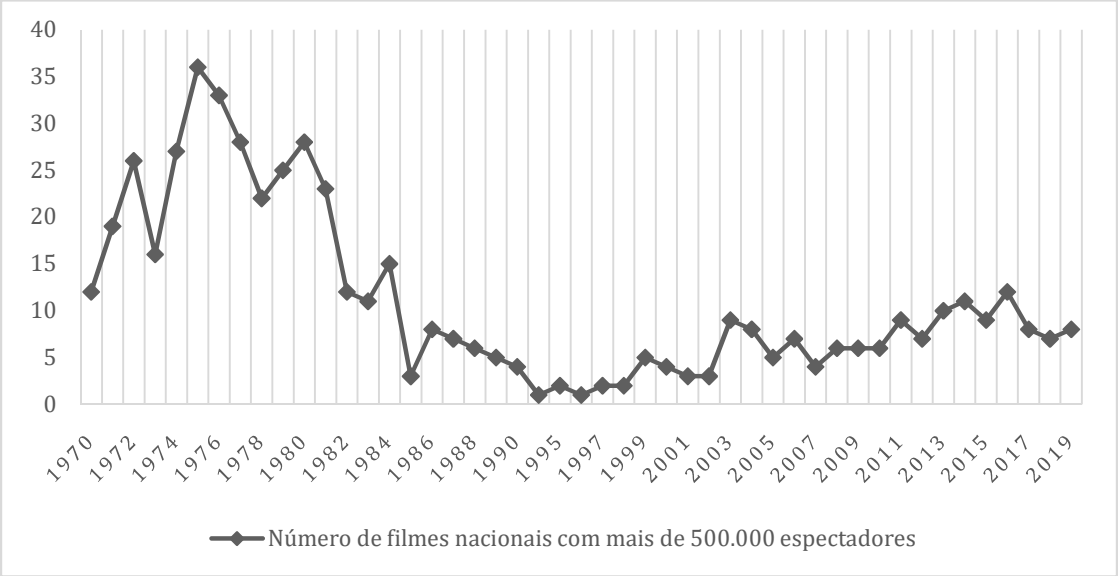
Fonte: Elaborado pelos autores.

Algumas compreensões acerca de uma maior concentração de recursos no Artigo 1º referem-se ao fato deste ser mais atrativo para as empresas, considerando suas alíquotas e abatimentos (Santos Júnior& Gomes, 2014). Através do Artigo 1º da LA, é possível abater integralmente, no imposto de renda, o valor dos investimentos em cotas de comercialização dos filmes, bem como lançar esse investimento como uma despesa operacional, o que reduz a base de cálculo e consequentemente o valor a ser pago nos impostos. Ou seja, trata-se de uma dedução considerável, abatendo 125% do imposto de renda devido, não havendo necessidade de as empresas investirem recursos próprios no estímulo da produção cinematográfica, atuando apenas pelo repasse de recursos públicos (Attayde, 2006).

Acerca dos filmes com mais de 500.000 espectadores no período de 1970 a 2019, destaca-se que foram 521 produções nacionais que alcançaram esse feito. A Figura 2 apresenta a distribuição dessas produções ao longo do período.

Sobre os dados considerados na amostra, ilustrados na Figura 2, destaca-se o ano de 1975, que teve 36 filmes com mais de 500.000 espectadores. No período de 1975 a 1980, o cinema nacional produziu um volume considerável de filmes com elevado alcance de público, somando 172 filmes, sendo representativo por quase dobrar o público das produções brasileiras nas salas de cinema do país (Dennison & Shaw, 2004).

Figura 2: Volume anual de filmes com mais de 500.000 espectadores entre 1970 e 2019



Fonte: Elaborado pelos autores.

Alguns aspectos sobre esse período são significativos, como a questão da redução do número de salas de exibição cinematográfica do país, diminuindo de 3.276 salas, em 1975, para menos de 1.100 salas em 1988 (redução de 66,42%), além de uma queda vertiginosa no número de espectadores de filmes brasileiros no período de 1978 (com público de cerca 60 milhões) a 1988 (público de menos de 24 milhões), ou seja, uma redução de 60%. Outro aspecto que merece destaque é sobre o gênero dos filmes, discorrendo-se que, de 1970 a 1991, dos 367 filmes que obtiveram mais de 500.000 espectadores, 103 eram dos gêneros Erotismo, Sexo Explícito ou Pornochanchada. Isso representa 28,06% dos filmes, havendo períodos em que filmes de sexo explícito eram responsáveis pela maior parte das produções cinematográficas lançadas, sobretudo entre 1981 e 1988 (Johnson, 1993). Posterior à LA, filmes desse gênero praticamente não apareceram na lista dos filmes com mais de 500.000 espectadores. Esse aspecto indica que houve uma alteração no tipo de produção com maior alcance de público após a vigência da LA.

3.2. Análise dos Efeitos da Lei do Audiovisual no Alcance de Público

A Tabela 3 apresenta aspectos descritivos sobre os dados considerados no presente artigo. Pela análise das informações, percebe-se que a média de público dos

filmes que captaram recursos através da LA é maior que a média de público dos filmes produzidos, coproduzidos ou distribuídos pela Embrafilme. Por se tratarem de filmes com diferentes resultados de públicos, é alta a dispersão das informações, conforme se percebe nos valores de desvio padrão.

Tabela 3: Estatística Descritiva dos Filmes considerados

Filmes/Público	Média	Número de filmes	Mínimo	Máximo	Desvio Padrão
lançados antes da LA	1.311.444,69	367	500.417	10.735.524	1.156.116,31
lançados depois da LA	1.926.618,32	154	506.412	12.184.373	1.901.625,82
Antes da LA					
com participação Embrafilme	1.619.598,01	141	506.133	10.735.524	1.466.586,78
Outros	1.119.189,74	226	500.417	5.028.893	855.791,90
Depois da LA					
com captação de recursos LA	1.795.390,11	140	506.412	11.146.723	1.551.064,79
Outros	3.238.900,43	14	596.624	12.184.373	3.718.289,38

Fonte: Elaborado pelos autores.

Dos 367 filmes lançados antes da LA, de 1970 a 1991, 141 filmes (38,42%) foram financiados, produzidos, coproduzidos ou distribuídos pela Embrafilme, que, à sua época, representava a principal forma de financiamento estatal para as produções cinematográficas nacionais. Em relação ao período posterior à LA, a partir de 1995, houve 154 filmes com mais de 500.000 espectadores, dos quais 140 filmes (90,90%) captaram recursos através desse instrumento. Isso indica que após a criação da LA, esse mecanismo teve uma participação significativa nas produções que tiveram maior alcance de público.

Nesse sentido, buscou-se compreender os efeitos dessa política no público das produções cinematográficas. Para isso, estimou-se uma regressão linear múltipla, por meio do método de Diferenças em Diferenças. Os resultados dessa regressão são apresentados na Tabela 4.

Tabela 4: Valores da Equação estimada

Público	Preditor	Coeficiente	Erro Padrão	T	P>|t|	Intervalo de Confiança	
Captação de recursos via LA ou Embrafilme	captaçao	500408,3	149190,9	3,35	0,001	207313,4	793503,1
Período anterior ou posterior à criação da LA	ant_dpsLA	2119711	382877,9	5,54	0,000	1367523	2871899
Multiplicação das variáveis (captação x ano)	interaçao	-1943919	417260,6	-4,66	0,000	-2763653	-1124184
Termo constante	_cons	1119190	92473,8	12,10	0,000	937519,1	1300860

Fonte: Elaborado pelos autores.

A regressão estimada possui um ajustamento relativamente pobre (R2 ajustado = 0,0767), porém o modelo F (3,517) é significativo a 1%, o que indica que pelo menos um dos coeficientes dos preditores utilizados é diferente de zero. Destaca-se que para o tipo de análise proposto, não se esperava um R2 ajustado alto, uma vez que existem diversos outros fatores não controlados que influenciam na questão de alcance de público, os quais são explicados pelo termo do erro.

Todas as variáveis consideradas foram significativas a 1% (tendo p. valor igual a 0,001 ou 0,000). Acerca da variável de captação de recursos através da LA e da Embrafilme, o grupo de tratamento (filmes que captaram recursos) tinham, em média, um público de 500.408,3 pessoas a mais que o grupo de controle (filmes sem captação de recursos). Isso demonstra que ao longo desse período, filmes que receberam recursos públicos em sua produção, através da Embrafilme ou da LA, tinham um maior alcance de público, o que pode ser explicado pela análise prévia de projetos dos filmes, ou por

uma produção de maior qualidade devido aos recursos investidos. Além disso, através destas políticas de financiamento houve a integração entre distribuidoras e produtoras, o que possibilitou a criação de filmes voltados a alcançar o grande público (Ikeda, 2011; Santos Júnior & Gomes, 2014).

Em relação à diferença temporal no período posterior a criação da LA, percebeu-se uma diferença média de 2.119.711 de espectadores a mais que o grupo de controle, referente aos filmes do período anterior. Isso indica que os filmes de 1995 a 2019 se destacaram substancialmente em termos de acesso de público. Bahia (2012) menciona que, com o fim da Embrafilme, houve uma queda significativa na produção de filmes brasileiros, bem como uma elevação do preço médio dos ingressos, acarretando uma elitização do cinema enquanto forma de entretenimento e afastando o público. A maciça redução do número de salas de cinema no Brasil durante esse período transparece esse enfraquecimento do cinema nacional. A autora salienta que a partir da retomada da produção de filmes brasileiros, na década de 1990, houve um aumento significativo do lançamento de filmes nacionais e consequentemente um retorno representativo do público para salas de cinema (Bahia, 2012).

A diferença em diferenças, captada por $\beta_3(interaçao)$, apresenta o impacto da LA no público, considerando o nível de 1%. Os filmes que captaram recursos via LA (grupo de tratamento), tiveram, em média, 1.943.919 de espectadores a menos que os filmes sem captação de recursos através desse instrumento (grupo de controle). Esse aspecto indica que apesar da LA ter uma participação significativa nos filmes com sucesso de público lançados desde a sua criação, comparada a períodos e políticas anteriores, o mecanismo não trouxe efeitos positivos em termos de maior alcance de público das produções. Acerca desses resultados, pode-se relacionar aos aspectos elencados por Santos Júnior e Gomes (2014) sobre as principais críticas relacionadas ao financiamento cinematográfico por vias de leis de incentivo fiscal, em que é dito que esse 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" (Santos Júnior& Gomes, 2014, p. 25).

Para compreender os resultados encontrados, realizou-se o levantamento das possíveis barreiras de desempenho da LA. O Quadro 1 apresenta alguns elementos, com base na literatura e em dados do Anuário Estatístico do Cinema Brasileiro, publicação disponibilizada pela ANCINE.

Quadro 1: Barreiras de Desempenho da Lei do Audiovisual em termos de alcance de público

Barreiras Ambientais	- Apesar de haver uma crescente no número de salas de cinema no Brasil, dados do IBGErevelam que 39,9% da população brasileira reside em municípios que não possuem salas de cinema, o que dificulta o acesso às produções. Isso porque apenas 10% dos municípios brasileiros contam com salas de cinema; - Crescimento do mercado de plataformas de streaming no Brasil, o que representa uma forma de concorrência para o setor do cinema; - Existência de pirataria de filmes no país (Marvasti&Canterbery, 2005); - Instabilidade política e econômica (Johnson, 1996). - As fases de distribuição e exibição dos filmes nacionais não conseguiram compreender o crescimento de filmes brasileiros produzidos, o que dificulta a absorção destes pelo mercado (Bahia, 2012).
Barreiras Organizacionais	- Distanciamento estatal do setor, que atua principalmente na avaliação dos projetos cinematográficos e no acompanhamento dos aspectos burocráticos; - Não existem requisitos prévios de viabilidade técnica e comercial dos projetos cinematográficos que podem concorrer a recursos da LA (Attayde, 2006); - Falhas na legislação de incentivos fiscais da presente lei que fazem com que os recursos desta fiquem concentrados principalmente nas etapas de produção, em detrimento das demais etapas (distribuição e exibição) (Attayde, 2006). - Concentração de recursos captados em poucos projetos, tendo em vista as dificuldades que os proponentes encontram para conseguir incentivadores dispostos a cumprir os trâmites da lei. Além disso, destaca-se como barreira a questão geográfica, sendo que a maioria dos incentivadores e proponentes de projetos cinematográficos estão localizados na região Sudeste do país (Assis, Pereira& Wilbert, 2021).

Barreiras Individuais	- Preferência da população por filmes estrangeiros, que pode ser visualizada na baixa presença de filmes nacionais entre aqueles com maior sucesso de bilheteria por ano; - Constante aumento, médio, dos preços dos ingressos (Bahia, 2012); - Preferência por acessar as produções através de plataformas de streaming ou outros meios.

Fonte: Elaborado pelos autores.

O presente artigo corrobora com resultados de estudos anteriores sobre a LA, em que uma série de problemáticas sobre essa política cinematográfica eram destacados, buscando sanar lacunas existentes na literatura, sobretudo no que se refere a aspectos do alcance de público das produções (Assis, Pereira& Wilbert, 2021), considerando um conjunto de informações que ainda não haviam sido exploradas na literatura sobre essa lei.

5. CONCLUSÕES

No presente artigo, analisaram-se as alterações no cinema nacional, em termos de alcance de público, no período posterior à implantação da LA, comparado ao período anterior à criação dessa política cinematográfica, na vigência da Embrafilme. Para isso, realizou-se uma pesquisa quantitativapara analisar os efeitos dessa política sobre o público das produções, considerando uma amostra de 521 filmes nacionais, lançados entre 1970 e 2019, que tiveram um público superior a 500.000 espectadores.

Com base nos resultados encontrados, percebe-se que a LA tem uma participação significativa nas produções cinematográficas nacionais, sendo que no período de 1995 a 2019 58,33% dos filmes lançados comercialmente em salas de exibição no Brasil contaram com recursos advindos desse mecanismo. Entretanto, em termos de efeitos da LA no alcance de público, comparando-se ao período anterior em que a principal forma de atuação estatal era a Embrafilme, a lei apresentou efeitos negativos, com uma média de público significativamente menor.

Alguns aspectos que podem explicar esse resultado podem estar relacionados à redução do número de salas de cinema no Brasil, durante a década de 1980 e 1990, bem como à inserção de novas tecnologias de mídias que facilitaram o acesso a esse tipo de conteúdo, que podem ter reduzido o interesse da população por acessar essas produções através das salas de cinema. Outros aspectos foram elencados e apresentados como barreiras de desempenho que essa política cinematográfica enfrenta, que devem ser considerados como elementos a serem superados para o alcance de melhores resultados.

Acerca das contribuições, salienta-se que além de considerar dados inseridos num lapso temporal amplo, de 1970 a 2019, este artigo propôs uma análise inédita na literatura sobre a LA, que é uma das principais políticas cinematográficas do Brasil. Nesses termos, os resultados deste artigo podem servir a atores públicos e privados que se relacionem com a LA, seja através da avaliação, proposição ou incentivo de projetos cinematográficos por meio desse mecanismo. Além disso, serve aos demais interessados, público em geral, que de alguma forma acessam as produções e se interessam pelo cinema nacional.

Sobre as limitações do presente artigo, destaca-se, inicialmente, a composição dos grupos de tratamento e controle, uma vez que a análise compara filmes incentivados por meio da Embrafilme, no período anterior a 1995, com filmes incentivados pela Lei do Audiovisual, no período posterior a 1995. Essa estratégia analítica, embora permita estabelecer uma comparação entre diferentes instrumentos de política cultural, não possibilita isolar de forma integral o efeito da Lei do Audiovisual sobre o desempenho dos filmes, uma vez que as diferenças observadas podem também refletir mudanças ocorridas ao longo do tempo na indústria cinematográfica brasileira, nas condições de produção e distribuição, no comportamento do público e em outras políticas culturais e institucionais implementadas nos períodos considerados na análise. Nesse sentido, os resultados devem ser interpretados com cautela, sobretudo no que se refere à atribuição de causalidade exclusivamente à política de incentivo estabelecida pela Lei do Audiovisual.

Além disso, destaca-se também como limitaçãoa utilização de informações apenas dos filmes que tiveram um relativo sucesso de bilheteria (mais de 500.000 espectadores), o que pode gerar um viés de seleção e limitar a capacidade de generalização acerca dos resultados encontrados sobre os efeitos desta lei, considerando

que exclui da análise parcela significativa das produções audiovisuais brasileiras que não atingiram esse patamar de público. Nesse sentido, para estudos futuros, sugere-se a análise dos demais filmes com menos de 500.000 espectadores, além de outras informações acerca dos filmes, como a renda gerada por estes, número de salas em que foram exibidos, dentre outros aspectos que possam elucidar sobre o cenário da produção cinematográfica brasileira.

REFERÊNCIAS

Amancio, T. (2000). *Artes e manhas da Embrafilme: cinema estatal brasileiro em sua época de ouro (1977/1981)*. Niterói: ED UFF.

Ammons, D. N. (2004). Productivity Barriers in the Public Sector. In: Holzer, M., & Lee, S.-H. (Eds.), *Public productivity handbook* (2ª ed., pp. 139–165). New York: Marcel Dekker.

Assis, S. K. C., Pereira, C. C., & Wilbert, M. (2021). Lei do Audiovisual: Análise da Eficiência de Captação e de Produção. *Revista Ciências Sociais em Perspectiva*, 19(5), 164–186.

Attayde, M. C. (2006). Caminhos da sustentabilidade para o cinema brasileiro. *Revista do Serviço Público*, 57(1), 05–21.

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

Canclini, N. G. (1997). *Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ.

Castendyk, O. (2018). Tax Incentive Schemes for Film Production: A Pivotal Tool of Film Policy? In: Murschetz, P. C., Teichmann, R., & Karmasin, M. (Eds.), *Handbook of State Aid for Film* (1ª ed., pp. 597–614). Springer.

Crane, D. (2014). Cultural globalization and the dominance of the American film industry: cultural policies, national film industries, and transnational film. *International Journal of Cultural Policy*, 20(4), 365–382.

Curtin, M. (2016). Regulating the global infrastructure of film labor exploitation. *International Journal of Cultural Policy*, 22(5), 673–685.

Dennison, S., & Shaw, L. (2004). *Popular cinema in Brazil, 1930-2001*. Manchester: Manchester University Press.

Falicov, T. L. (2018). Diversifying Public Film Funding Policies in Latin America. In: Murschetz, P. C., Teichmann, R., & Karmasin, M. (Eds.), *Handbook of State Aid for Film* (1ª ed., pp. 367–382). [s.l.] Springer.

Gimenez, F. A. P., & Rocha, D. T. DA. (2018). A presença do filme nacional nas salas de cinema do Brasil: um estudo sobre a codistribuição. *Galáxia*, (37), 94–108.

Hemels, S. (2017). Tax Incentives as a Creative Industries Policy Instrument. In: Hemels, S., & Goto, K. (Eds.), *Tax Incentives for the Creative Industries.* Creative Economy. Springer: Cingapura.

Hill, J., & Kawashima, N. (2016). Introduction: film policy in a globalised cultural economy. *International Journal of Cultural Policy*, 22(5), 667–672.

Ikeda, M. G. (2015). As leis de Incentivo e a Política Cinematográfica no Brasil a partir da "retomada". *Revista Eptic*, 17(3), 163–177.

Ikeda, M. G. (2011). *O modelo das leis de incentivo fiscal e as políticas públicas cinematográficas a partir da década de noventa*. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Programa de pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense, Niterói.

Johnson, R. (1993). Ascensão e queda do cinema brasileiro, 1960-1990. *Revista USP*, 0(19), 31.

Johnson, R. (1996). Film Policy in Latin America. In: Moran, A. (Ed.), *Film Policy* (1ª ed., pp. 141–160). Routledge.

Macedo, A. D. S., & Ferreira, M. A. M (2020). Efeitos do Programa Mais Médicos (PMM) nos resultados da Atenção Básica à saúde. *Revista Brasileira de Políticas Publicas*, v. 10, n. 1, p. 196–222.

Martínez, G. (2008). Cinema law in Latin America: Brazil, Peru and Colombia. *Jump Cut: A Review of Contemporary Media*, (50).

Marvasti, A., & Canterbery, E. R. (2005). Cultural and other barriers to motion pictures trade. *Economic Inquiry*, 43(1), 39–54.

Murschetz, P. C., Teichmann, R., & Karmasin, M. (2018). Why Study State Aid for Film? A Necessary Clarification. In P. C. Murschetz, R. Teichmann, & M. Karmasin (Eds.), *Handbook of State Aid for Film* (1st ed., pp. 1–21). Springer.

Oliveira, P. V. DE, & Pannacci, R. C. (2017). Fomento ao Cinema Brasileiro: o papel do Estado. *Anagrama*, 2, 1–29.

Pereira, L. R. (2021). A criação do Instituto Nacional de Cinema Educativo na Era Vargas: debates e circulação de ideias. *Cadernos de História da Educação*, 20.

Rocha, D. T., Bonfim, L. R. C., Citadin, M. W., & Gimenez, F. A. P. (2018). Mapeando as relações de coprodução e codistribuição no cinema brasileiro: uma análise pela ótica da teoria de redes. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 41(1), 41–61.

Sá-Earp, F., Kornis, G., Estrella, L. M., & Joffe, P. S. (2016). Dois estudos sobre a Lei Rouanet. *IE-UFRJ Discussion Paper*, 1-26.

Santos Júnior, I. A. N., & Gomes, C. A. S. (2014). Cinema Brasileiro: Um Estudo Comparativo entre a Captação de Recursos Mediante Mecanismos de Incentivo Público versus a Arrecadação nas Bilheterias Nacionais. *Sociedade, Contabilidade e Gestão*, 9(3), 24–41.

Santos, L. F., Ferreira, M. A. M., & Campos, A. P. T. Barreiras de desempenho e políticas públicas: análise em cooperativas de agricultura familiar. *Cadernos Gestão Pública e Cidadania*, v. 24, n. 77, p. 1–21, 2019.

Simis, A. (1998). Situación del audiovisual brasileño en la década de los noventa. *Revista Comunicación y Sociedad*, 33, 93–117.

Simis, A. (2010). Cinema e política cinematográfica. In C. Bolaño, C. Golin, & V. Brittos (Eds.), *Economia da Arte e da Cultura* (pp. 137-164). São Paulo: Itaú Cultural.

Thom, M. (2018). Lights, Camera, but No Action? Tax and Economic Development Lessons From State Motion Picture Incentive Programs. *American Review of Public Administration*, 48(1), 33–51.

Yecies, B. (2016). The Chinese–Korean co-production pact: collaborative encounters and the accelerating expansion of Chinese cinema. *International Journal of Cultural Policy*, 22(5), 770–786.