

Processo n.º: 01416.003444/2020-30

Unidade responsável: DIR-LR

Assunto: Avaliação da influência da obrigatoriedade legal de meia-entrada sobre o mercado exibidor brasileiro de cinema e síntese de propostas para possíveis ações regulatórias.

1. SUMÁRIO EXECUTIVO

A Legislação brasileira confere a uma parte da população o direito de pagar metade do valor do ingresso em espetáculos artístico-culturais e esportivos, esse direito é chamado de meia-entrada. Essa política pública visa promover o acesso a bens culturais à parcela população que, em teoria, teria maior dificuldade em usufruí-los por razões econômicas.

A legislação federal, por meio das Leis nº 12.933/2013, nº 12.582/2013 e nº 10.741/2003, determina o direito à meia-entrada em todo o território nacional, para algumas categorias. Além disso, existem legislações locais, de âmbito estadual ou municipal, que estendem esse direito a outros diversos grupos sociais.

Diante desse cenário de amplo acesso à meia-entrada, diversas empresas exibidoras celebraram acordos comerciais privados que conferem a determinados consumidores (em geral, assinantes de serviços específicos) direito à meia-entrada ou outros descontos no valor do ingresso. Como resultado, para compensar esse amplo acesso à meia-entrada, o valor do ingresso praticado é alto, a partir de um equilíbrio de mercado sub-ótimo.

Entretanto, apesar do amplo acesso, essa política não atende a parte da população que não se enquadra nas hipóteses de direito a meia-entrada e que não possui condições econômicas de frequentar salas de cinema. Isto ocorre porque os critérios de acesso à meia-entrada não são majoritariamente baseados na renda.

Após a abordagem do Problema e aprofundamento da análise dos dados de mercado referentes às hipóteses de “meia-entrada”, sobretudo, de “meia-entrada” legal, esta Análise e Impacto Regulatório conclui pelas seguintes recomendações de ação para mitigação dos problemas decorrentes da “meia-entrada” legal no segmento de exibição cinematográfica: a revisão das regras sobre meia-entrada (opção III); ou, a extinção das regras sobre meia-entrada (opção II). A adoção de uma dessas opções corrigiria as distorções observadas na política atual de meia-entrada.

A estrutura deste texto se baseia nas recomendações do documento: “*Diretrizes Gerais e Guia Orientativo para Elaboração de Análise de Impacto regulatório – AIR*”^[*], elaborado pela Casa Civil da Presidência da República, juntamente com as Agências Reguladoras Federais.

[*] Disponível em: https://www.gov.br/casacivil/pt-br/assuntos/governanca/regulacao/apresentacao-regulacao-pasta/comite-interministerial-de-governanca-aprova-as-diretrizes-gerais-e-roteiro-analitico-sugerido-para-analise-de-impacto-regulatorio-diretrizes-air-e-o-guia-orientativo-para-elaboracao-de-analise-de-impacto-regulatorio-guia-air/diretrizes_guia_air_cig_11junho2018.pdf

2. IDENTIFICAÇÃO DO PROBLEMA

2.1 INTRODUÇÃO

O conceito da chamada ‘meia-entrada’ na legislação brasileira, via de regra, delimita-se como direito que pretende facilitar o acesso a espetáculos e eventos artístico-culturais, educativos, esportivos, de lazer, e de entretenimento para uma parcela da população brasileira, mediante o pagamento da metade do valor do

ingresso em salas de cinema, cineclubes, teatros, espetáculos musicais e circenses e eventos educativos, esportivos, de lazer e de entretenimento.

Tanto a Lei nº 12.933, de 26 de dezembro de 2013, quanto o Decreto nº 8.537, de 05 de outubro de 2015 que a regulamenta, trazem regras gerais para o estabelecimento do direito à meia-entrada aplicáveis em todo o território nacional. A referida lei garante esse benefício a estudantes, jovens de baixa renda com idade entre 15 e 29 anos, e pessoas com deficiência, respeitado o limite de 40% do total dos ingressos disponíveis, nos seguintes termos:

Lei nº 12.933/2013

Art. 1º É assegurado aos estudantes o acesso a salas de cinema, cineclubes, teatros, espetáculos musicais e circenses e eventos educativos, esportivos, de lazer e de entretenimento, em todo o território nacional, promovidos por quaisquer entidades e realizados em estabelecimentos públicos ou particulares, mediante pagamento da metade do preço do ingresso efetivamente cobrado do público em geral.

(...)

§ 2º Terão direito ao benefício os estudantes regularmente matriculados nos níveis e nas modalidades de educação e ensino previstos no [Título V da Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996](#), que comprovem sua condição de discente, mediante a apresentação da Carteira de Identificação Estudantil na aquisição do ingresso e na portaria do local de realização do evento. [\(Redação dada pela Medida Provisória nº 895, de 2019\)](#)

(...)

§ 8º Também farão jus ao benefício da meia-entrada as pessoas com deficiência, inclusive seu acompanhante quando necessário, sendo que este terá idêntico benefício no evento em que comprove estar nesta condição, na forma do regulamento.

§ 9º Também farão jus ao benefício da meia-entrada os jovens de 15 a 29 anos de idade de baixa renda, inscritos no Cadastro Único para Programas Sociais do Governo Federal (CadÚnico) e cuja renda familiar mensal seja de até 2 (dois) salários mínimos, na forma do regulamento.

§ 10. A concessão do direito ao benefício da meia-entrada é assegurada em 40% (quarenta por cento) do total dos ingressos disponíveis para cada evento.

(...)

O Estatuto do Idoso, criado pela Lei nº 10.741, de 1º de outubro de 2003, amplia esse rol de beneficiários e estabelece o direito da meia-entrada também para pessoas com idade igual ou superior a 60 anos, nos seguintes termos:

A Lei nº 10.741/03

Art. 23. A participação dos idosos em atividades culturais e de lazer será proporcionada mediante descontos de pelo menos 50% (cinquenta por cento) nos ingressos para eventos artísticos, culturais, esportivos e de lazer, bem como o acesso preferencial aos respectivos locais.

Além dessa legislação federal, a “meia-entrada” é tratada por legislações específicas de outros entes federativos, estados e municípios, que, em geral, também ampliam o conjunto de beneficiários ao englobar, por exemplo, professores da rede estadual e municipal - como estipulado na Lei nº 3.424/2002 do município do Rio de Janeiro e na Lei nº 14.729/12 do estado de São Paulo, doadores de sangue e menores de 21 anos – como fixado na Lei nº 3.364/2000 do estado do Rio de Janeiro e na Lei nº 9.070/2005 do município de Belo Horizonte.

Logo, observa-se que existe uma legislação federal que estabelece critérios mínimos para concessão desse benefício, e, em paralelo, há uma série de leis de alcance estadual e municipal, que, em regra, ampliam a população beneficiária ao prever novas hipóteses para concessão da meia-entrada.

Diante dessa gama de hipóteses de concessão e considerada a competência e a expertise regulatórias da ANCINE, pontua-se que a presente Análise de Impacto Regulatório se circunscreverá à concessão do direito à meia-entrada em salas de cinema. Em função desse recorte de segmento de mercado sob análise,

salienta-se que os argumentos técnicos aqui apresentados, bem como as recomendações de ação, não se aplicam, necessária e automaticamente, a eventual estudo da incidência desse benefício sobre outros bens e serviços culturais englobados pela Lei nº 12.933/2013.

Nesse sentido, é importante esclarecer que a análise numérica foi pautada nos dados do Sistema de Controle de Bilheteria (SCB), desenvolvido pela Ancine em 2016, sendo o primeiro sistema *box-office* em cinema, no mundo, com dados de ingressos por sessão cinematográfica, além de contar com informações das diversas categorias de "meia-entrada" cinematográfica. O ineditismo da ação e a confiabilidade dos dados disponíveis na Agência aumentam a robustez das conclusões ora apresentadas.^[1]

Portanto, repisa-se que nesta AIR não serão tratadas políticas públicas de meia-entrada aplicáveis a outros setores. Destaca-se, também, que ao longo deste documento, a expressão 'meia-entrada' diz respeito à 'meia-entrada cultural', exceto, quando expressamente indicado de maneira diversa.

2.2 OBJETIVOS GERAIS DA POLÍTICA DE MEIA-ENTRADA

Em síntese, a meia-entrada pode ser definida como uma política pública voltada a promover, por meio de desconto no preço do ingresso, o acesso (consumo) a bens culturais para parcelas da população de menor renda que, via de regra, vivenciam maiores barreiras para consumir ou para ampliar o consumo de bens culturais.

Políticas públicas voltadas à produção de bens culturais e ao acesso a esses bens, em geral, justificam-se em função do papel que a cultura pode exercer no processo de desenvolvimento humano e socioeconômico. Em GINSBURGH e THROSBY ed. (2006), é apontada a importância da cultura como elemento de coesão social, com efeitos tanto de curto prazo, ligados à geração de emprego e renda, quanto de longo prazo, associados ao crescimento e desenvolvimento econômico.

Devido ao seu impacto sobre o desenvolvimento humano, as atividades culturais constituem fontes dinâmicas de inovação, crescimento e mudança estrutural. FALCK et al. (2011) demonstram que a produção e o consumo de bens e serviços culturais podem impactar na expansão do crescimento econômico e na melhora nos indicadores de desenvolvimento humano e de qualidade de vida. Segundo esses autores, localidades com maior diversidade de oferta cultural atraem mais trabalhadores com alto nível de capital humano, impactando positivamente o desenvolvimento econômico. De acordo com LAREAU e HORVAT (1999), o consumo de cultura beneficia indiretamente o crescimento econômico através do seu impacto indireto na melhora dos níveis de escolaridade.

Em ZUBELLI (2017), especificamente sobre o setor audiovisual, ressalta-se a importância desta indústria que, ao mesmo tempo em que carrega impactos significativos na mentalidade e na rotina dos consumidores, também percorre um setor com potencial econômico intrinsecamente inovador e que, a todo momento, reorganiza sua própria estrutura.

Tendo em vista essa literatura acerca do tema, é possível afirmar que o consumo de cultura impacta o desenvolvimento econômico, tanto diretamente, através do financiamento do conjunto de atividades que integram a cadeia de valor de produção e distribuição de bens culturais, quanto indiretamente, ao contribuir para o desenvolvimento humano e socioeconômico dos indivíduos que consomem bens culturais.

Muitos desses benefícios não são eficientemente precificados por mercados, constituindo o que os economistas designam como externalidades positivas. Ao reconhecer tais externalidades, o Estado atuaria no sentido de incentivar tanto a produção quanto a circulação e o consumo de bens culturais. Desse modo, neste contexto, justificar-se-ia a criação de legislações que estipulam o direito à meia-entrada cultural.

2.3 LEGISLAÇÃO DE MEIA-ENTRADA NO BRASIL

Todos os 26 (vinte e seis) estados e o Distrito Federal possuem alguma legislação de concessão do benefício da meia-entrada. Grande parte dessa legislação, 22 dentre as 27 leis aqui mapeadas, teve sua primeira versão publicada durante a década de 90, conforme Tabela 1:

Tabela 1 – Leis estaduais da meia-entrada para estudantes

UF	Ano da Lei	Número da Lei	UF	Ano da Lei	Número da Lei
AC	1991	1004	PB	1993	5720
AL	1995	5689	PE	1993	10859
AM	2006	3076	PI	1994	4673
AP	1993	102	PR	1995	11182
BA	1990	5894	RJ	1996	2519
CE	1994	12302	RN	1993	6503
DF	2001	2768	RO	1994	552
ES	1994	4955	RR	1995	95
GO	1994	12355	RS	2008	13104
MA	2002	7805	SC	2003	12570
MG	1993	11052	SE	1994	3491
MS	1992	1352	SP	1992	7844
MT	1991	5729	TO	1997	934
PA	1993	5764			

Fonte adaptada: WINK JUNIOR et al. (2016)

A atual Carta Magna de 1988 passou a tratar, em capítulo específico “Capítulo VII Da Família, da Criança, do Adolescente, do Jovem e do Idoso”, um conjunto de direitos e garantias voltadas à promoção da cidadania focalizada em populações específicas, como jovens e idosos. Nesse sentido, os artigos 227 e 230 da Constituição estabelecem a prioridade e a tutela desses indivíduos como deveres da sociedade e do Estado, nos seguintes termos:

Art. 227. É dever da família, da sociedade e do Estado assegurar à criança, ao adolescente e ao jovem, com absoluta prioridade, o direito à vida, à saúde, à alimentação, à educação, ao lazer, à profissionalização, à cultura, à dignidade, ao respeito, à liberdade e à convivência familiar e comunitária, além de colocá-los a salvo de toda forma de negligência, discriminação, exploração, violência, crueldade e opressão.

Art. 230. A família, a sociedade e o Estado têm o dever de amparar as pessoas idosas, assegurando sua participação na comunidade, defendendo sua dignidade e bem-estar e garantindo-lhes o direito à vida.

A partir desse Capítulo, as leis federais subsequentes à Carta Magna de 1988, que dispõem sobre o benefício da meia-entrada, em verdade, são normas infraconstitucionais que buscam espelhar esse conjunto direitos e garantias protetivos a grupos sociais que recebem tutela constitucional específica. Com esse objetivo, a Lei nº 10.741/2003 cria o Estatuto do Idoso e, com isso, regulamenta os direitos assegurados às pessoas com idade igual ou superior a 60 (sessenta) anos, e a Lei nº 12.852/2013 institui o Estatuto da Juventude e, por meio desse, dispõe detalhadamente sobre os direitos dos jovens, além de englobar os princípios e as diretrizes das políticas públicas de juventude e do Sistema Nacional de Juventude (SINAJUVE).

A Lei nº 12.933/13, cuja matéria trata especificamente sobre a concessão da meia-entrada, incluiu, além das pessoas já beneficiadas pelos supraditos marcos legais, também as pessoas com deficiência no rol de beneficiados por essa política pública.

Dentre o conjunto de direitos trazidos pelos referidos diplomas legais federais, o direito à meia-entrada é abordado como um desdobramento necessário do direito de acesso à cultura para idosos - pessoas com idade igual ou superior a 60 (sessenta) anos, jovens - pessoas de até 29 (vinte e nove) anos pertencentes a famílias de baixa renda, estudantes, e pessoas com deficiência.

É importante notar que a matéria relativa à meia-entrada é matéria que diz respeito à direito econômico e assim, conforme dispõe a Constituição da República, a competência legislativa é concorrente da União, dos Estados e Distrito Federal. Nesse sentido, as regras a serem observadas para exercício dessa competência constitucional estão previstas no art. 24 e seus parágrafos da Constituição:

Art. 24. Compete à União, aos Estados e ao Distrito Federal legislar concorrentemente sobre:

I - direito tributário, financeiro, penitenciário, econômico e urbanístico;

§ 1º No âmbito da legislação concorrente, a competência da União limitar-se-á a estabelecer normas gerais.

§ 2º A competência da União para legislar sobre normas gerais não exclui a competência suplementar dos Estados.

§ 3º Inexistindo lei federal sobre normas gerais, os Estados exercerão a competência legislativa plena, para atender a suas peculiaridades.

§ 4º A superveniência de lei federal sobre normas gerais suspende a eficácia da lei estadual, no que lhe for contrário.

Relativamente aos municípios, destaca-se que esses entes podem editar matérias de interesse local e de suplementação de legislação federal ou estadual, quando for o caso, em função da competência constitucional estabelecida no art. 30:

Art. 30. Compete aos Municípios:

I - legislar sobre assuntos de interesse local;

II - suplementar a legislação federal e a estadual no que couber;

Em função do exercício dessas competências concorrentes e suplementares em matéria de meia-entrada, é possível constatar diversas leis estaduais e municipais, anteriores ou posteriores à supracitada legislação federal que contemplam aqueles já tratados por essa legislação, e também expandem o rol de beneficiários incluindo, por exemplo, professores, servidores públicos, doadores de sangue, portadores de câncer, doadores de medula, além de sindicatos de categorias profissionais.

O exercício dessas competências pelos estados já foi objeto de julgamento pelo Supremo Tribunal Federal (STF), na Ação Direta de Inconstitucionalidade, a ADI nº 2163 que questionou a constitucionalidade da Lei nº 3.364/2000 do Estado do Rio de Janeiro, onde se estabeleceu a meia-entrada para jovens de até 21 anos, independentemente de serem de baixa renda ou estudantes. Nesses termos, observa-se que essa norma estadual ampliou o escopo da legislação federal.

Essa Adin foi julgada em 12/04/2018, tendo sido reconhecida a constitucionalidade da lei estadual com fundamento na competência concorrente entre os entes federativos, salvaguardada no art. 24 da CRFB/1988:

ADI 2163 / RJ - RIO DE JANEIRO

AÇÃO DIRETA DE INCONSTITUCIONALIDADE

Julgamento: 12/04/2018 Órgão Julgador: Tribunal Pleno

DJe-167 DIVULG 31-07-2019 PUBLIC 01-08-2019

AÇÃO DIRETA DE INCONSTITUCIONALIDADE. ART. 1º DA Lei 3.364/2000, DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. MEIA-ENTRADA. CONCESSÃO DE DESCONTO DE 50% SOBRE O PREÇO DE INGRESSOS PARA CASAS DE DIVERSÕES, PRAÇAS DESPORTIVAS E SIMILARES AOS JOVENS DE ATÉ 21 ANOS. DIREITO ECONÔMICO. COMPETÊNCIA CONCORRENTE. CONSTITUCIONALIDADE FORMAL E MATERIAL RECONHECIDA. AÇÃO JULGADA IMPROCEDENTE. I – É concorrente a competência constitucional para legislar sobre direito econômico. II – Não havendo legislação federal sobre a matéria, cabe ao Estado-membro exercer de forma plena a competência legislativa sobre o tema. III – É legítima e adequada a atuação do Estado sobre o domínio econômico que visa garantir o efetivo exercício do direito à educação, à cultura e ao desporto, nos termos da Constituição Federal. IV – Ação direta de inconstitucionalidade julgada improcedente.

Isso posto, no atual contexto brasileiro, observa-se a vigência de uma variedade de leis estaduais e municipais que ora repetem, ora ampliam significativamente, as populações beneficiárias do direito à meia-entrada contempladas pela legislação federal, conforme é possível verificar na compilação legislativa dos Quadros I, II, e III, a seguir.

Quadro 1 - LEIS FEDERAIS SOBRE MEIA-ENTRADA

Lei	BENEFICIÁRIO
Lei 10741/03	Dispõe sobre o Estatuto do Idoso e dá outras providências.
Lei 12.852/13	Institui o Estatuto da Juventude e dispõe sobre os direitos dos jovens, os princípios e diretrizes das políticas públicas de juventude e o Sistema Nacional de Juventude - SINAJUVE.
Lei 12.933/13	Dispõe sobre o benefício do pagamento de meia-entrada para estudantes, idosos, pessoas com deficiência e jovens de 15 a 29 anos comprovadamente carentes em espetáculos artístico-culturais e esportivos, e revoga a Medida Provisória nº 2.208, de 17 de agosto de 2001.

Quadro 2 - LEIS ESTADUAIS SOBRE MEIA-ENTRADA

ESTADO	Lei	BENEFICIADOS
ACRE	Lei 1.004, DE 1991	Concede aos Estudantes do Estado do Acre, abatimento de cinquenta por cento nos estabelecimentos exibidores cinematográficos de teatro, esporte, espetáculos musicais e circenses
ALAGOAS	Lei nº 5.689 de 12/05/1995	Dispõe sobre a concessão de abatimento de 50% (cinquenta por cento) aos estudantes para ingresso em casas de diversão, similares e dá outras providências.
AMAZONAS	Lei 3.076 de 01/08/2006, alterada pela Lei 311 de 05/02/2016.	CONCEDE aos estudantes “meia-entrada” em cinemas, teatros, circos, eventos culturais, desportivos, artísticos e educacionais, parques e casas de diversão, em todos os Municípios do Estado do Amazonas, e dá outras providências.
AMAPÁ	Lei 102 de 02/09/1993	Assegura aos estudantes a redução de 50% (cinquenta por cento) nos valores dos ingressos dos eventos socioculturais e desportivos realizados no território do Estado do Amapá.
CEARÁ	Lei 12.302, DE 17 DE MAIO DE 1994	Fica assegurado o abatimento de cinquenta por cento (50%) do valor efetivamente cobrado para o ingresso em casas de diversões, de espetáculos teatrais, musicais, circenses em casa de exibição cinematográfica, similares das áreas de cultura e lazer do Estado do Ceará, aos estudantes regularmente matriculados em estabelecimentos de ensino de primeiro, segundo e terceiro graus, existentes no Estado do Ceará.

DISTRITO FEDERAL	Lei 2.768, DE 31 DE AGOSTO DE 2001	Institui a meia-entrada para os estudantes das escolas públicas e particulares do Distrito Federal.
DISTRITO FEDERAL	Lei 5.653 DE 13/04/2016 (declarada inconstitucional pelo TJDFT porque viola o princípio da isonomia ao favorecer determinadas categorias profissionais, permitindo que gozem de benefícios que não são extensíveis a outras categorias em situação idêntica).	Institui a meia-entrada em espetáculos teatrais e musicais, exposições de arte, exibições cinematográficas e demais manifestações culturais e esportivas para os profissionais de vigilância e segurança.
ESPÍRITO SANTO	Lei 4.955, DE 21 DE JULHO DE 1994	Fica assegurado aos estudantes regularmente matriculados em estabelecimentos de Ensino Fundamental, Ensino Médio, Ensino Médio Técnico Profissionalizante, Ensino Médio Técnico Profissionalizante – Subsequente e Ensino Superior, o pagamento de meia-entrada do valor efetivamente cobrado para o ingresso em casas de diversão, de espetáculos teatrais, musicais, circenses, em casas de exibição cinematográfica, em praças esportivas e similares das áreas de esporte, cultura e lazer do Espírito Santo.
GOIÁS	Lei 14.975/2004, alterada pelas Leis 17.396/2011, 17.575/2012 e 20.281/2018	Assegura o pagamento de 50% (cinquenta por cento) do valor cobrado para o ingresso em casas de diversões, praças desportivas e similares, aos professores e auxiliares de administração escolar da rede pública e privada de ensino do Estado.
MATO GROSSO DO SUL	Lei 1.352, DE 22 DE DEZEMBRO DE 1992	Assegura a estudantes o direito ao pagamento de “meia-entrada” em espetáculos culturais, esportivos e de lazer, e dá outras providências.
MATO GROSSO DO SUL	Lei 4.826/2016	Assegura o pagamento de meia-entrada em espetáculos culturais, esportivos e de lazer aos portadores de câncer e de doenças degenerativas no Estado de Mato Grosso do Sul, e dá outras providências.
MINAS GERAIS	Lei 11052/1993	Assegura aos estudantes regularmente matriculados em estabelecimentos de ensino de 1º, 2º e 3º graus o pagamento de meia-entrada do valor efetivamente cobrado para o ingresso em casas de exibição cinematográfica, do Estado de Minas Gerais.

PERNAMBUCO	Lei 12.258, de 22 de agosto de 2002	Institui a meia-entrada para professores em estabelecimentos que proporcionem cultura, lazer e entretenimento
PERNAMBUCO	Lei 15.724/2016	Dispõe sobre o benefício do pagamento de meia-entrada para pessoas com câncer (e acompanhante) em espetáculos artístico-culturais e esportivos realizados no âmbito do Estado de Pernambuco
RIO DE JANEIRO	Lei 3.364/2000 (arguida inconstitucionalidade no STF ADI 2163 julgada IMPROCEDENTE)	Institui a meia-entrada para jovens de até vinte e um anos de idade em estabelecimentos que proporcionam lazer e entretenimento.
RIO GRANDE DO SUL	Lei 13.891/2012	Institui, para os doadores de sangue do Estado do Rio Grande do Sul, meia-entrada em eventos culturais, esportivos e de lazer, realizados em locais públicos.
SANTA CATARINA	Lei 12.570/2003	Fica assegurado a todos os jovens com idade até o limite máximo de dezoito anos, e/ou aos estudantes, independentemente da idade, regularmente matriculados em estabelecimentos de ensino público ou particular, oficialmente reconhecidos, de nível fundamental, médio e superior, e técnico profissionalizante, cinquenta por cento de abatimento sobre o preço efetivamente cobrado nas entradas, pelas casas exibidoras cinematográficas, de teatro, de espetáculos musicais, circenses e de eventos esportivos, em todo o Estado de Santa Catarina.
SANTA CATARINA	Lei 16.448 DE 08/08/2014	Assegura aos professores da Educação Básica, no exercício da profissão, o direito ao pagamento de meia-entrada em eventos de natureza cultural e de lazer.
SÃO PAULO	Lei 7.844/92	Assegura a estudantes o direito ao pagamento de “meia-entrada” em espetáculos esportivos, culturais, lazer, e dá providências correlatas
SÃO PAULO	Lei 10.858/2001 (Atualizada até a Lei nº 14.729, de 30 de março de 2012)	Fica assegurado o pagamento de 50% (cinquenta por cento) do valor realmente cobrado para o ingresso em casas de diversões, praças desportivas e similares, aos professores da rede pública estadual e das redes municipais de ensino
SÃO PAULO	Lei 12598/2014	Assegura o pagamento de meia-entrada para diretores, coordenadores pedagógicos, supervisores e titulares de

cargos do quadro de apoio das escolas das redes estadual e municipais.

Quadro 3 - LEIS MUNICIPAIS SOBRE “MEIA-ENTRADA”

MUNICÍPIO	Lei	BENEFICIADOS
Belo Horizonte	Lei 9.070/2005	Fica assegurada a meia-entrada, em estabelecimento cultural e de lazer, a jovem com idade inferior a 21 (vinte e um) anos.
Caçador	Lei 1.960 de 20 de agosto de 2003 de Caçador	Institui a meia-entrada em locais públicos de cultura, esporte e lazer para doadores regulares de sangue.
Campinas	Lei 11.221 de 10 de maio de 2002 de Campinas	Dispõe sobre a meia-entrada para os aposentados nos teatros, jogos esportivos e espetáculos.
Caraguatatuba	Lei 1.280/06	Dispõe sobre meia-entrada para funcionários da administração pública municipal direta e indireta, em estabelecimentos que proporcionem lazer e entretenimento.
Cariacica	Lei 5.187/2014	Institui meia-entrada para radialistas e jornalistas em estabelecimentos que proporcionem lazer e entretenimento no município de Cariacica.
Cataguases	Lei 3.470/06	Institui, no âmbito do município de Cataguases, a meia-entrada para pessoas portadoras de deficiência em estabelecimentos culturais e de lazer que promovam diversão e entretenimento.
Florianópolis	Lei 9.949/16	Garante a todo portador de deficiência, que necessite de cadeira de rodas, a gratuidade do ingresso em eventos culturais, esportivos e de entretenimento, organizados por pessoas públicas ou privadas.
Goiânia	Lei 8.558/07	Institui a “meia-entrada” para doadores regulares de sangue.
Ilhabela	Lei 115/2002 da Ilhabela	Institui a meia-entrada para funcionários públicos municipais no âmbito do município e dá outras providências
Joinville	Lei 4.040/1999	Institui a meia-entrada em locais públicos de cultura, esporte e lazer para doadores regulares de sangue.
Porto Alegre	Leis 9.989/2006, atualizada pela Lei 11.211/2012	Fica assegurado o pagamento de meia-entrada do valor efetivamente cobrado para o ingresso em atividades culturais e esportivas, tais como espetáculos cinematográficos, teatrais, musicais e circenses e jogos esportivos e similares, realizadas no Município de Porto Alegre, aos:

		<p>I - estudantes regularmente matriculados em estabelecimentos de ensino regular, públicos ou privados, ou em cursos pré-vestibulares, devidamente autorizados a funcionar na forma da legislação vigente;</p> <p>II - jovens com até 15 (quinze) anos;</p> <p>III - jovens entre 16 (dezesesseis) e 29 (vinte e nove) anos pertencentes a famílias de baixa renda.</p>
Porto Alegre	Lei 7.366/1993	Estabelece redução do valor de ingresso para aposentados e pensionistas do INSS em estabelecimentos de áreas de cultura e lazer e outras de entretenimento. (Os aposentados e pensionistas do Instituto Nacional de Seguro Social (INSS), cuja aposentadoria ou pensão não sejam superiores a 3 (três) salários mínimos por mês, terão direito a pagar 50% (cinquenta por cento) do preço do ingresso em cinemas, teatros, espetáculos esportivos, circenses ou de outras áreas de cultura (...))
Recife	Lei 16.902/03	Institui a meia-entrada para os professores da rede municipal de ensino, às sessões de cinema, teatro e outros eventos culturais exibidos nas salas e casas de espetáculos instalados na cidade do Recife.
Rio de Janeiro	Lei 3.424/02 alterada pela Lei 5844/2015	Institui a “meia-entrada” para professores da rede pública municipal de ensino em estabelecimentos que promovam lazer e entretenimento e estimulem a difusão cultural.
Rio de Janeiro	Lei 5.844/2015 (declarada inconstitucional frente a Constituição Estadual pelo TJRJ em função do seguinte argumento: <i>“Ao determinar que todos os funcionários da Secretaria de Educação da cidade do Rio de Janeiro têm direito de pagar meia-entrada para assistir a espetáculos culturais, o município interfere indevidamente na atividade econômica dos estabelecimentos que promovem os eventos e viola direitos autorais daqueles que produziram as obras de arte.”</i>)	Institui a “meia-entrada” para professores e profissionais da rede pública municipal de ensino em estabelecimentos que promovam lazer e entretenimento e estimulem a difusão cultural.
Rondonópolis	Lei 5.459 de 20 de maio de 2008 de Rondonópolis	Dispõe sobre o pagamento de meia-entrada para doadores de medula óssea em eventos públicos de entretenimento, cultura e desporto e dá outras providências.
São Paulo	Lei 12.325/1997	Fica instituída a meia-entrada para o ingresso de aposentados nos cinemas, teatros, espetáculos e eventos

		esportivos realizados no âmbito do Município de São Paulo.
Santa Cruz do Sul	Lei 3.704 de 14 de maio de 2001 de Santa Cruz do Sul	Institui o pagamento de meia-entrada para jovens rurais em espetáculos culturais, esportivos e de lazer e dá outras providências.
Uberlândia	Lei 10.089 de 30 de dezembro de 2008 da Uberlândia	Institui meia-entrada para idosos em locais que menciona e dá outras providências.
Vila Velha	Lei 5.995 de 03 de abril de 2018	Institui meia-entrada para Policiais Militares, Policiais Cíveis, Bombeiros Militares, Guardas Cíveis Municipais, Agentes de Trânsito e Agentes Penitenciários.
Vitória	Lei 6.217/2004	Institui meia-entrada para radialistas e jornalistas em estabelecimentos que proporcionem lazer e entretenimento.

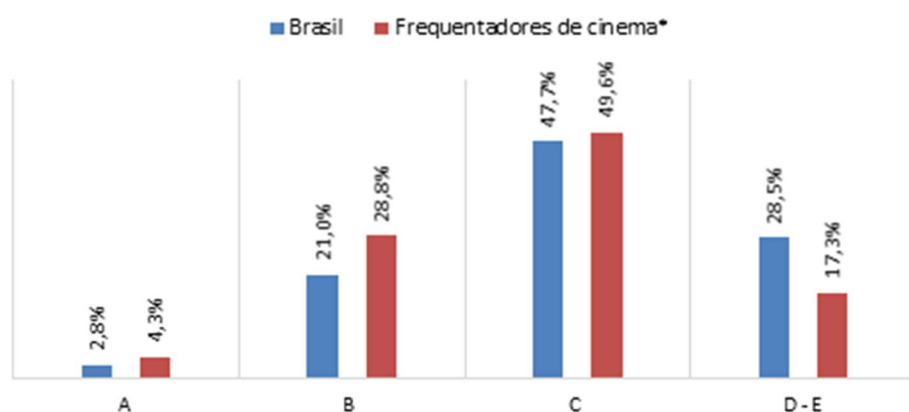
2.4 O PERFIL DO PÚBLICO DE SALAS DE CINEMA NO BRASIL E A POLÍTICA DE MEIA-ENTRADA

Nesta seção serão comparados alguns dados sobre renda, educação e faixa etária da população total e da amostra de respondentes a uma pesquisa sobre consumo de bens culturais. Os dados da população total são do Censo Demográfico de 2010 e os de frequentadores de cinema são da pesquisa ‘Cultura nas Capitais’^[2], realizada em 2017.

Sob o critério da **renda**, é comparada a distribuição da população total e da população que foi ao cinema ao menos uma vez nos últimos 12 meses. Os dados mostram alguma concentração do consumo de cinema nas classes^[3] ‘A’, ‘B’ e ‘C’, em detrimento das classes ‘D’ e ‘E’, ao se comparar com a distribuição da população total. Dessa forma, as classes ‘D’ e ‘E’ representam 28,5% da população brasileira, mas apenas 17,3% do público de cinemas.

Parte deste descolamento das classes ‘D’ e ‘E’, provavelmente, deve-se ao fato de que, para parcela desta população, mesmo com o benefício da meia-entrada, ir aos cinemas se trata de uma atividade cultural e de lazer cujo custo e, conseqüentemente, preço é oneroso ou inviável para seu orçamento. Além disso, grande parcela desta população não se enquadra em nenhuma das hipóteses de beneficiários contemplados pela legislação da meia-entrada, pois não são: estudantes, idosos, deficientes, ou jovens de baixa renda. Em função da baixa renda, geralmente, essa mesma população também não é alvo preferencial de promoções comerciais que concedem meia-entrada a seus clientes (meia entrada promocional ou cortesia). Com isso, para essas pessoas de baixa renda e inelegíveis pela legislação da meia-entrada, ou que não possuem acesso aos serviços que permitem a compra de meia-entrada, o consumo de bens culturais se torna praticamente inviabilizado. **Nesse caso, destaca-se que essa tripla barreira (baixa renda, inelegibilidade legal para uso da meia-entrada, falta de acesso a serviços privados que permitem o desconto promocional no ingresso) de mercado no cinema vivenciada por parcela significativa da população é uma das distorções presentes nas regras vigentes para a concessão da meia-entrada.**

GRÁFICO 1 - DISTRIBUIÇÃO DA POPULAÇÃO E DO PÚBLICO FREQUENTADOR DE CINEMA POR CLASSE SOCIAL

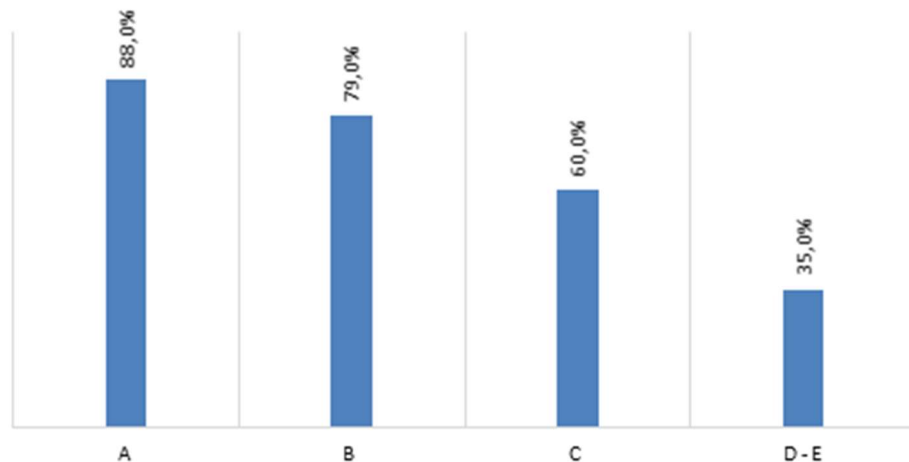


Fontes: Pesquisa Cultura nas Capitais, 2017; Censo 2010; ABEP (Critério Brasil, 2018).

* Foram ao cinema ao menos uma vez, nos últimos 12 meses.

Analisando os dados a partir da proporção dos respondentes que frequentam cinema, por corte de renda, observa-se que a propensão a consumir aumenta à medida que a renda aumenta. A proporção de frequentadores de cinema das classes ‘D’ e ‘E’, é inferior em 53 pontos percentuais à proporção observada na classe ‘A’.

GRÁFICO 2 - PROPORÇÃO DO PÚBLICO FREQUENTADOR DE CINEMA POR RENDA - 2017



Fonte: Pesquisa Cultura nas Capitais, 2017.

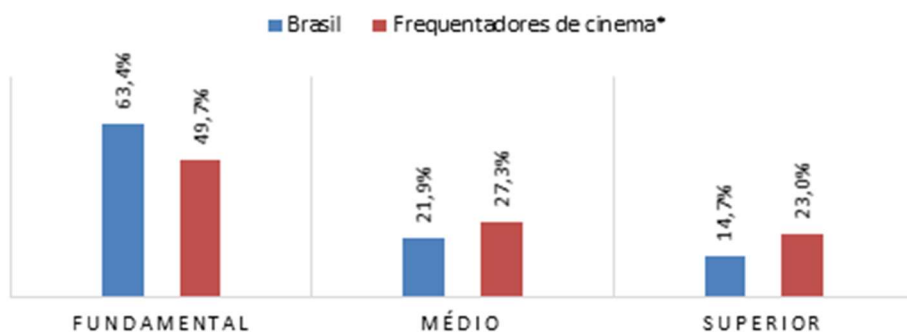
Considerando-se a **escolaridade**, observa-se concentração do consumo de cinema junto à população com nível médio e superior, comparativamente à distribuição da população total. Também vale destacar que a maior parte do público frequentador de salas de cinema é composto por crianças e jovens. Tendo em conta apenas a população adulta, o descolamento entre a proporção da população total e o público frequentador de cinema, com ensino fundamental, seria ainda maior.

A correlação entre nível de escolaridade e renda explica, em parte, esse padrão nas distribuições. Outra parte da explicação parece estar na própria relação entre desenvolvimento do capital humano e demanda por cultura. Segundo LAREAU e HORVAT (1999), o consumo de cultura estimula a educação ao elevar a percepção das pessoas em relação aos seus benefícios.

Para MARSHALL (1982), e STIGLER e BECKER (1977), a demanda por cultura possui um componente inercial, de modo que o consumo passado aumenta a probabilidade de consumo no futuro. Isto se dá porque a satisfação resultante consumo de bens culturais (utilidade marginal) aumenta à medida em que se

desenvolve a habilidade de apreciá-la, que, por sua vez, depende do consumo passado. A ação conjunta desses dois fenômenos poderia ajudar a explicar a forte correlação, comumente observada em estudos empíricos, entre nível de escolaridade e consumo de bens culturais.

GRÁFICO 3 - DISTRIBUIÇÃO DA POPULAÇÃO E DO PÚBLICO FREQUENTADOR DE CINEMA POR ESCOLARIDADE

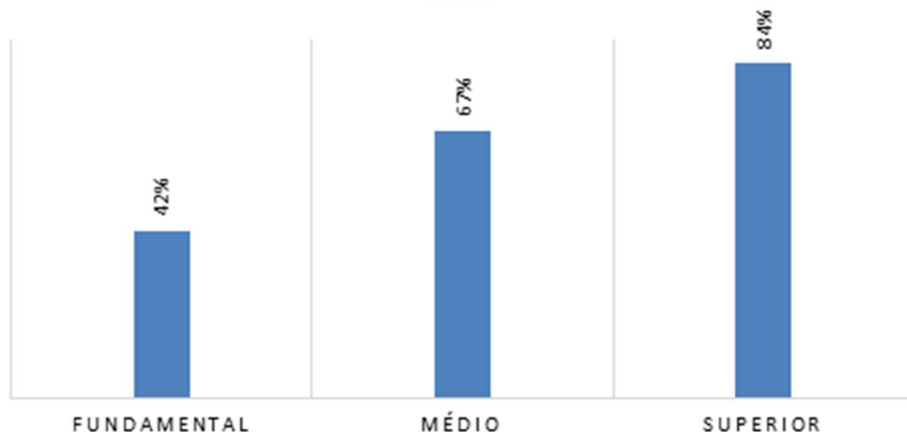


Fontes: Pesquisa Cultura nas Capitais, 2017; Censo 2010.

* Foram ao cinema ao menos uma vez, nos últimos 12 meses.

A relação entre nível de escolaridade e consumo de cinema pode ser observada no gráfico abaixo. Enquanto 42% dos respondentes da pesquisa, que tinham ensino fundamental, foram ao cinema ao menos uma vez nos últimos 12 meses, esse percentual dobra (84%) quando observamos os dados sobre respondentes com nível superior.

GRÁFICO 4 - PROPORÇÃO DO PÚBLICO FREQUENTADOR DE CINEMA POR ESCOLARIDADE - 2017

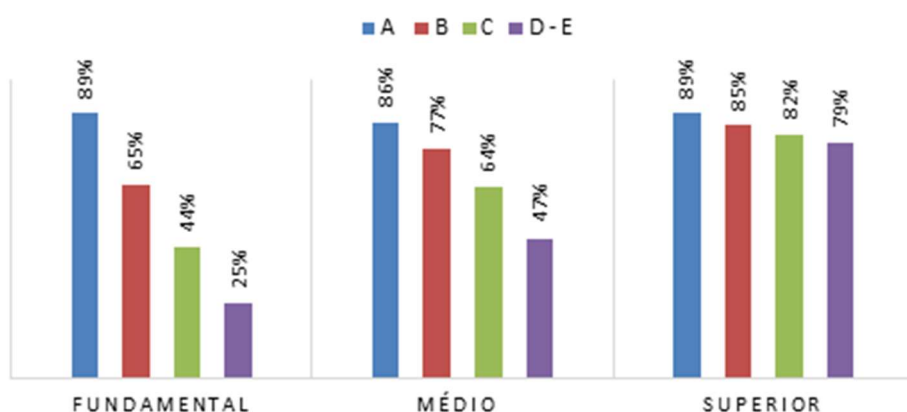


Fonte: Pesquisa Cultura nas Capitais, 2017.

Cruzando dados de renda e escolaridade, percebe-se que a dispersão no consumo por nível de escolaridade é maior, quanto menor for a renda familiar. Nas classes 'D' e 'E', a diferença no consumo de cinema por nível de educação é muito maior do que na classe 'A'. Os melhores indicadores de consumo estão, em primeiro lugar, com aqueles que integram a classe 'A', e, na sequência, entre a população com ensino superior.

Os dados sugerem que a educação é possivelmente a variável isolada mais importante para explicar as diferenças no indicador de consumo de cinema. Excetuando-se a classe 'A', que apresenta alta proporção de consumo de cinema, independentemente do nível de escolaridade, os respondentes com nível superior foram os que tiveram as maiores proporções de consumidores de cinema.

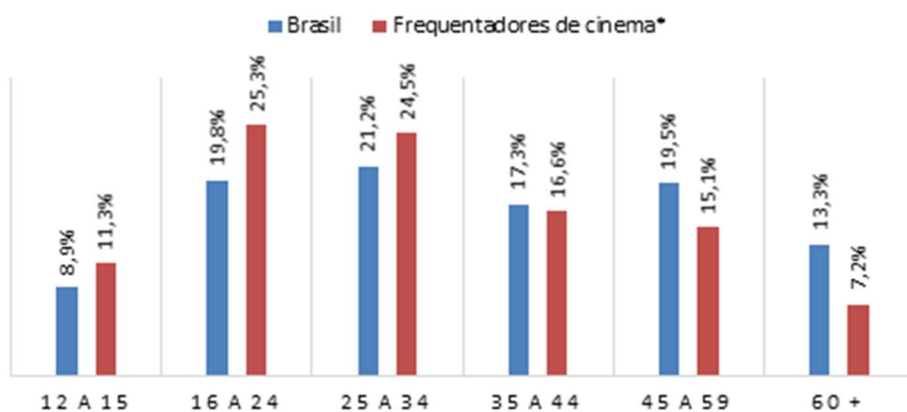
GRÁFICO 5 - PROPORÇÃO DO PÚBLICO FREQUENTADOR DE CINEMA POR RENDA E ESCOLARIDADE - 2017



Fonte: Pesquisa Cultura nas Capitais, 2017.

Partindo para os dados de **faixa etária**, observa-se que a proporção de consumidores de cinema supera a proporção da população total, nos grupos de idade de 12 a 34 anos. No grupo de 35 a 44 anos as duas proporções são equivalentes, e para os grupos com idade igual ou superior a 45 anos a proporção de consumidores de cinema é inferior à proporção da população total. Os dados indicam que o consumo de cinema cai à medida que a população envelhece.

GRÁFICO 6 - DISTRIBUIÇÃO DA POPULAÇÃO E DO PÚBLICO FREQUENTADOR DE CINEMA POR FAIXA ETÁRIA

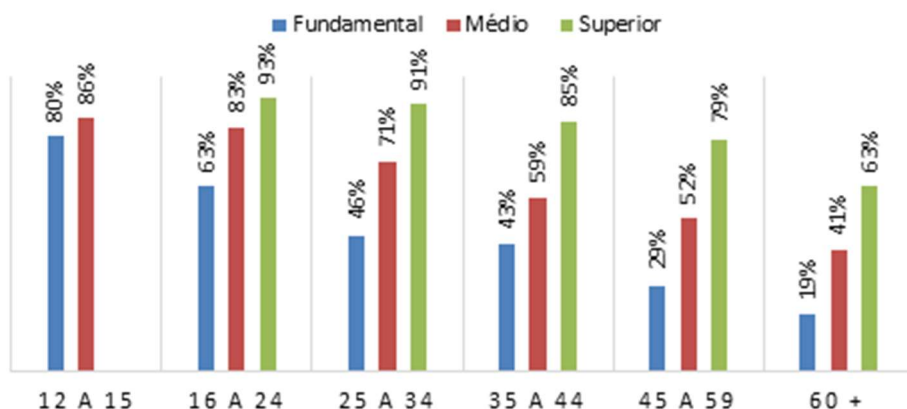


Fontes: Pesquisa Cultura nas Capitais, 2017; Censo 2010.

* Foram ao cinema ao menos uma vez, nos últimos 12 meses.

Percebe-se que a tendência à queda do consumo de cinema em função da idade permanece, ainda que se estratifiquem os dados por nível de escolaridade. As trajetórias, no entanto, são diferentes. A queda no consumo de cinema em função da idade ocorre num ritmo menor, para quem tem nível superior. Na outra ponta, o ritmo de redução mais forte ocorre no grupo com nível fundamental.

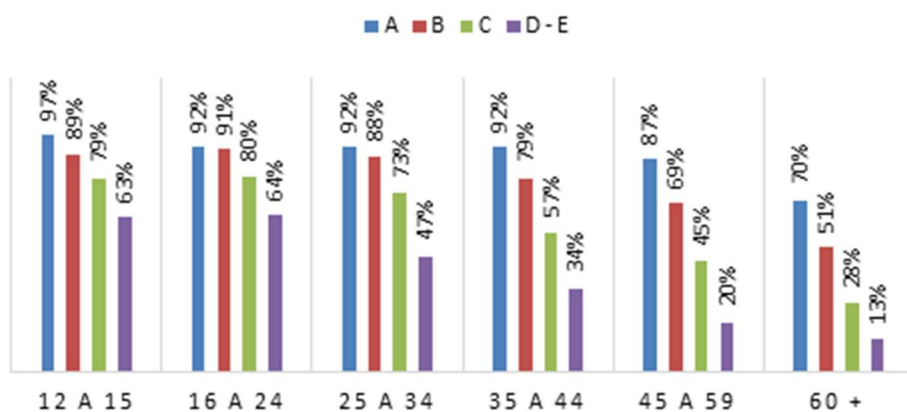
**GRÁFICO 7 - PROPORÇÃO DO PÚBLICO
FREQUENTADOR DE CINEMA POR FAIXA ETÁRIA E
ESCOLARIDADE - 2017**



Fonte: Pesquisa Cultura nas Capitais, 2017.

A estratificação dos dados de faixa etária por renda mostra que há redução do consumo de cinema em função da idade, para todas as classes sociais. A classe ‘A’ é aquela que apresenta menor variação, com alto percentual de consumidores de cinema em todos os grupos idade até 59 anos, e alguma redução para o grupo com mais de 60 anos. A queda na proporção de consumidores é mais intensa nas classes ‘C’, ‘D’ e ‘E’.

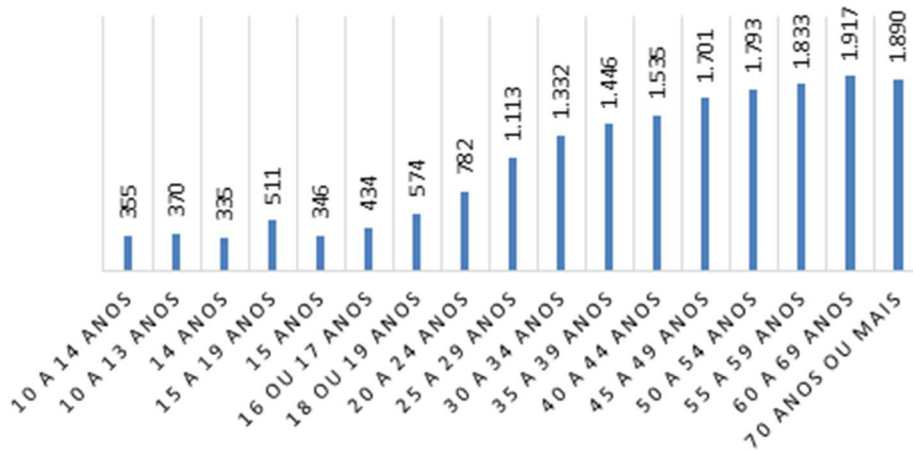
**GRÁFICO 8 - PROPORÇÃO DO PÚBLICO
FREQUENTADOR DE CINEMA POR FAIXA ETÁRIA E
RENDA - 2017**



Fonte: Pesquisa Cultura nas Capitais, 2017.

A redução do interesse em consumir cinema em função da idade, na maior parte dos casos, não é uma decisão baseada em critérios econômicos, uma vez que a renda tende a crescer à medida em que a idade avança.

GRÁFICO 9 - DISTRIBUIÇÃO DA POPULAÇÃO POR FAIXA ETÁRIA E RENDA* - 2010



Fonte: Censo 2010.

* Pessoas de 10 anos ou mais de idade com rendimento de trabalho, ocupadas na semana de referência.

Os dados analisados, de renda, escolaridade e faixa etária, parecem apontar para a **escolaridade** como a variável individual mais importante para explicar o consumo de cinema. Alta escolaridade, ainda que conjugada com baixos níveis de renda e maior idade, garantem alto nível de consumo desse bem cultural.

Observa-se forte relação entre **renda** e consumo de cinema. Em particular a classe 'A' apresenta alta propensão ao consumo de cinema, independente da escolaridade e idade. As classes 'C', 'D' e 'E', apresentam os níveis de consumo mais baixos, principalmente, quando conjugadas com baixa escolaridade e idade mais avançada. O consumo de cinema é impactado pela desigualdade de rendimentos presente no país. Isso pode ser explicado pelo fato de que o acesso ao cinema gera um custo ao consumidor, cujo impacto no orçamento está diretamente relacionado à sua renda.

Nesse aspecto, a política de meia-entrada, se focalizada em baixa-renda, teria o potencial de estimular a ampliação do consumo de cinema para parcela da população que, por restrições econômicas, enfrenta maiores barreiras ao consumo deste bem.

Os resultados acima se aplicam ao consumo de bens culturais em geral. PAGLIOTO e MACHADO (2012), analisando os dados da Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF), concluem que renda e escolaridade são os principais fatores associados ao perfil do consumidor de cultura fora do domicílio.

Por fim, a relação observada entre consumo de cinema e **idade** pode ser, em parte, explicada pela maior dificuldade de mobilidade, tanto física quanto comunicacional, sobretudo, para a parcela desta população com mais de 70 anos. Para os grupos com idade a partir de 25 anos, a redução do consumo de cinema talvez derive da redução do tempo livre destinado a atividades de lazer. Outra explicação possível para o menor interesse da população mais velha talvez resida nas próprias estratégias desta indústria em priorizar, por meio das temáticas e gêneros dos filmes, o público mais jovem.

Cumprе destacar que existem políticas públicas atuando para reduzir as barreiras de mobilidade tanto física[4] quanto comunicacional de acesso ao cinema. A ANCINE possui regulamento específico sobre promoção da acessibilidade visual e auditiva em salas de exibição[5].

2.5 O ALCANCE DA MEIA-ENTRADA EM RELAÇÃO À POPULAÇÃO BRASILEIRA

Como observado no item 2.3., existe um amplo conjunto de leis editadas pelos entes federativos brasileiros que tratam da concessão da meia-entrada e que, devido a esse alcance, englobam uma quantidade expressiva de perfis de beneficiários no país. Considerando apenas a Lei Federal sobre meia-entrada, Lei nº 12.933/2013, para cada hipótese de benefício, é possível identificar os seguintes números de beneficiários potenciais:

Tabela 2 - Meia-entrada: Hipóteses de benefício segundo a Lei nº 12.933/2013, e população beneficiada		
Hipótese de benefício	População	%
População que frequenta a escola (A)	59,6 milhões	31,2%
População com idade igual ou superior a 60 anos (A)	20,6 milhões	10,8%
População entre 15 e 29 anos, com baixa renda familiar, conforme a Lei nº 12.933/2013 (B)*	16,8 milhões	7,9%
População com deficiência visual, auditiva, motora ou mental severa (A)	12,5 milhões	6,7%

Fontes: (A) Censo 2010; (B) CECAD 2.0, 2020.

* A população encontrada, de 16.763.951, não inclui as pessoas com 15 anos em razão dos critérios de divisão por faixa etária da base. A faixa etária de 25 a 34 foi dividida por dois para se obter a estimativa de faixa etária de 25 a 29. Segundo projeção do IBGE para 2020, a população atual é de aproximadamente 211 milhões.

Ressalta-se que não é possível somar as populações das quatro hipóteses de benefício da tabela anterior porque uma parcela da população tem o direito à meia-entrada legal por meio de duas ou mais hipóteses de enquadramento. Por isso, é necessário excluir as situações de duplicidade. Abaixo é apresentada uma estimativa aproximada deste contingente. Sublinha-se também que, como foram empregadas bases de dados diferentes e de diversas estimativas, o resultado não pode ser interpretado como um valor exato, mas sim como uma ordem de grandeza que auxiliar a visualização do alcance potencial desta legislação.

Tabela 3 - Estimativa da população que atende às hipóteses de benefício à meia-entrada previstas na Lei nº 12.933/2013

Hipótese de benefício	População	%
População que frequenta a escola (A)	59,6 milhões	31,2%
População com idade igual ou superior a 60 anos (B)	20,6 milhões	10,8%
- <u>População que frequenta a escola, com mais de 60 anos (AÇB)</u>	<u>594 mil</u>	<u>0,3%</u>
População com deficiência visual, auditiva, motora ou mental severa (C)	12,5 milhões	6,7%
- <u>População que frequenta a escola, com deficiência* (AÇC)</u>	<u>2,0 milhões</u>	<u>1,1%</u>
- <u>População com mais de 60 anos, com deficiência* (BÇC)</u>	<u>3,6 milhões</u>	<u>1,9%</u>
- <u>População que frequenta a escola, com mais de 60 anos, com deficiência* (AÇB ÇC)</u>	<u>130 mil</u>	<u>0,1%</u>
População entre 15 e 29 anos, com baixa renda familiar, conforme a Lei nº 12.933/2013 (D)**	16,8 milhões	7,9%
- <u>População que frequenta a escola, jovem de baixa renda* (AÇD)</u>	<u>6,3 milhões</u>	<u>3,1%</u>
- <u>População com deficiência, jovem de baixa renda* (CÇD)</u>	<u>197 mil</u>	<u>0,1%</u>
- <u>População que frequenta a escola, com deficiência, jovem de baixa renda* (AÇCCD)</u>	<u>65 mil</u>	<u>0,0%</u>
Soma (A+B+C+D)	109,4 milhões	
Duplicidades [(AÇB)+(AÇC)+(BÇC)+(AÇB ÇC)+(AÇD)+(CÇD)+(AÇCCD)]	12,8 milhões	
População Total Líquida	96,6 milhões	50,6%** *

Fontes: Censo 2010; CECAD 2.0, 2020, para dados sobre jovens de baixa renda

* Valores estimados; ** A população encontrada, não inclui as pessoas com 15 anos em razão dos critérios de divisão por faixa etária da base. A faixa etária de 25 a 34 foi dividida por dois para se obter a estimativa de faixa etária de 25 a 29. Segundo projeção do IBGE para 2020, a população atual é de aproximadamente 211 milhões; *** Com base na população total do censo 2010.

A Lei nº 12.933/2013 alcança aproximadamente metade da população brasileira, e, em número de potenciais beneficiários, trata-se da maior política de incentivo ao consumo de cultura existente no Brasil. Destaca-se que esta estimativa não leva em conta o benefício concedido ao acompanhante da pessoa com deficiência, nos casos em que sua presença é necessária, não contabiliza nenhuma das hipóteses de benefício adicionais, previstas nas legislações estaduais ou municipais, e também não inclui as pessoas beneficiadas por meia-entrada promocional.

O real contingente de pessoas que possui algum benefício para acesso ao cinema é, portanto, superior à metade da população brasileira, o que pode explicar o percentual de 80% de ingressos

comercializados com algum tipo de meia-entrada, em 2019[6]. Pontua-se que serão discutidos adiante os efeitos de uma política de meia-entrada com público-alvo tão abrangente.

A título de comparação, importante o observar o conjunto de beneficiários de outras políticas públicas voltadas à inclusão e a ampliação de acesso a direitos. O programa Bolsa Família[7] contava, em setembro de 2018, com 13,8 milhões de beneficiários, correspondendo a um total de aproximadamente 43 milhões de pessoas diretamente afetadas pelo programa[8], 53,6 milhões a menos do que a estimativa para as hipóteses de benefício previstas na Lei nº 12.933/2013. O Vale-Cultura[9] alcançou, em 2014, 366 mil beneficiados. Em 2017, com o fim do benefício fiscal associado, contava com apenas 16 mil beneficiados[10].

2.6 A UTILIZAÇÃO DA MEIA-ENTRADA NAS SALAS DE CINEMA DO PAÍS

Após essa análise do alcance da política de meia-entrada, sobretudo, quanto ao perfil da população elegível pela legislação em vigor, serão abordados nesse tópico os impactos nas bilheterias das salas de cinema no país. Para isso, foram utilizados dados do Sistema de Controle de Bilheteria (SCB), informados diretamente pelos exibidores. O manual do Sistema de Controle de Bilheteria – SCB[11] apresenta, em seu Anexo II, as categorias possíveis de ingressos a serem declaradas em cada sessão cinematográfica:

Quadro 4

Categorias de Ingressos		
Código	Nome	Descrição
01	Inteira	Bilhetes vendidos ao preço normal praticado na sessão para cada tipo de assento, sem descontos.
02	Meia-entrada	Bilhetes vendidos à metade do preço inteiro, por imposição da legislação, seja para estudantes ou não estudantes
03	Cortesia	Bilhetes oferecidos gratuitamente ao espectador.
04	Promocional	Bilhetes vendidos com desconto para grupos especiais de espectadores, inclusive aqueles com desconto de 50% que não se trate da meia-entrada obrigatória por lei.

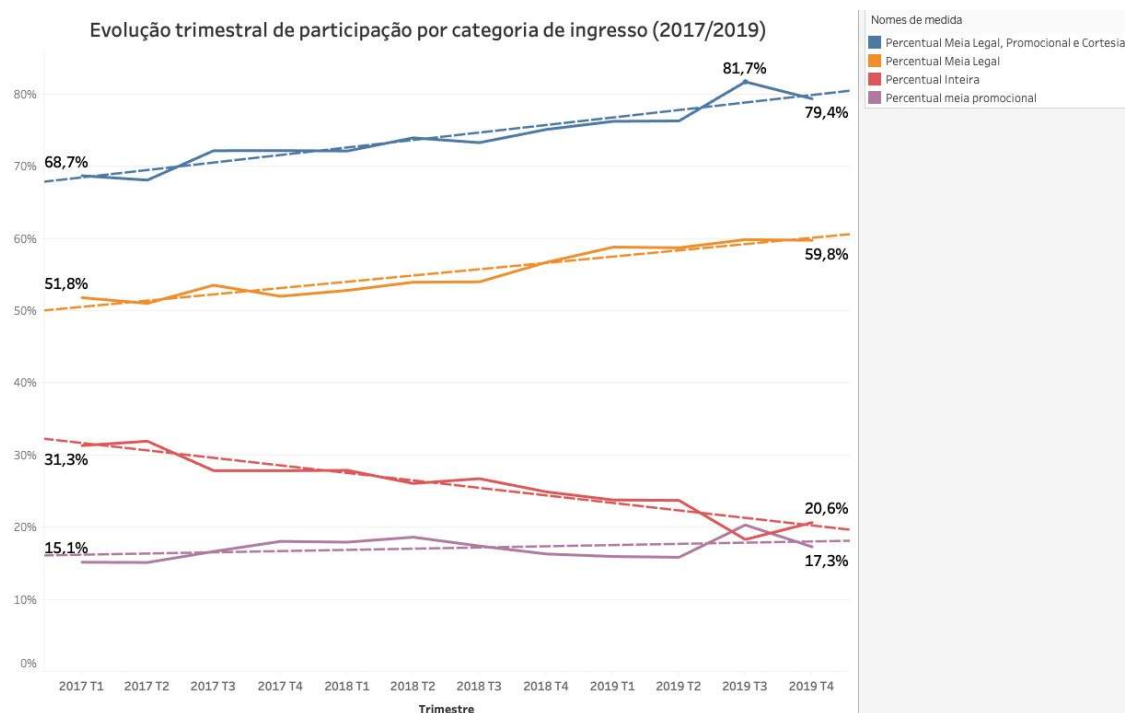
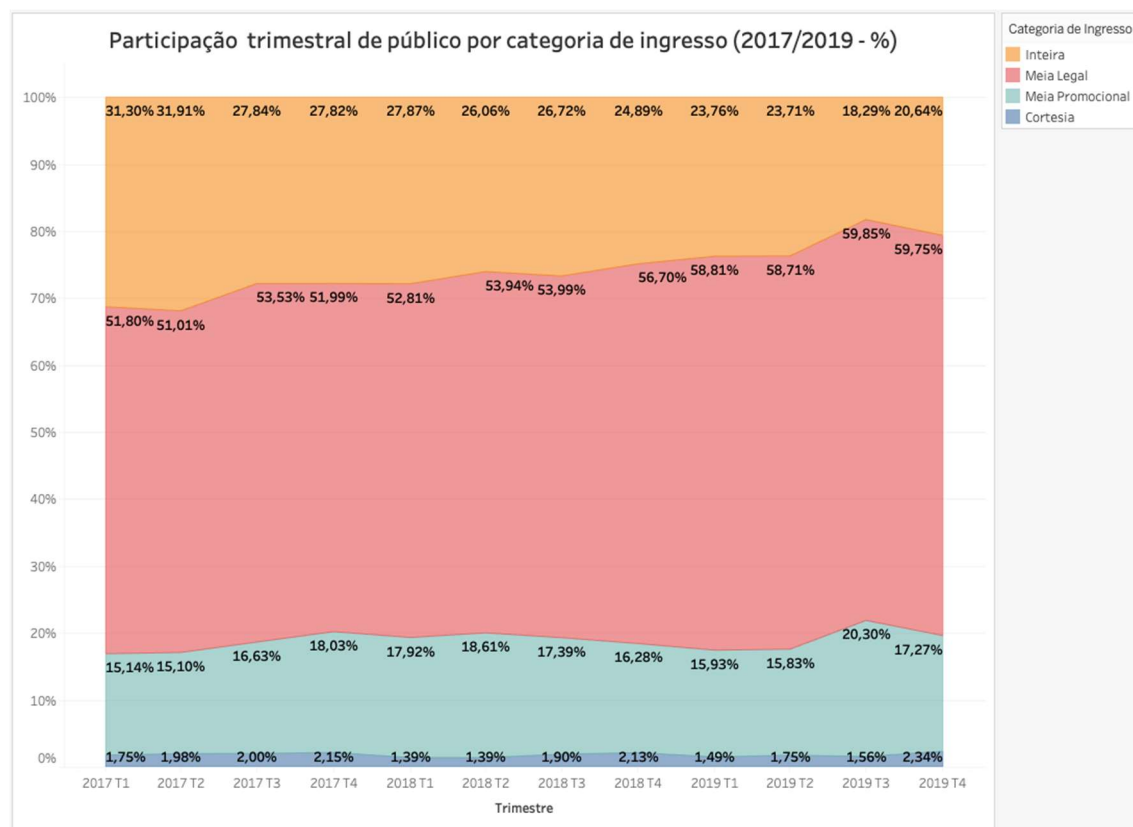
Para efeito didático, na próxima seção desta AIR, dados de código 04 serão designados como “meia promocional”, categoria na qual são declarados os bilhetes promocionais vendidos decorrentes de parcerias comerciais de grupos exibidores, cujo desconto é o de aproximadamente 50% em relação ao ingresso vendido na categoria “inteira”. Por paralelismo, dados de código 02 serão designados como “meia legal”, categoria na qual são declarados os ingressos vendidos com desconto previsto em lei (federal, estadual ou municipal).

Os dados de ingressos declarados com os códigos 01 e 03 terão as seguintes designações “inteira” e “cortesia”, respectivamente. Sobre o último, resta informar que se trata de ingressos disponibilizados gratuitamente por distribuidores ou exibidores, isto é, não tem nenhuma informação de renda e, por isso, serão desconsiderados nos cálculos de preço médio do ingresso.

2.6.1 CENÁRIO GERAL

A análise da relação entre as diferentes categorias de ingresso sobre o total de ingressos vendidos nas salas de cinema do país, evidencia a tendência de que a categoria “inteira” vem perdendo participação no período de 2017 até o final de 2019.

Gráfico 10

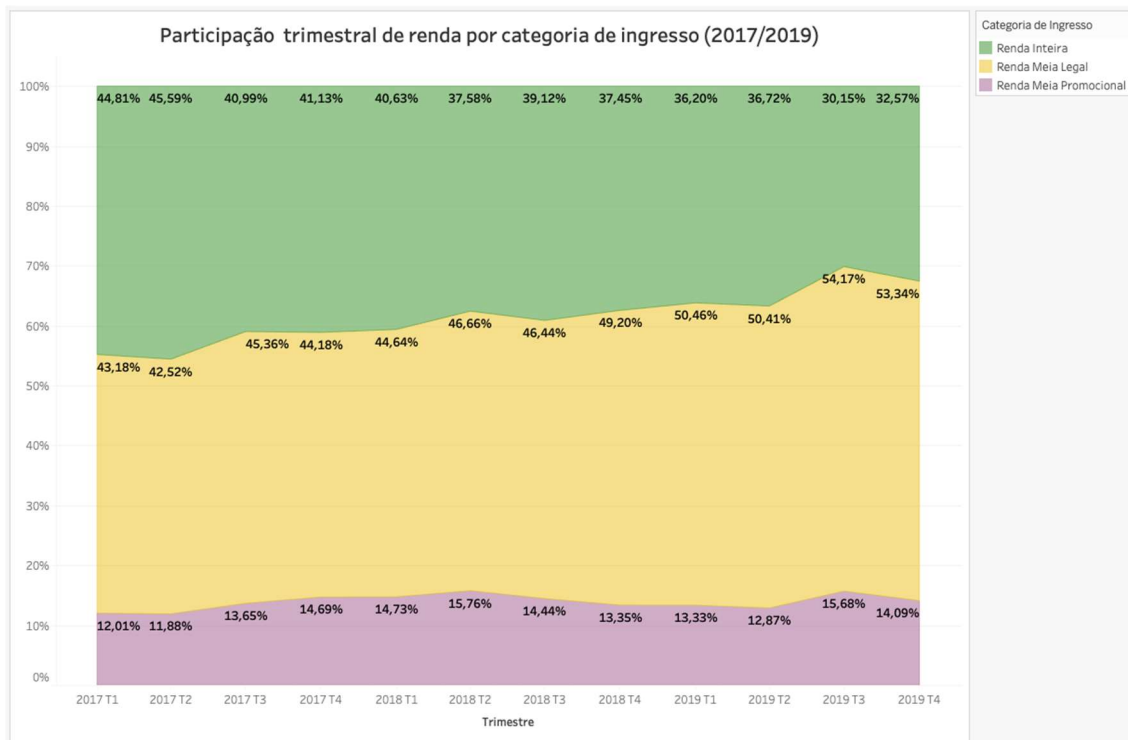


Fonte: SCB/ANCINE

No começo de 2017, os ingressos da categoria “inteira” correspondiam a 31,3% de todos os ingressos vendidos, ao passo que no penúltimo trimestre de 2019 essa categoria representou apenas 18,2% dos ingressos totais, representando o menor índice neste período. Ou seja, no final de 2019 aproximadamente 80% dos ingressos vendidos nos cinemas brasileiros pertenciam às categorias “cortesia” (2,34%), ou Meia-entrada, tanto legal (59,75%) quanto promocional (17,27%).

Em termos de renda auferida, embora os percentuais sejam maiores, já que o preço médio da “inteira” é, em geral, o dobro do da meia-entrada, o mesmo movimento pode ser observado.

Gráfico 11

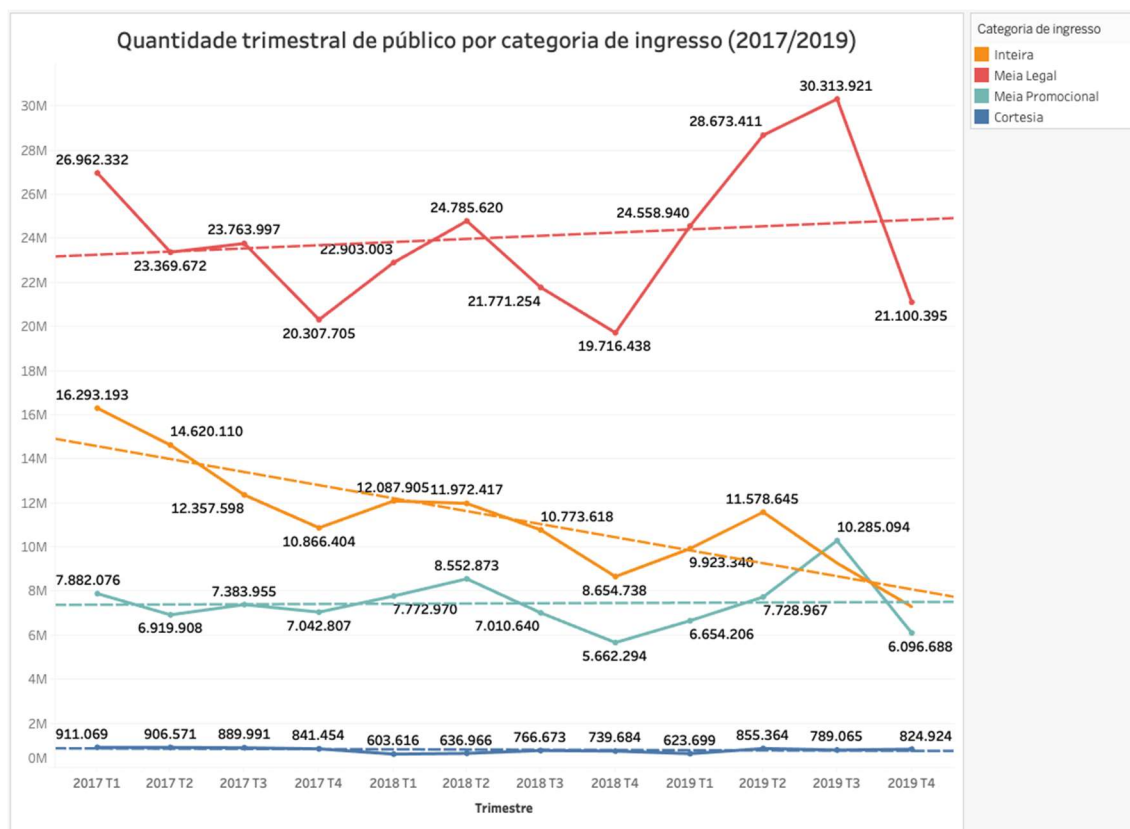


Fonte: SCB/ANCINE

Enquanto no começo de 2017 a venda dos ingressos da categoria “inteira” correspondia a quase metade da renda dos cinemas (44,8%). No final de 2019, a mesma categoria foi responsável por aproximadamente 30% da renda dos exibidores.

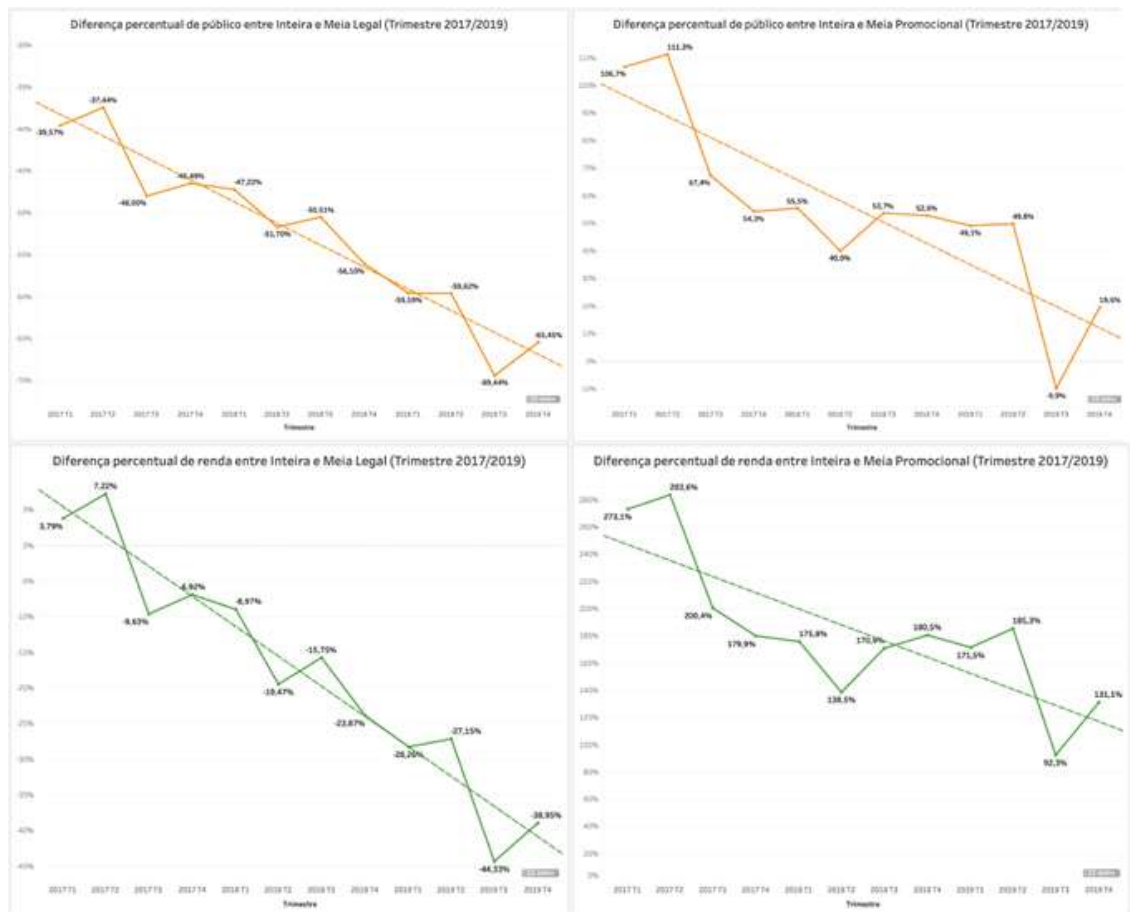
Em números absolutos de ingressos vendidos, a tendência se repete. O gráfico abaixo demonstra que a categoria “meia promocional” tende a ultrapassar a categoria “inteira” em ingressos totais vendidos. Além disso, demonstra que a categoria “meia legal” corresponde a mais ingressos do que todas as demais categorias somadas.

Gráfico 12



Fonte: SCB/ANCINE

Gráfico 13



Fonte: SCB/ANCINE

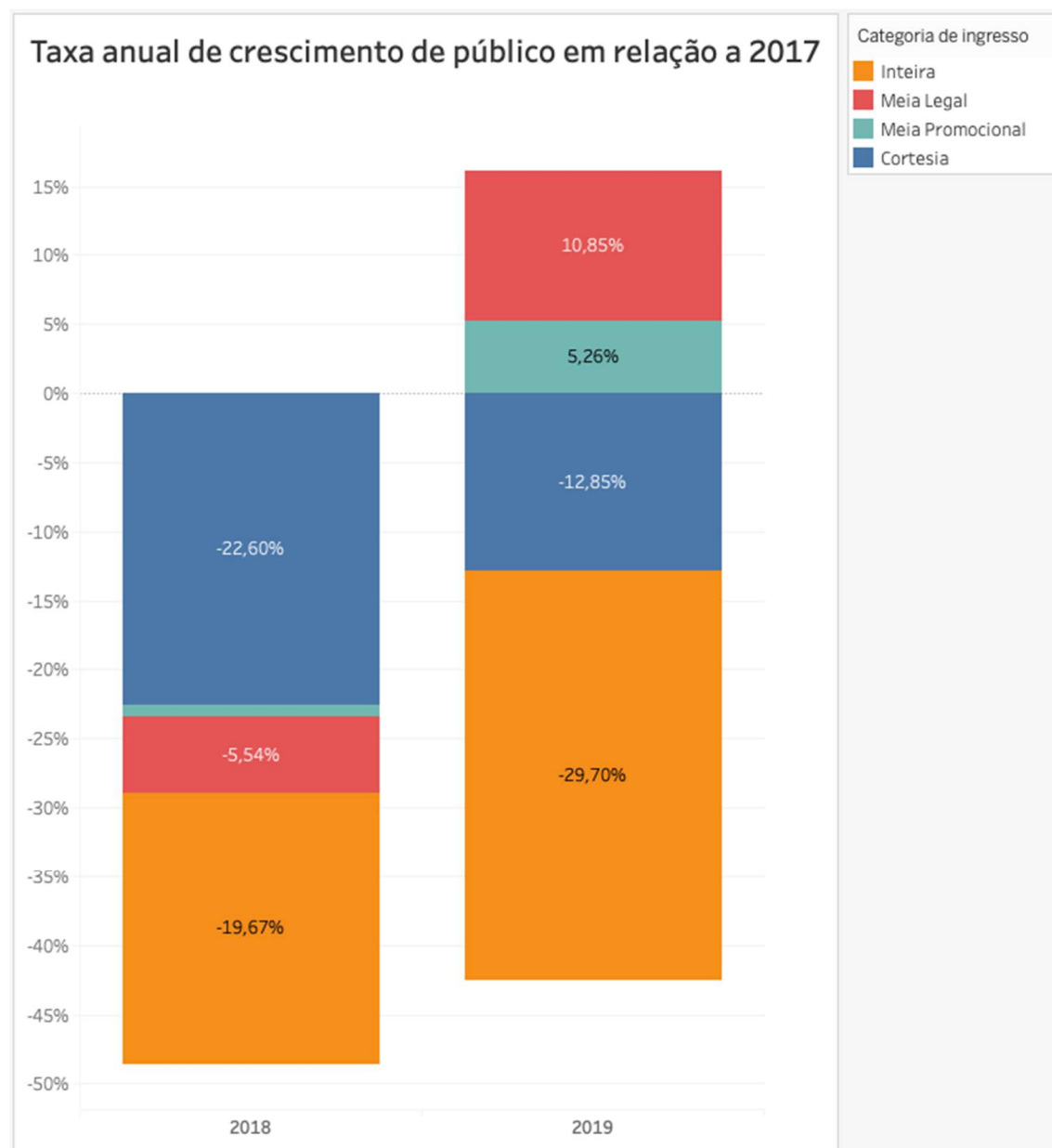
A diferença percentual entre a categoria de ingresso “inteira” e as categorias de “meia-entrada” tem apresentado uma forte tendência de queda a favor das “meias-entradas”, o que pode indicar um movimento de substituição. Nota-se que os usuários de cinema no Brasil têm comprado mais ingressos das categorias de meia-entrada - seja promocional, seja legal - e, por consequência, adquirido menos ingressos da categoria “inteira”.

Essa proporção que em renda já foi de 283,6% em relação a “meia promocional”, no final de 2019 alcançou 92,3%. Ou seja, se em 2017 a renda da categoria inteira era quatro vezes maior do que renda auferida pela categoria meia promocional, no final de 2019 essa diferença caiu quase 200 pontos percentuais. Em relação à “meia legal”, em 2017, para cada ingresso do tipo “inteira” vendido, foram comercializados 1,6 ingressos de “meia legal”. Em 2019, isso se amplia e para cada ingresso de “inteira” foram vendidos 3,03 ingressos do tipo “meia legal”.

2.6.2 TAXA DE CRESCIMENTO

Comparativamente a 2017, a taxa de crescimento anual de público para 2018 demonstra uma queda geral na venda de ingressos no setor, e para 2019 sugere que o crescimento foi sustentado pela venda de “meias-entradas”, tanto legal, quanto promocional.

Gráfico 14

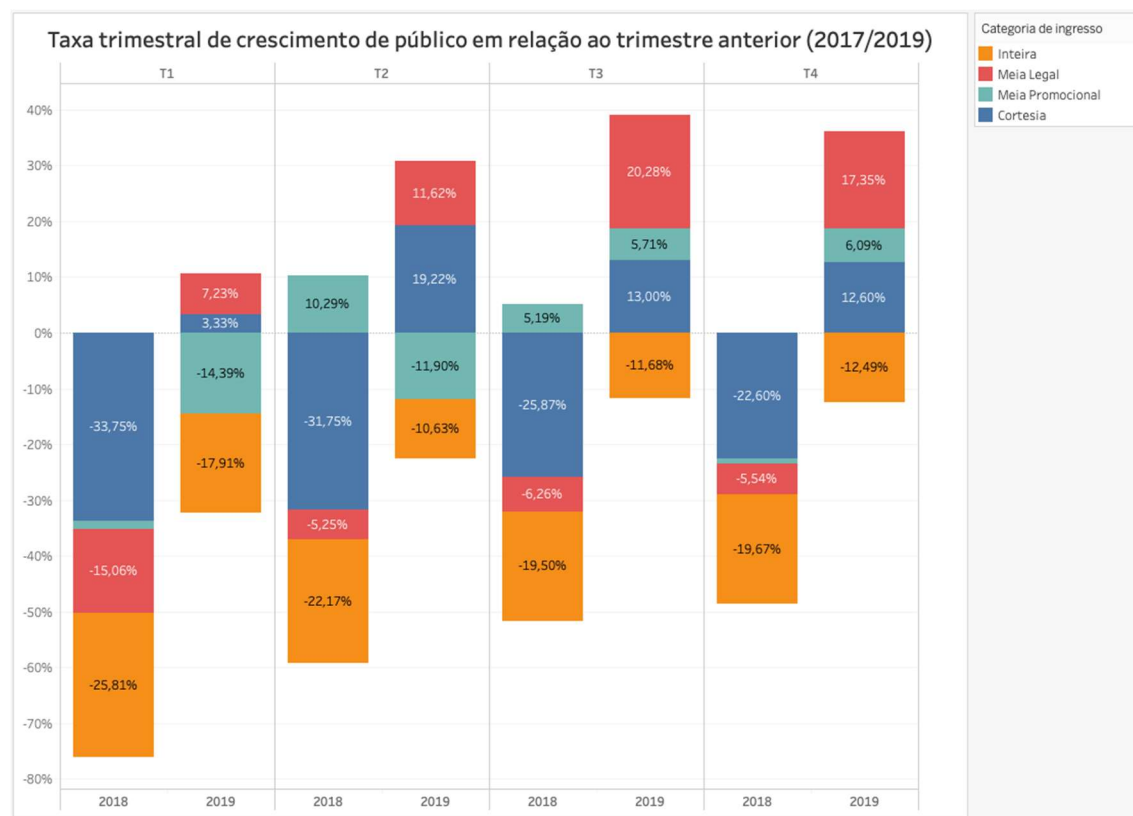


Fonte: SCB/ANCINE

Como pode ser observado no gráfico acima, o ano de 2018 apresentou queda na quantidade de ingressos vendidos em todas as categorias, entretanto, as menores quedas observadas foram nas categorias de “meia-entrada” legal e promocional. De modo distinto, no ano de 2019 enquanto as categorias “inteira” e “cortesia” apresentaram queda no número de ingressos, comparativamente ao ano de 2017, as categorias de “meia-entrada” (legal e promocional) tiveram aumento no número de ingressos vendidos.

Uma comparação trimestre a trimestre, entre os anos de 2018 e 2019, atenua eventuais ocorrências sazonais, e pode demonstrar que as categorias de ingresso de “meia legal” e de “meia promocional” se ampliam, comparativamente às demais, e que suas taxas positivas de 2019 superam os números negativos de 2018.

Gráfico 15

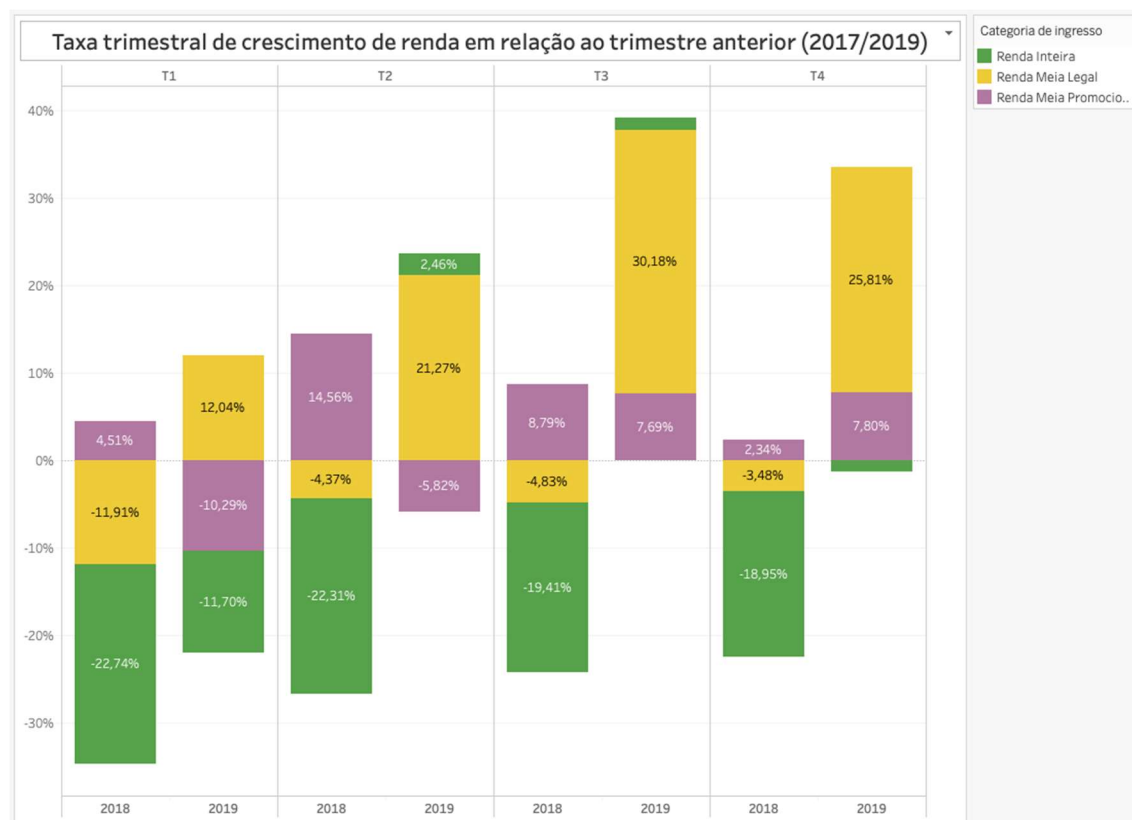


Fonte: SCB/ANCINE

Diante dos dados apurados, é possível observar a resiliência dos patamares de venda de “meia promocional”, que, embora, não performe taxas de crescimento de público tão expressivas quanto a “meia legal” no ano de 2019, manteve-se em dois trimestres de 2018 com taxas positivas, fato não observável para as demais categorias de ingresso.

Análise que é corroborada ao se observar a taxa de crescimento nominal de renda, que mostra a categoria de meia promocional com taxas positivas em todos os trimestres de 2018 em relação aos mesmos trimestres do ano anterior, mesmo nos trimestres em que teve um crescimento negativo em número de ingressos. É possível que esse seja um efeito do dinamismo de preço nessa categoria, que não está vinculado a 50% da inteira, permitindo ao exibidor a estabelecer políticas de preço que compensem situações econômicas frágeis ou safras menos competitivas de filmes.

Gráfico 16

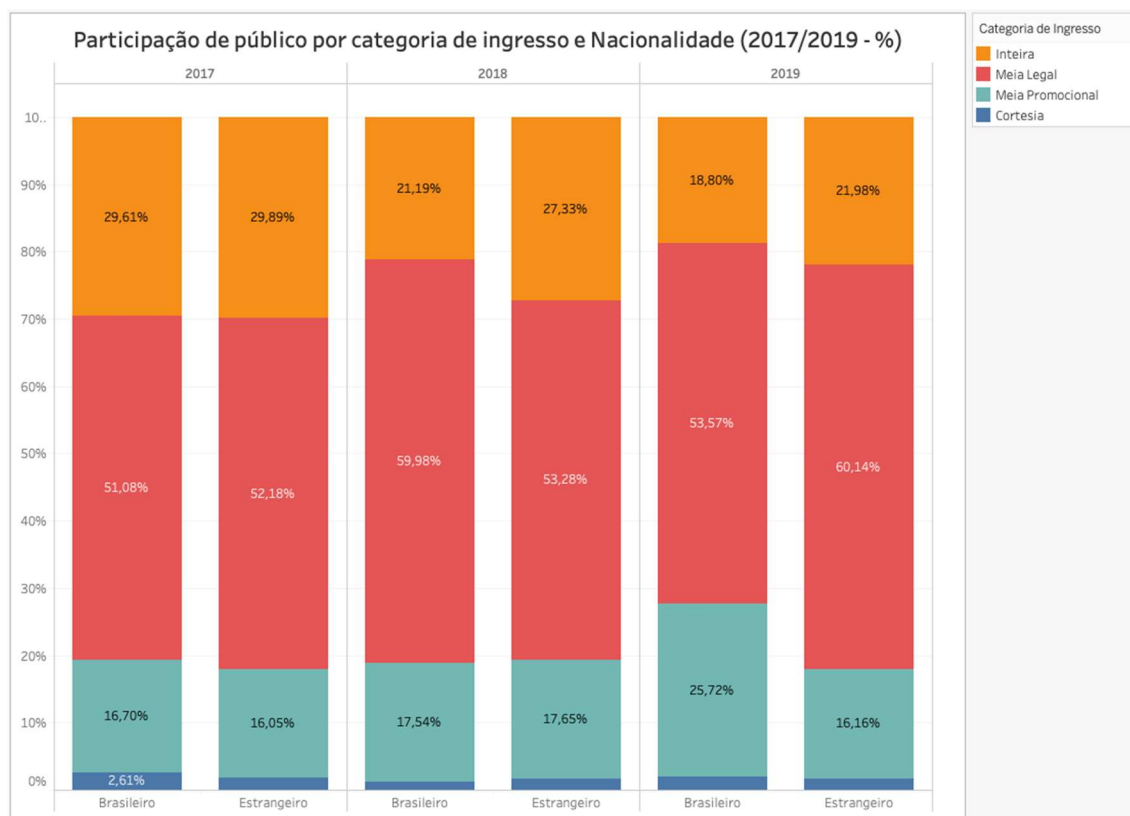


Fonte: SCB/ANCINE

2.6.3 ANÁLISE DOS RESULTADOS DE FILMES BRASILEIROS SEGUNDO CATEGORIA DE INGRESSOS

Não foram observadas variações significativas na dinâmica de comercialização de ingressos nas categorias de “meias-entradas” segundo o país de origem da obra audiovisual. Em 2018, os patamares de ingressos de “meia legal” dos filmes nacionais ficaram aproximadamente seis pontos percentuais acima dos de filmes estrangeiros. Por outro lado, em 2018, os patamares de ingressos de “inteira” para filmes brasileiros foram menores daqueles vendidos para filmes estrangeiros. Em 2019, essa diferença se manteve, mas a compensação foi igualmente distribuída entre a categoria “inteira” e a categoria “meia promocional”.

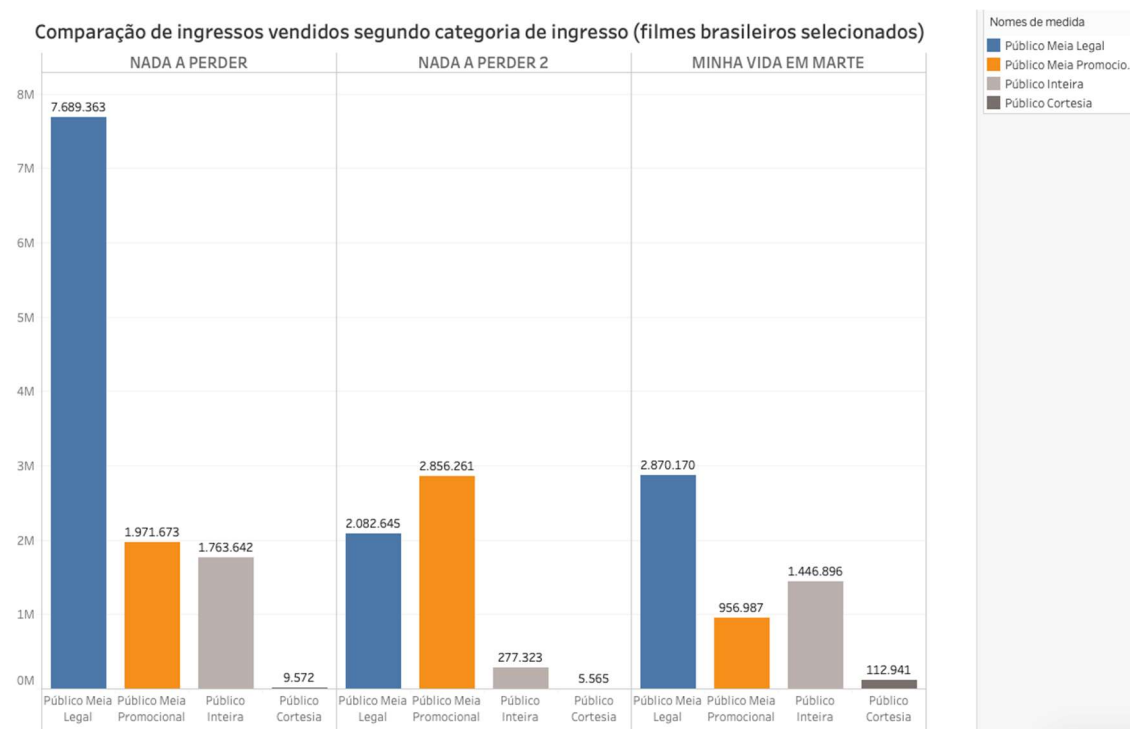
Gráfico 17



Fonte: SCB/ANCINE

Esse resultado, aparentemente atípico na categoria de “meia promocional” para filmes brasileiros, em 2019, pode ser explicado pelo resultado do filme brasileiro *Nada a Perder 2*. Os filmes lançados em parceria com a Record TV contam com uma ampla estratégia de acesso a esse conteúdo baseada na distribuição de ingressos promocionais.

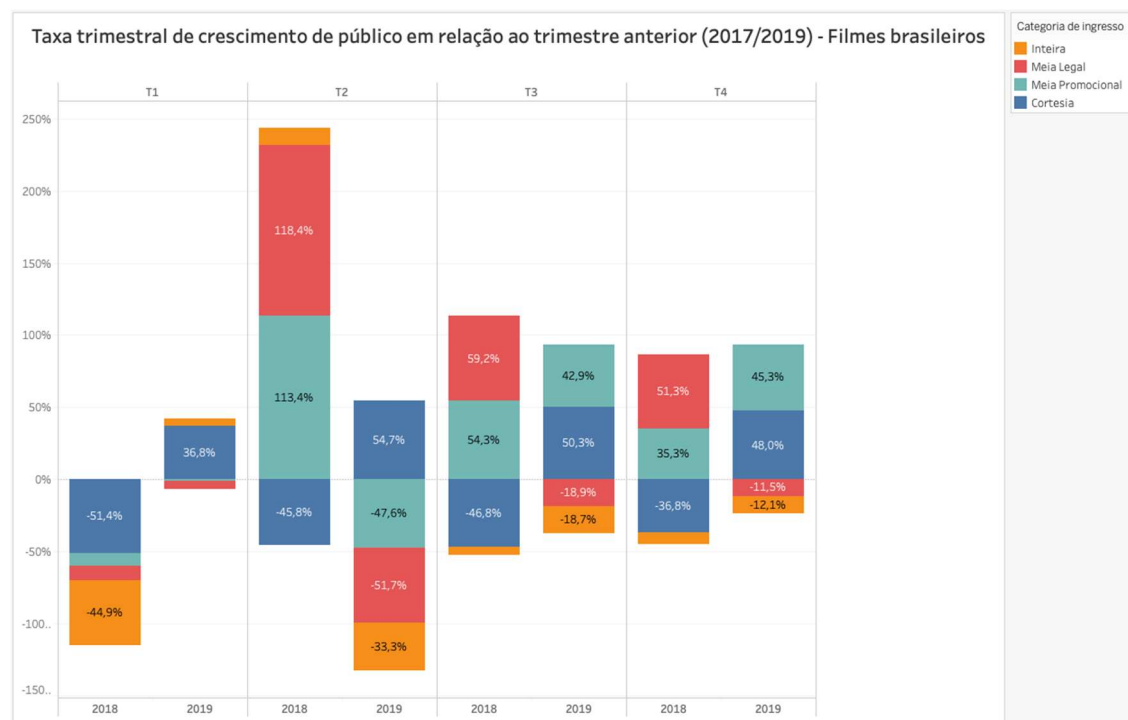
Gráfico 18



Fonte: SCB/ANCINE

A proporção de ingressos da categoria “meia promocional” do filme *Nada a Perder 2* é significativamente maior do que o filme *Nada a Perder*, que por sua vez, apresenta números consideravelmente maiores comparativamente a outro grande lançamento nacional do período, *Minha Vida em Marte*. Essa dinâmica típica do mercado brasileiro será importante para entender variações bruscas do PMI demonstradas adiante.

Gráfico 19

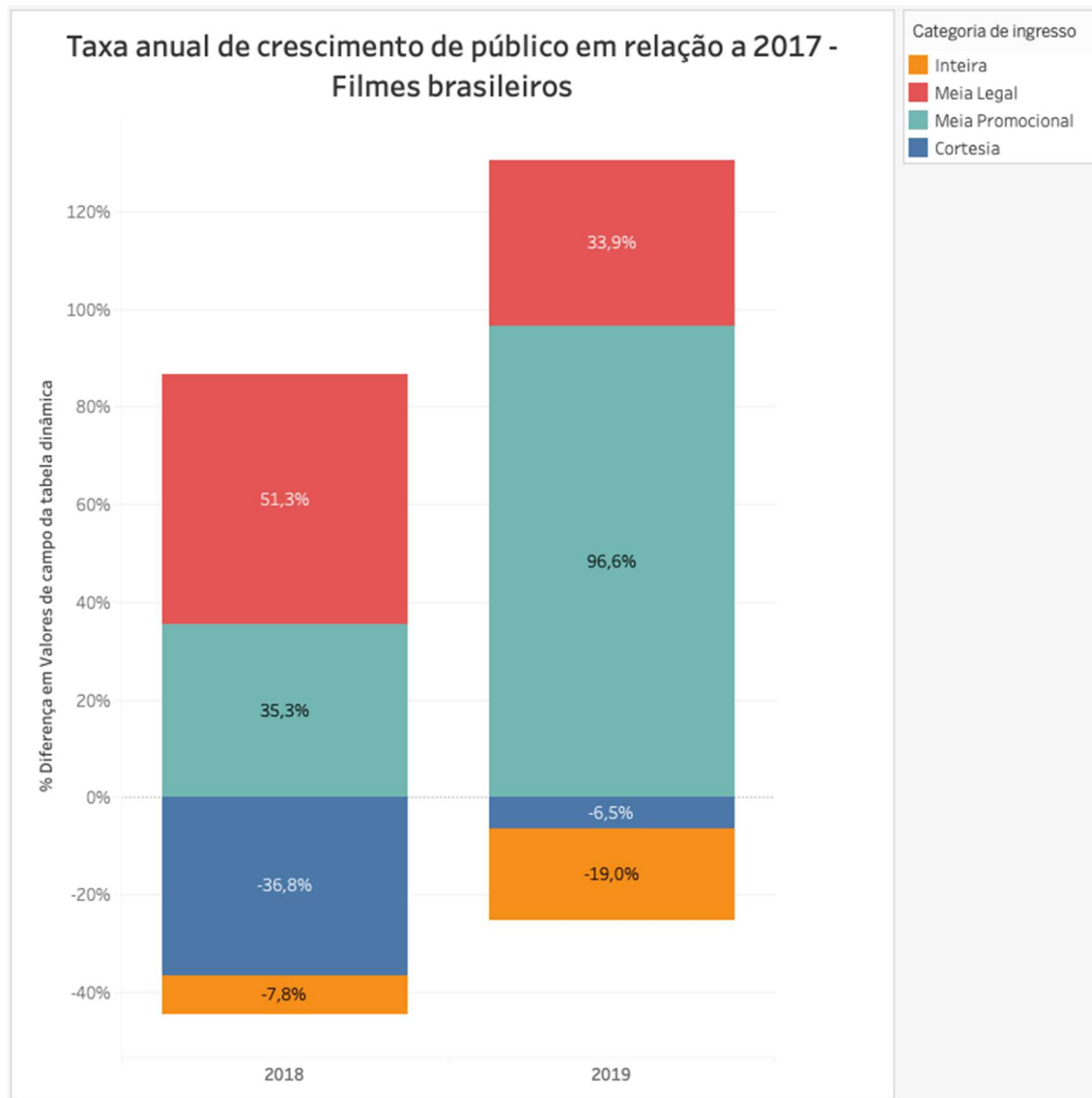


Fonte: SCB/ANCINE

Sobre a taxa de crescimento dos filmes brasileiros, de acordo com a categoria de ingresso, observa-se que o ano de 2018 apresentou dados positivos. Como foi explicado, anteriormente, esse resultado é efeito direto do lançamento do filme *Nada a Perder*, que foi lançado no primeiro final de semana do segundo trimestre, explicando o seu resultado positivo em todas as categorias, com exceção da de “cortesia”.

Ademais, destaca-se que os ingresso de “meias-entradas” apresentam maior ocorrência de resultados positivos quando comparados aos resultados alcançados pela categoria “inteira”, a qual performa positivamente em apenas dois trimestres (2º trimestre de 2018 e no 1º trimestre de 2019), e, por outro lado, obtém resultados inexpressivos, nos demais trimestres de 2018 e 2019. Já as categorias de “meias-entradas” somadas apresentam nove trimestres positivos, muitos dos quais com valores acima de 40% de crescimento. Os resultados anualizados, em relação a 2017, demonstra diferenças de performance mais evidentes para as “meias-entradas”.

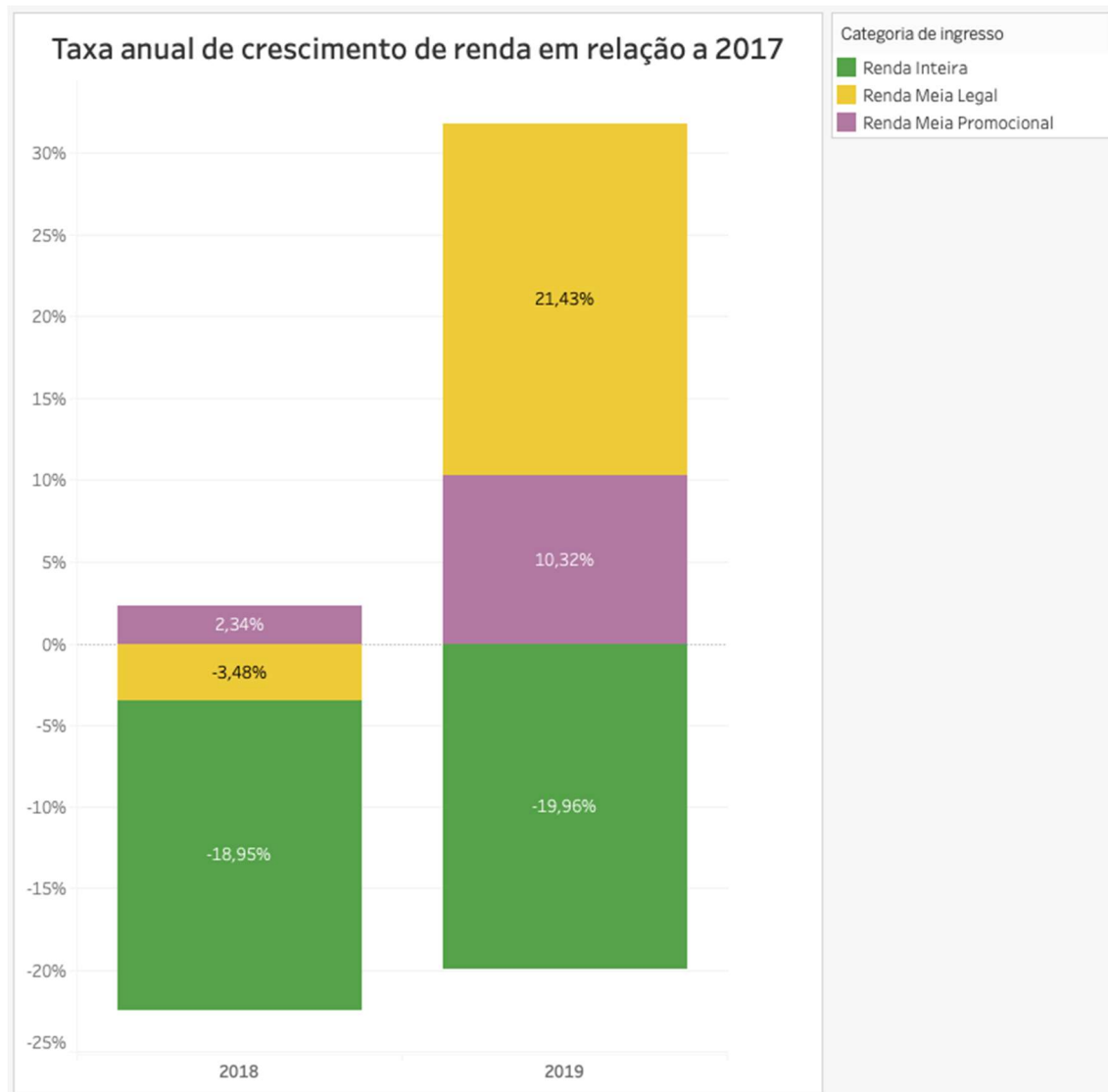
Gráfico 20



Fonte: SCB/ANCINE

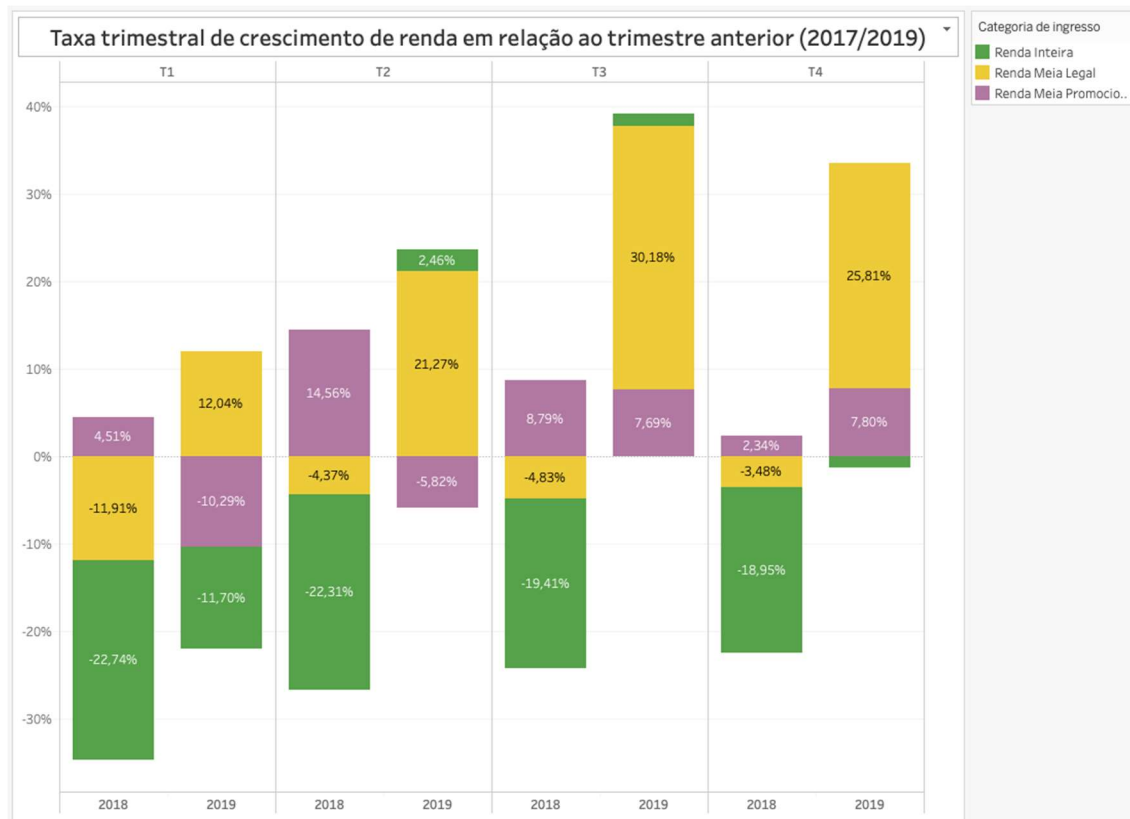
Relativamente a taxa de crescimento de renda nominal, a variação acompanha o movimento de ingressos, na proporção esperada, visto que os ingressos de meia-entrada custam, aproximadamente, a metade do valor da categoria “inteira”, para o mesmo dia e horário de exibição.

Gráfico 21



Fonte: SCB/ANCINE

Gráfico 22



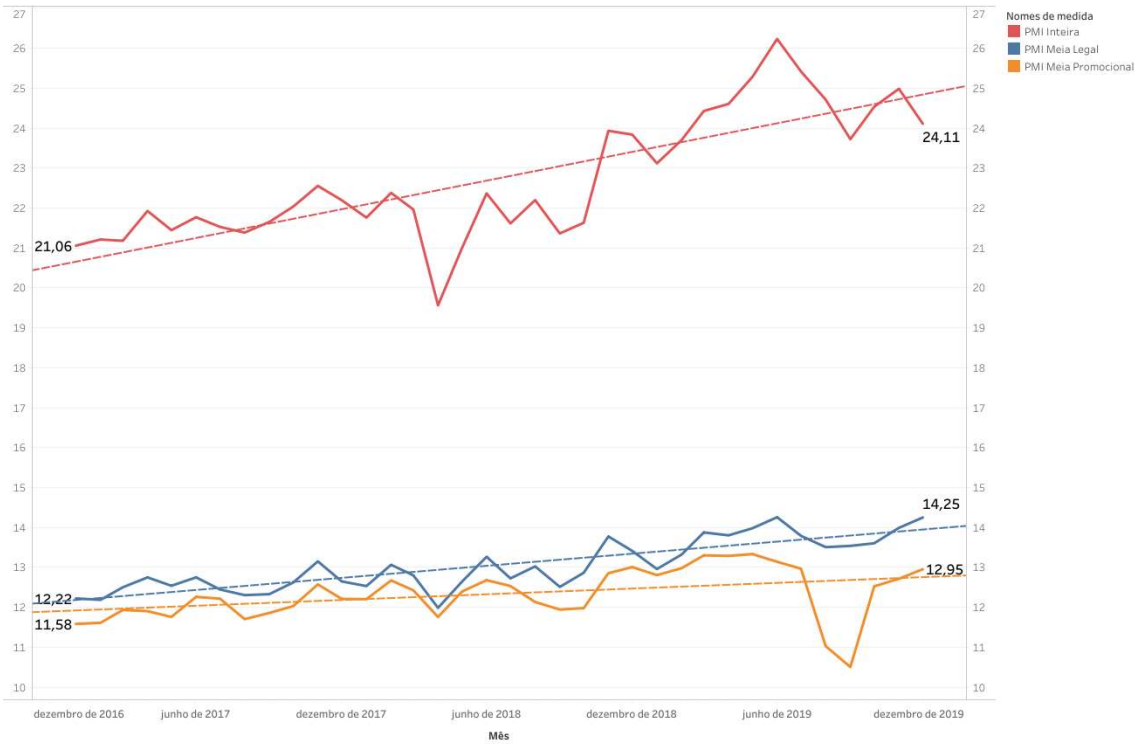
Fonte: SCB/ANCINE

2.6.4 PREÇO MÉDIO DO INGRESSO

O preço médio do ingresso (PMI) é calculado pela soma da renda dividida pela quantidade de ingressos vendidos. Dentro do período analisado, observa-se que o PMI, em valores nominais, da categoria “inteira” variou de R\$ 21,06, em janeiro de 2017, a R\$ 24,11, em dezembro de 2019. As “meias-entradas” (legal e promocional), no início da série, possuíam os seguintes valores de R\$ 12,22 e R\$ 11,58, respectivamente, e, ao fim da série, de R\$ 14,25 e R\$ 12,95, respectivamente. Considerando todas as categorias de ingresso o PMI variou, dentro desse período, de R\$ 14,62 a R\$ 15,69.

Gráfico 23

Evolução mensal PMI (nominal) Inteira, Meia Legal e Meia Promocional (2017/2019)

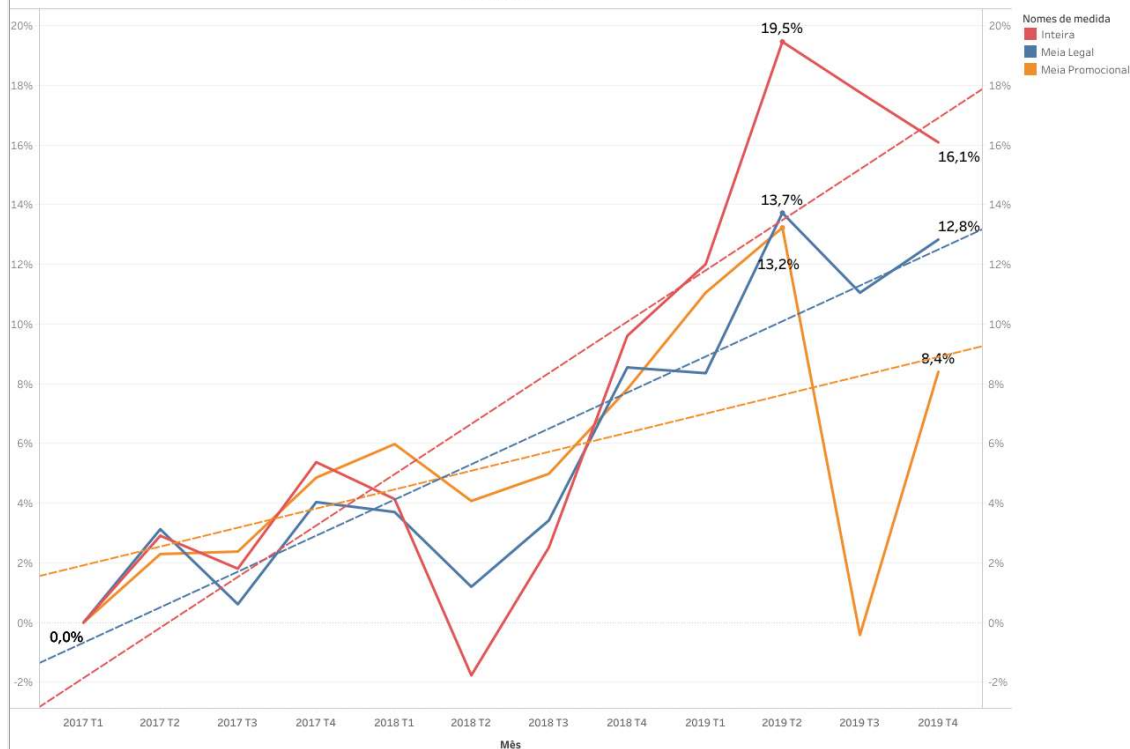


Fonte: SCB/ANCINE

A taxa de crescimento nominal do período, em relação a 2017, mostra que a categoria “inteira” apresenta o maior crescimento, encerrando 2019 com o percentual de 16,1% acima do de janeiro de 2017. Estando acima também da inflação do período, que foi de 11,4% (IPCA 01/2017 a 12/2019)[\[12\]](#).

Gráfico 24

Taxa de crescimento trimestral PMI (nominal) Inteira, Meia Legal e Meia Promocional em relação ao 1º trimestre de 2017



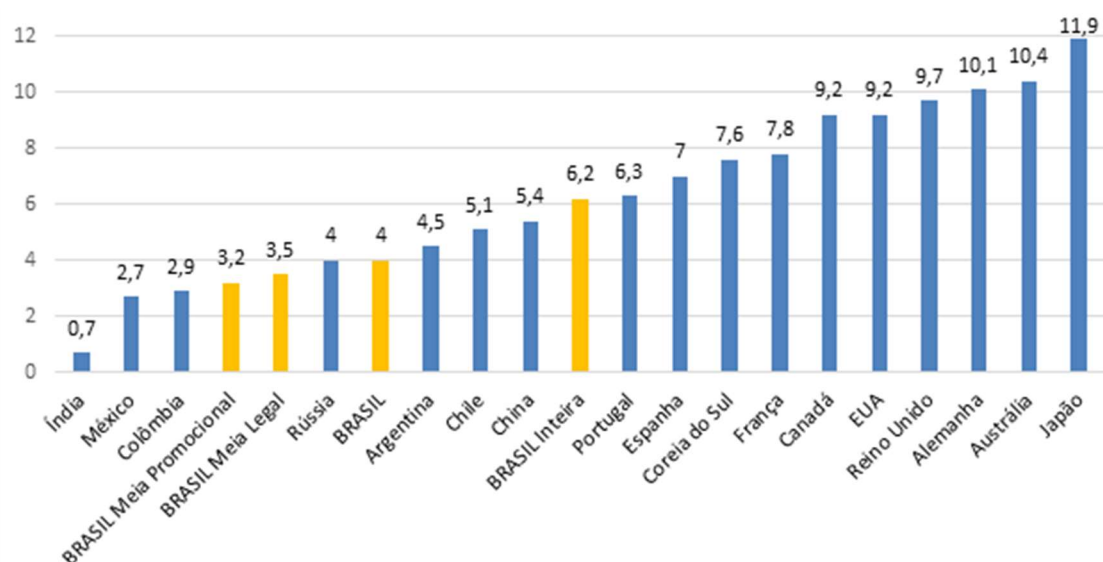
Fonte: SCB/ANCINE

Por outro lado, as categorias de meia-entrada variaram na segunda posição de taxa de crescimento no período avaliado. Enquanto a “meia promocional” apresentou um ritmo de aumento mais forte do que a “meia legal” até o final de 2018. Em 2019, houve uma forte desaceleração, provavelmente, causada pela estratégia promocional intensiva do filme *Nada a Perder 2*, não sendo possível determinar se esse aparente movimento de desaceleração do final de 2019 da “meia promocional” será um movimento que se manterá no futuro.

É importante notar que enquanto a categoria “meia legal” encerra 2019 com um crescimento muito próximo da inflação para o período, a categoria “meia promocional” termina significativamente abaixo, com percentual de 8,4%, isto é, -3 pontos percentuais.

No gráfico seguinte, compara-se o preço médio (em dólar) do ingresso no Brasil e em outros países.

Gráfico 25 – PMI em dólares (2019) [13]

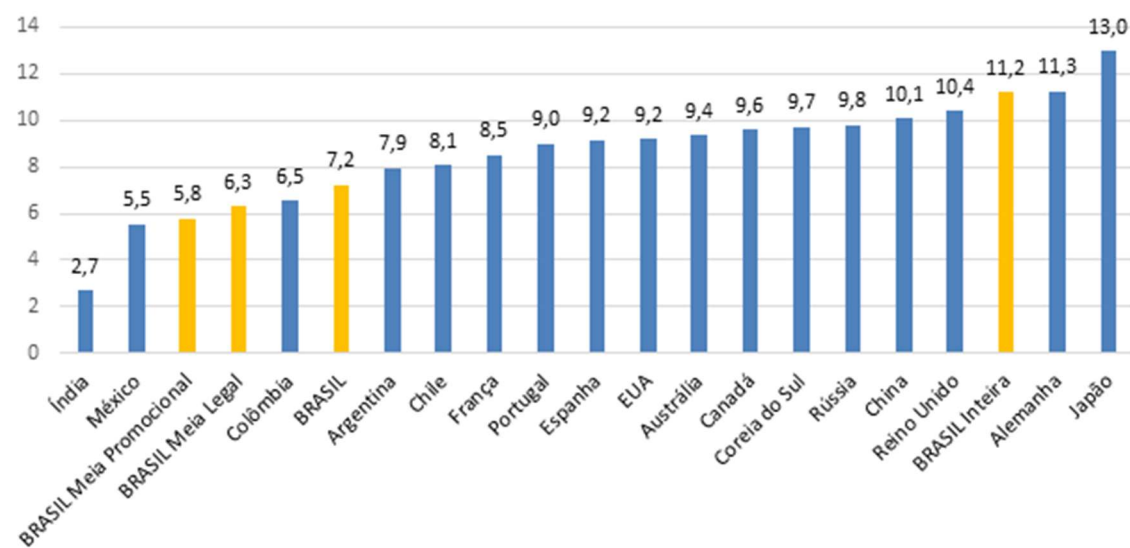


Fonte: SCB/ANCINE e Focus 2019 – World Film Market Trends

O preço médio do ingresso no Brasil, no ano de 2019, foi de 4 dólares, valor abaixo de países vizinhos como Argentina e Chile. Ao considerar o PMI da categoria de ingresso “inteira”, o valor sobe para 6,2 dólares, preço médio bem acima da verificada nos demais países da América Latina, referenciados no gráfico. No caso das categorias “meia legal” e “meia promocional”, o PMI foi respectivamente, de 3,5 e 3,2 dólares.

Se forem ajustados esses preços pela paridade do poder de compra (PPP), tem-se o seguinte resultado apresentado no Gráfico abaixo:

Gráfico 26 – PMI em dólares, com conversão por paridade do poder de compra (2019)



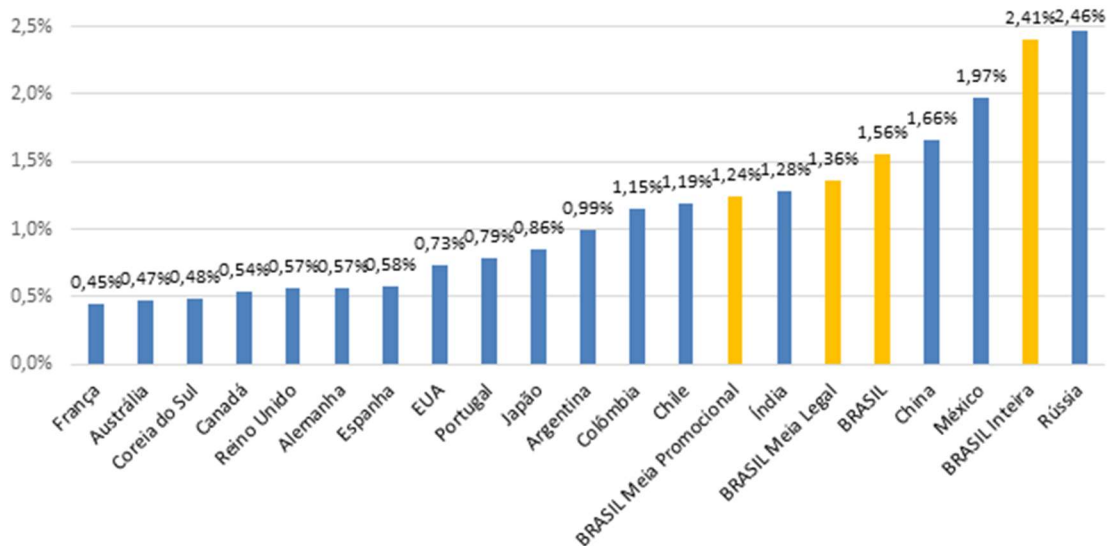
Fontes: SCB/ANCINE; Banco Mundial - World Development Indicators, 2018 e Focus 2019 – World Film Market Trends

Sublinha-se que a paridade do poder de compra foi criada para compensar diferenças no custo de vida entre países. Convertendo os valores em PPP ocorre um descolamento entre o PMI da categoria de ingresso “inteira” e os PMIs das categorias “meia legal” e “meia promocional”. Tendo em vista o custo de vida de

cada país, o ingresso “inteira” praticado no Brasil é um dos mais caros do mundo, ao passo que as categorias de “meias-entradas” estão em patamar mais baixo comparativamente aos demais países analisados.

Ao analisarmos a relação entre salário mínimo e PMI desses países a categoria de ingresso “inteira” do Brasil fica ainda mais destacada.

Gráfico 27 – Proporção do PMI sobre o salário mínimo em dólares (2019)



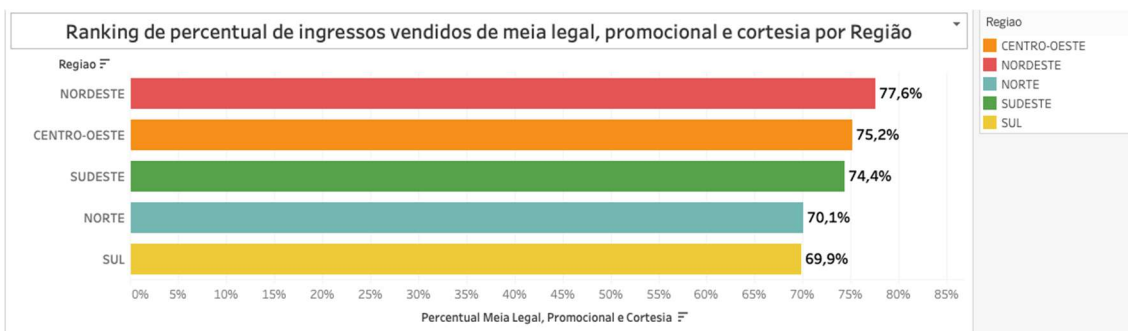
Fonte: SCB/ANCINE, Focus 2019 – World Film Market Trends e Countryeconomy.com.

Como pode ser observado no gráfico acima, os preços médios do ingresso na categoria “inteira” no Brasil e do ingresso na Rússia ultrapassam 2% do salário mínimo, não havendo nenhum outro país, dentre os analisados, que extrapole o referido percentual. No caso das categorias “meia promocional” e “meia legal”, no Brasil, essas porcentagens se encontram em patamares menores a categoria “cheia”, porém, acima dos percentuais verificados nos demais países da América do Sul.

2.6.5 ANÁLISE POR REGIÕES E UF

Ao se agregar as categorias de “meia-entrada” e “cortesia”, observa-se que a região Nordeste conta com os mais altos índices de ingressos “não inteiros” vendidos, perfazendo o percentual de 77,6%. Na região Centro-Oeste, percentual de 75,2%, e na região Sudeste, percentual de 74,4%, ambos patamares próximos daquela região. Com índices um pouco menores verificados para ocorrência de ingressos “não inteiros”, as regiões Norte e Sul apresentam índices próximos entre si, percentuais de 70,1% e 69,9%, respectivamente.

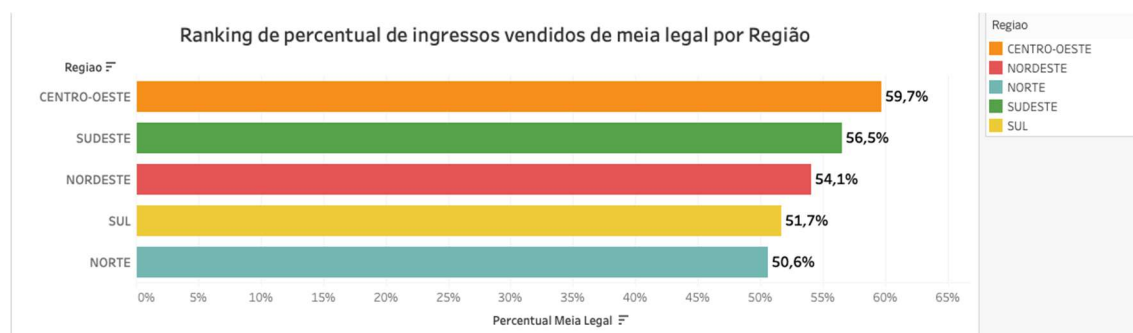
Gráfico 28



Fonte: SCB/ANCINE

Analisando apenas os ingressos vendidos na categoria “meia legal”, o ranking regional se altera. A região Centro-Oeste alcança o percentual de 59,7% e o Sudeste o de 56,5%, e, nesse caso, ambos ultrapassam a região Nordeste com 54,1%. As regiões Sul (51,7%) e Norte (50,6%) invertem suas posições em relação aos resultados agregados demonstrados no Gráfico antecedente.

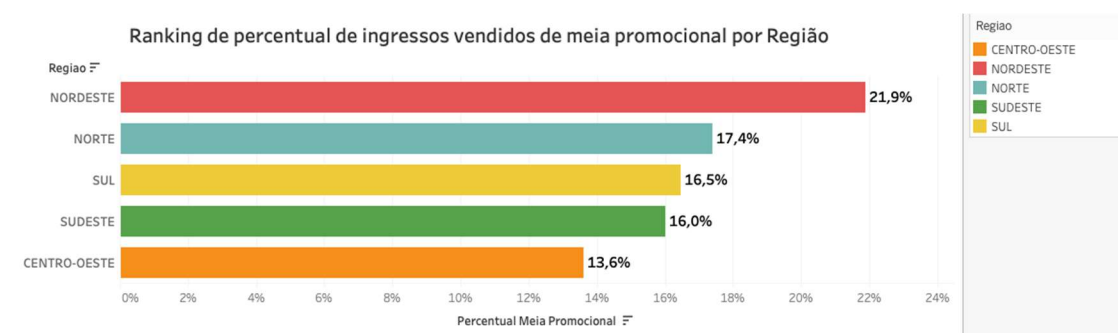
Gráfico 29



Fonte: SCB/ANCINE

No caso de ingressos de “meia promocional”, a região Nordeste (21,9%), retoma a primeira posição no ranking, seguida pela região Norte (17,4%). Sul (16,5%) e Sudeste (16,0%), seguem nas posições antepenúltima e penúltima. E, por fim, a região Centro-Oeste apresenta o percentual de apenas 13,6% de ingressos vendidos na categoria de “meia promocional”.

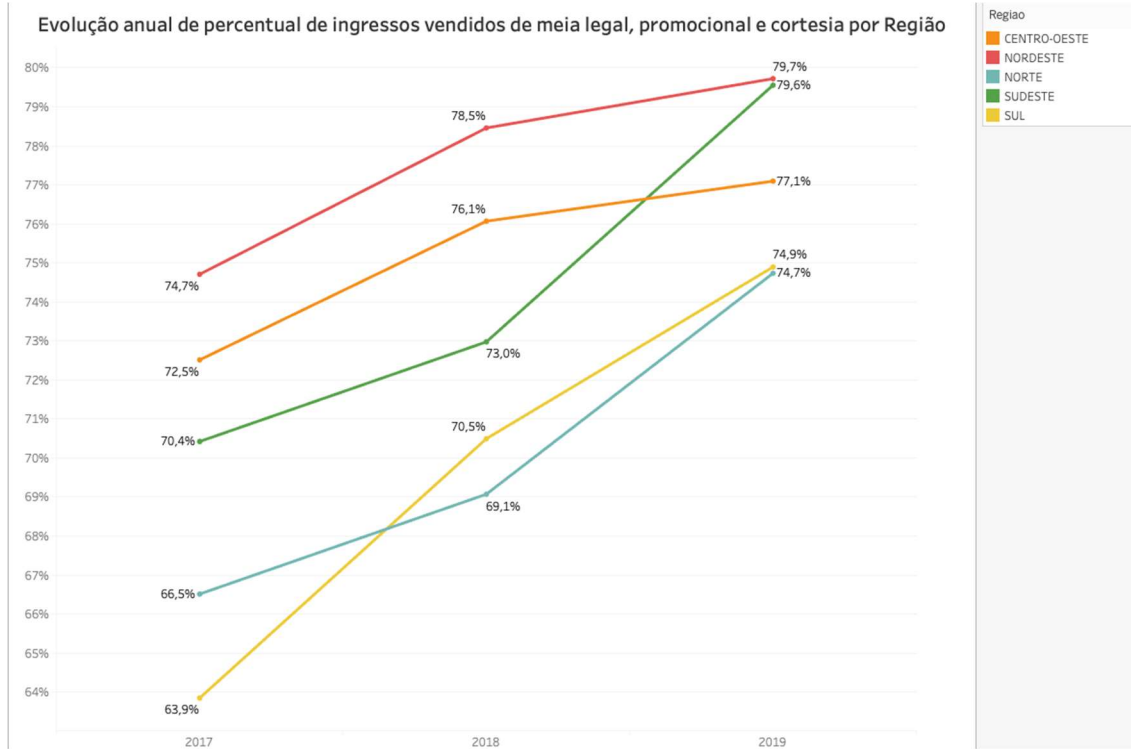
Gráfico 30



Fonte: SCB/ANCINE

A análise temporal da quantidade de ingressos vendidos nas categorias de “meia-entrada” e de “cortesia” demonstra que, além do esperado crescimento observado entre 2017 e 2019, há trocas de posições entre as regiões brasileiras nesse período. Para essas categorias de ingressos, é observado um forte crescimento na região Sudeste (79,6%), percentual bem próximo, mas ainda inferior ao da região Nordeste, que encerrou o ano com 79,7% dos ingressos vendidos nessas categorias.

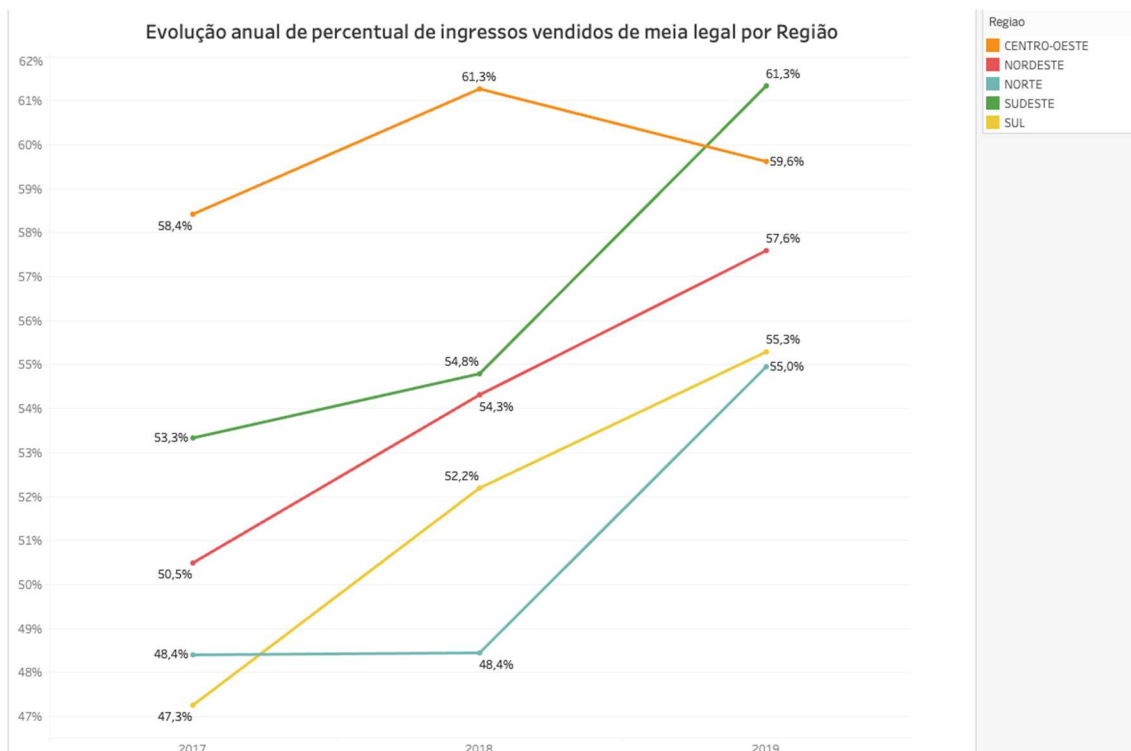
Gráfico 31



Fonte: SCB/ANCINE

A análise sobre a “meia legal” demonstra que o crescimento apontado acima para as regiões Sudeste e Sul ocorreu devido a essa categoria de ingresso. A região Sudeste (61,3%) é a região que vende proporcionalmente mais ingressos de “meia legal” no Brasil, o que é relevante por ser se tratar da região de maior peso econômico para o setor de exibição, visto que, em termos absolutos, trata-se da região com maior número de ingressos vendidos e receita gerada.

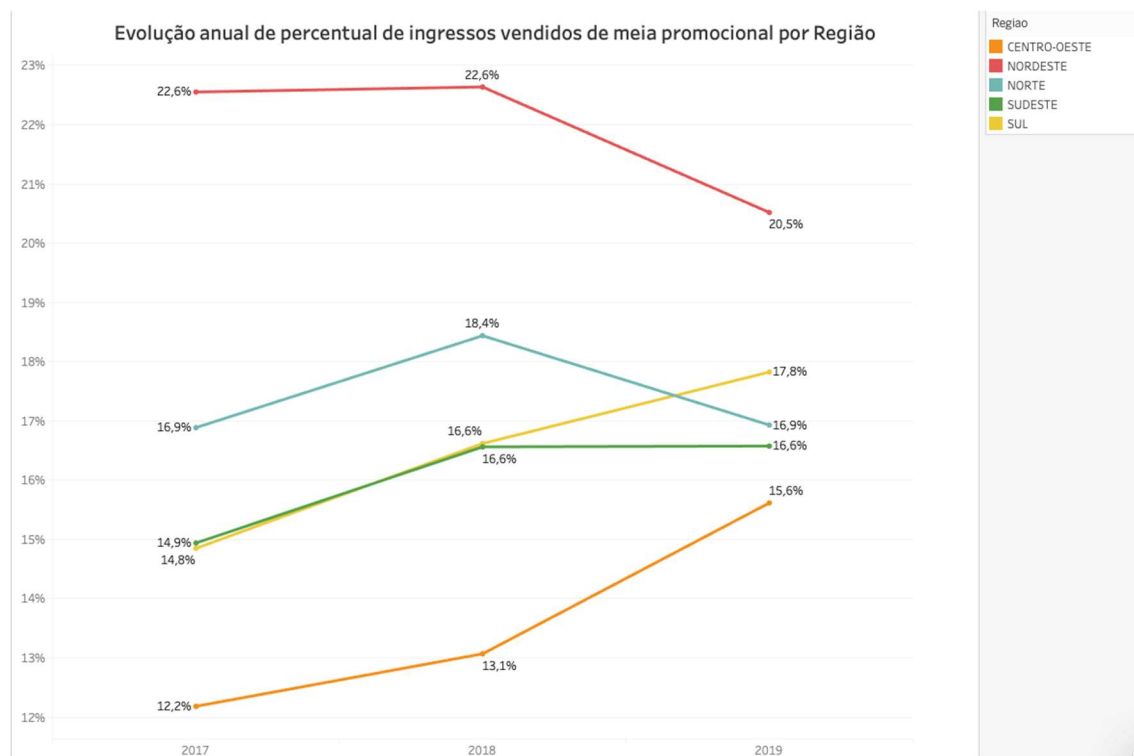
Gráfico 32



Fonte: SCB/ANCINE

A quantidade proporcional de ingressos da categoria “meia promocional” comercializados em 2019 apresentou queda nas regiões Nordeste e Norte, e, por outro lado, crescimento nas regiões Sul e Centro-Oeste. A região Sudeste manteve o seu patamar de 16,6%, em 2017, inalterado para o ano de 2019.

Gráfico 33

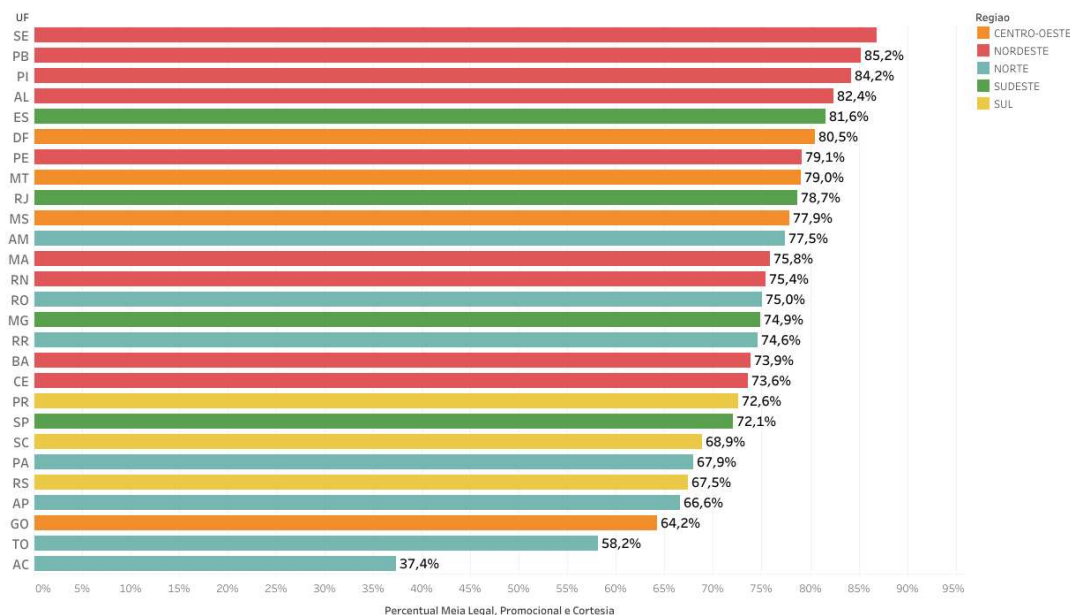


Fonte: SCB/ANCINE

Relativamente às unidades federativas (UFs), observa-se o seguinte ranking para ingressos “não inteiros”.

Gráfico 34

Ranking de percentual de ingressos vendidos de meia legal, promocional e cortesia por UF



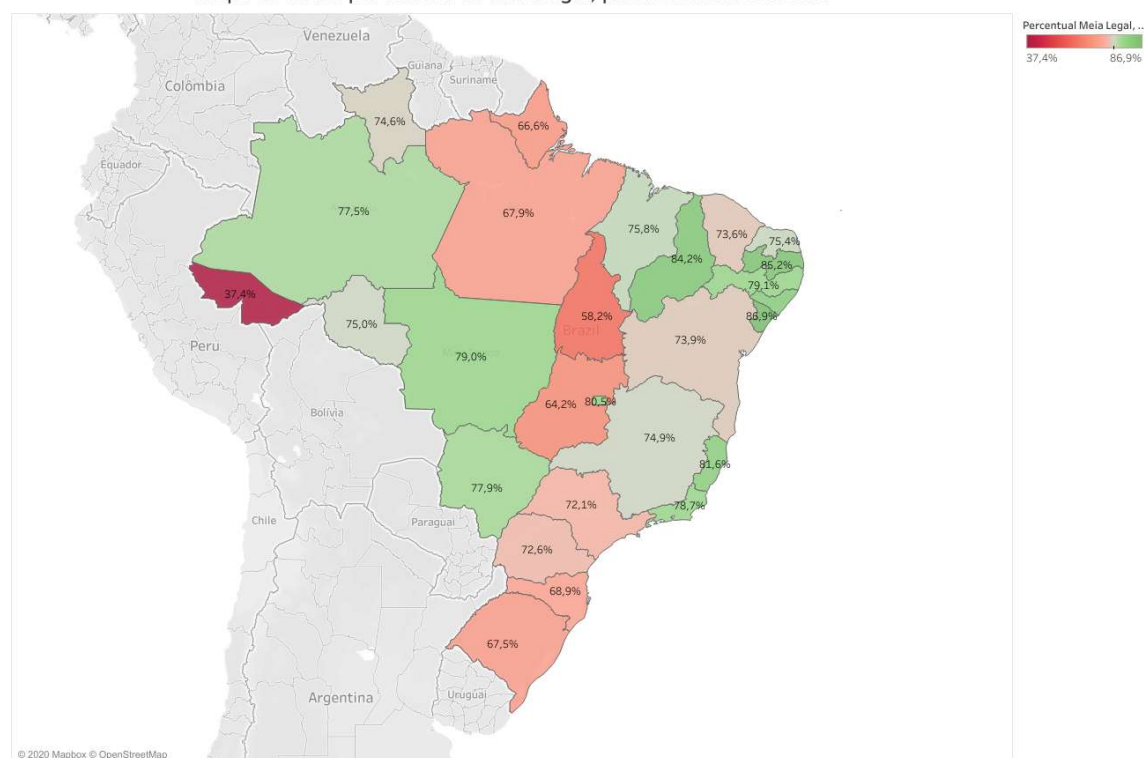
Fonte: SCB/ANCINE

Os estados nordestinos de Sergipe, Paraíba, Piauí, Alagoas, além do Espírito Santo, no Sudeste, e DF, no Centro-Oeste, têm os percentuais agregados de “meias-entradas” e “cortesia” mais altos do Brasil, todos em patamares acima de 80%. Na parte inferior do gráfico, Santa Catarina e Rio Grande do Sul, Goiás, Pará, Amapá, Tocantins e Acre, ficam em patamares abaixo de 70% de “meias-entradas” e “cortesia” vendidas. O Acre, especificamente, possui um percentual significativamente menor do que o restante do país, com apenas 37,4%. Outra particularidade desse estado é a de que ele tem o maior índice de habitantes por sala do país, ou seja, há, relativamente, mais pessoas por sala de exibição.

Os dados, referentes ao período de 2017 a 2019, aqui apresentados podem ser visualizados também em outra representação gráfica como no mapa a seguir.

Figura 1

Mapa do Brasil percentual de meia legal, promocional e cortesia



Fonte: SCB/ANCINE

Nos mapas abaixo, analisam-se essas categorias de ingresso separadamente por unidade da federação. Concernente à categoria de “meia promocional”, os maiores percentuais foram apurados nos estados de Rondônia (41,9%), Alagoas (30,6%) e Paraíba (27,6%). No estado do Mato Grosso, por outro lado, apenas 5,8% dos ingressos foram vendidos na categoria “meia promocional” no período de 2017 a 2019.

2.6.6 ANÁLISE GEORREFERENCIADA – SÃO PAULO E RIO DE JANEIRO

Para análise com dados georreferenciados foram utilizadas as informações do Sistema ANCINE Digital (SAD), para a localização dos complexos cinematográficos através do CEP, sobrepostas às informações espaciais e suas respectivas variáveis socioeconômicas do último levantamento do Censo 2010[14], realizado pelo IBGE. Para a análise de escolaridade foram utilizados os dados do Atlas do Desenvolvimento Humano do Brasil[15], que por sua vez, também tem como base o levantamento do Censo 2010.

Como visto nos tópicos anteriores desta AIR, há uma heterogeneidade regional na utilização da “meia-entrada”, o que pode ser explicado, em boa medida, por uma ampla variedade de legislações locais por meio das quais o poder público concede a “meia legal” e pelo oferecimento de “meias promocionais” pelo setor privado, como estratégia de fidelização de clientes, por exemplo.

Isso posto, para que a comparação, a seguir, entre os complexos cinematográficos não apresentasse resultados distorcidos devido a variáveis inalcançadas por essa análise e a complexa gama de legislações vigentes, optou-se por focalizar a observação para uma dada amostra representativa ao nível municipal. Para tanto, foram escolhidos os municípios de São Paulo e Rio de Janeiro, que somados representam 25,5% do mercado nacional em termos de renda auferida entre os anos de 2017 e 2019 (SCB/ANCINE).

2.6.6.1 SÃO PAULO

Análise de Renda

São Paulo é a cidade brasileira com maior número de ingressos vendidos, 13,2% do total, e da renda em salas de cinema, com participação de 16,4% da gerada em todo. Em termos de percentual de “meias-entradas” e “cortesia”, São Paulo encerrou 2019 com 78,1% (somando todas essas categorias), sendo 60,5% de “meia legal” e 15,7% de “meia promocional”. O PMI do município foi de R\$19,46, em 2019, o 4º maior do Brasil. Sendo também a maior cidade brasileira em quantidade de complexos cinematográficos.

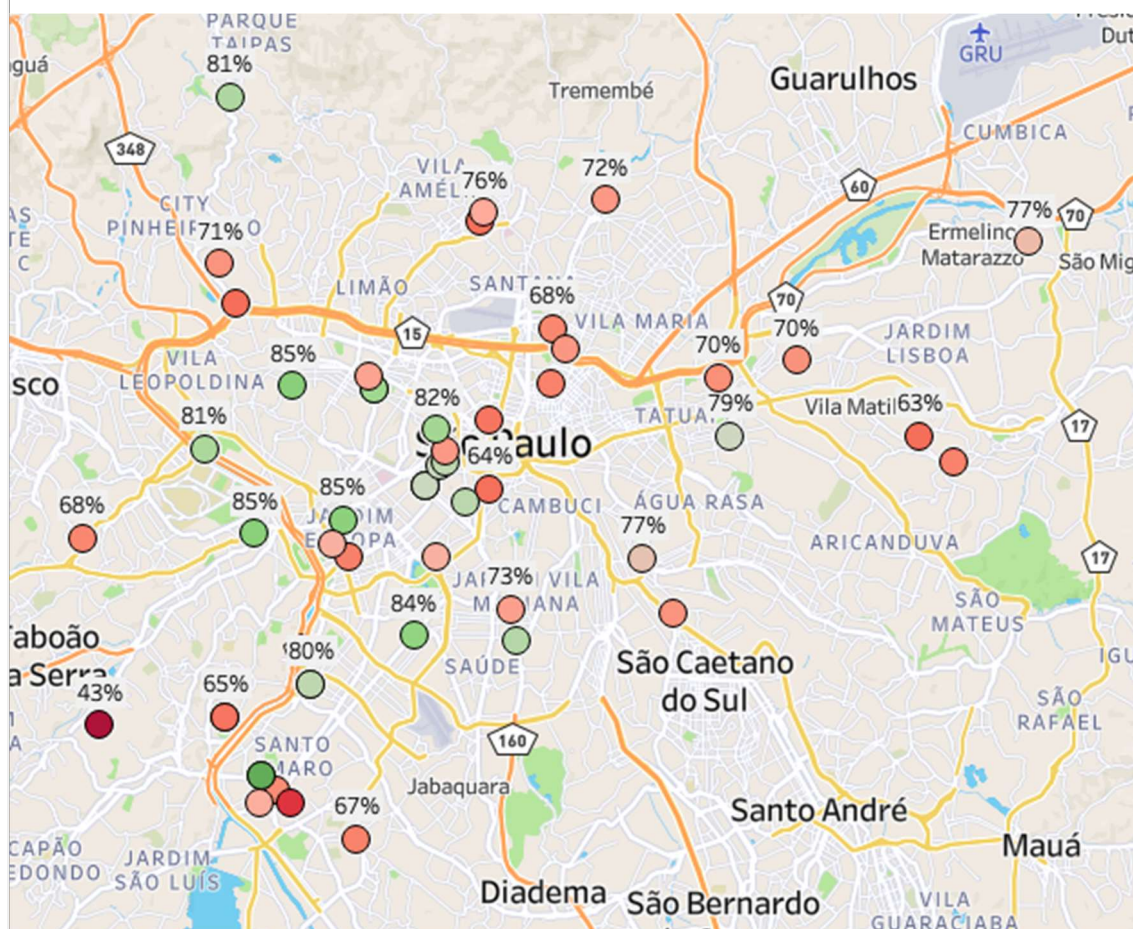
Tabela 4 – Público, renda e PMI no município de São Paulo por categoria de ingresso (2019)

Categoria de Ingresso	Público	%Público	Renda	%Renda	PMI
“inteira”	5.086.736	21,9%	161.472.514,09	35,7%	31,74
“meia legal”	14.063.597	60,5%	237.763.435,36	52,5%	16,91
“meia promocional”	3.641.376	15,7%	53.328.536,00	11,8%	14,65
“cortesia”	459.475	2,0%	0,00	0,0%	-
Total	23.251.184	100,0%	452.564.485,45	100,0%	19,46

Fonte: SCB/ANCINE

Esses dados se distribuem de forma heterogênea por essa cidade, como demonstrado pelo mapa abaixo de percentual de ingressos “não-inteiros”.

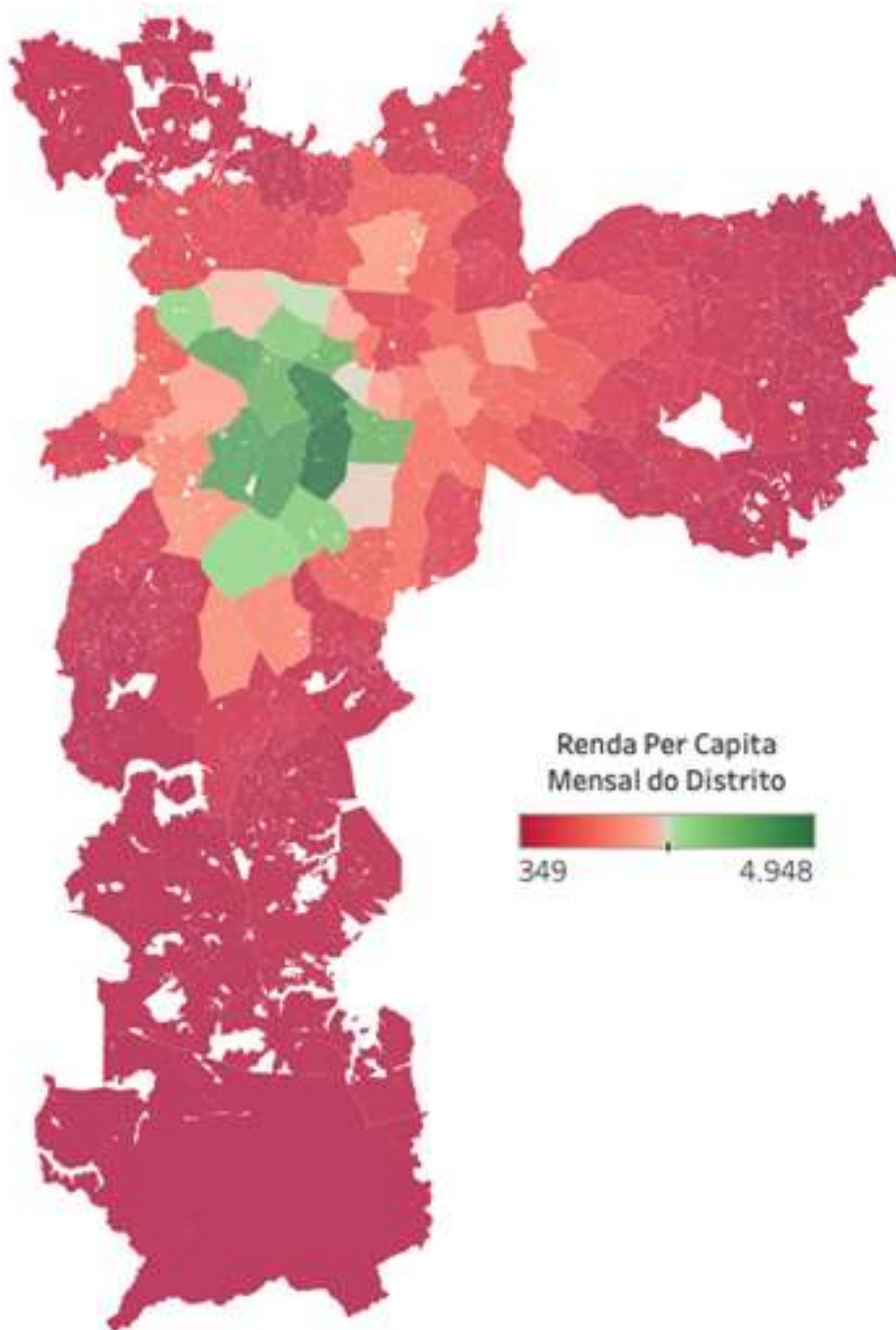
Figura 4 - Percentual de “meia legal”, promocional e “cortesia” em complexos cinematográficos na cidade de São Paulo (2019)[\[16\]](#)



Fonte: SCB/ANCINE

A heterogeneidade econômica da cidade de São Paulo pode também ser percebida ao se observar os dados de renda per capita mensal pelos seus diversos distritos, conforme dados do IBGE. Enquanto os distritos periféricos têm renda per capita mensal de menos de R\$ 1.000, os distritos centrais, apresentam uma renda per capita entre 2 mil e 4 mil reais mensais.

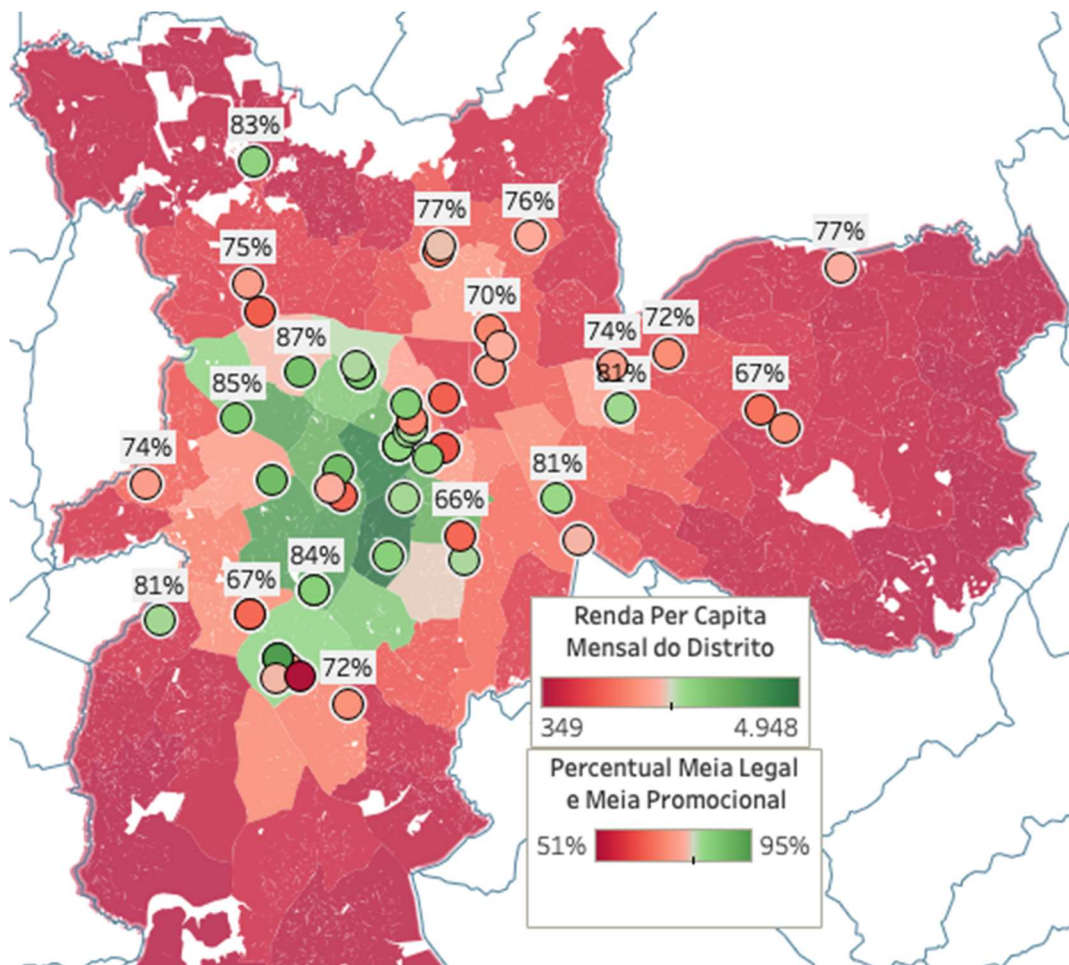
Figura 5 - Mapa de São Paulo por Renda Per Capita Mensal do Distrito (2010)



Fonte: Censo 2010/IBGE

A partir da sobreposição desses dois mapas, observa-se que complexos com menor percentual de “meias-entradas” tendem a se localizar em distritos com menor renda per capita da cidade.

Figura 6 - Mapa da cidade de São Paulo: Percentual de “meia-entrada” legal, “meia-entrada” promocional e “cortesia” dos complexos (2019) sobreposta à renda per capita mensal dos distritos (2010)



Fonte: Complexos (SCB/ANCINE), Renda per capita (IBGE)

A partir dessa sobreposição, destaca-se, em primeiro lugar, que apenas sete complexos do município se localizam em distritos com menos de mil reais de renda per capita mensal. Além disso, nota-se que, enquanto a maior parte dos complexos estão localizados na zona central, com maior capital per capita, dezenas de distritos, localizados pela extensa área vermelha do mapa, não contam com nenhum complexo cinematográfico.

Existem 24 complexos com mais de 80% de ingressos vendidos das categorias de “meias-entradas” e “cortesia” em 2019, coloridos de verde no mapa [17]. Destes, 21 complexos, ou 87,5%, estão localizados em bairros com renda per capita acima de 2 mil reais (distritos em verde ou vermelho claro). Apenas três complexos com mais de 80% de “meias-entradas” ou “cortesia” estão localizados em distritos com menos de 2 mil reais de renda per capita.

Existem 28 complexos com percentual de ingressos “não inteiros” abaixo de 80%, em 2019, na cidade de São Paulo. Dezesseis desses complexos, ou 57,1%, estão localizados em bairros com renda per capita mensal abaixo de 2 mil reais.

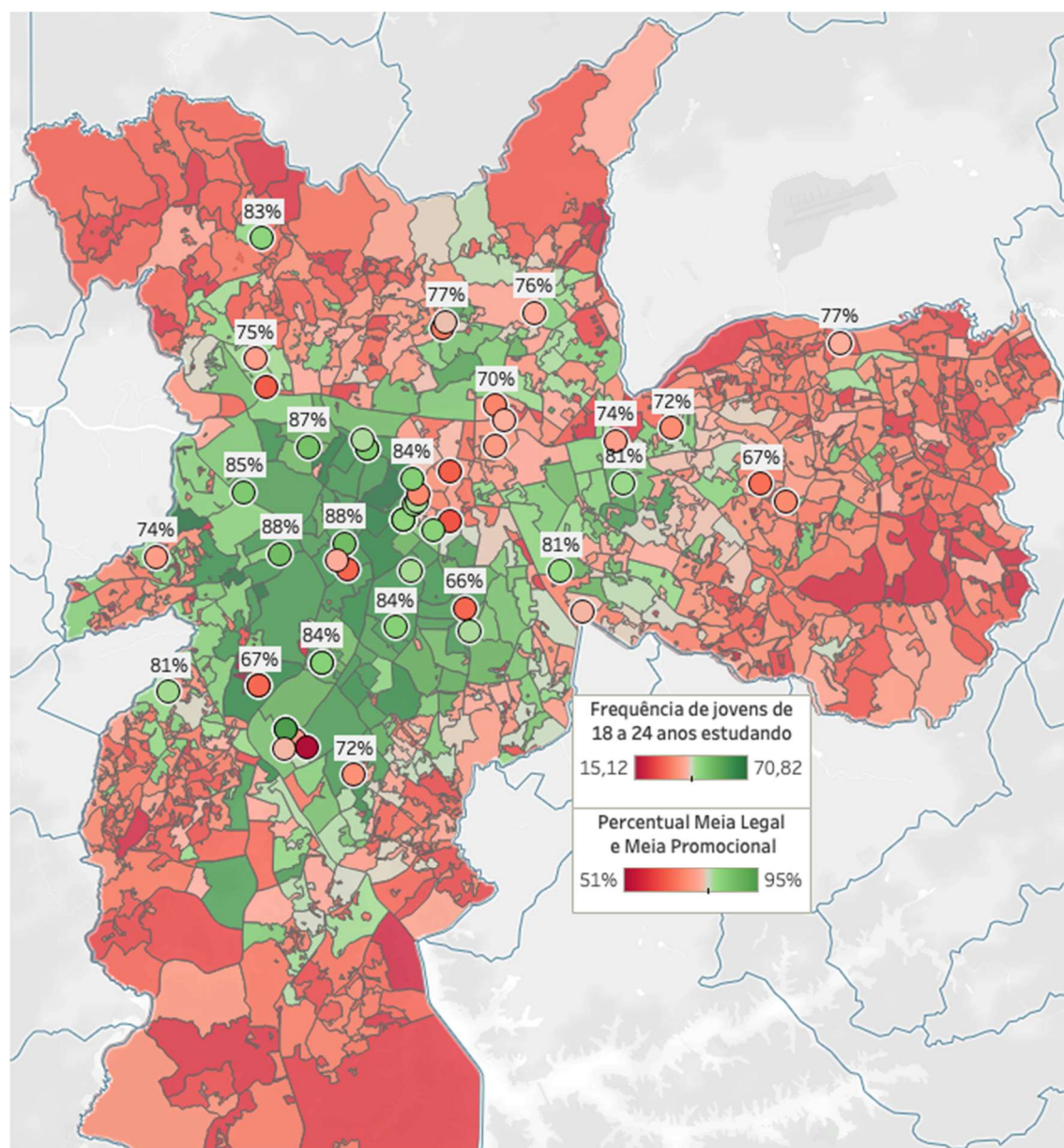
Entre os 12 complexos com percentual de “meias-entradas” e “cortesia” abaixo de 80% e localizados em “distritos verdes”, destaca-se que pelo menos três deles têm modelo de negócio conhecido como “salas vip” [18]. Esses cinemas tendem a apresentar baixos percentuais de “meias-entradas” (abaixo de 66%) e os maiores PMI da cidade (PMI de “meia legal” acima de R\$29). No outro extremo, outros três complexos na mesma situação (baixo percentual de “meia-entrada”, localizados em distritos verdes) tem PMI de “meia legal” considerado baixo, inferior a R\$12, para cinemas localizados em áreas nobres. Possivelmente, trata-se de cinemas com alcance e preço mais populares localizados nos limites da zona central da cidade.

Retirando esses casos específicos, observa-se que apenas seis complexos, ou 21,4%, apresentam percentuais de “meias-entradas” e “cortesia” abaixo de 80% e se localizam em bairros com renda per capita mensal acima de 2 mil reais.

Análise de Escolaridade

Os dados de escolaridade têm como referência a Unidade de Desenvolvimento Humano – UDH e se se assemelham aos dados espaciais do setor censitário do IBGE. Realizando o mesmo tipo de sobreposição empregada na análise antecedente, observa-se que a população residente em bairros mais pobres tendem a ter seus jovens de 18 a 24 anos fora de qualquer instituição de ensino, o que pode significar que, em tese, não contam com o mesmo tipo de acesso à “meia-entrada” legal àquele, possivelmente, disponibilizado a jovens de mesma faixa etária que moram em bairros mais ricos e que são estudantes.

Figura 7 - Percentual de ingressos vendidos de “meia legal” e promocional da cidade de São Paulo (excluindo cinemas públicos) e frequência de jovens de 18 a 24 anos estudantes por UDH da cidade de São Paulo

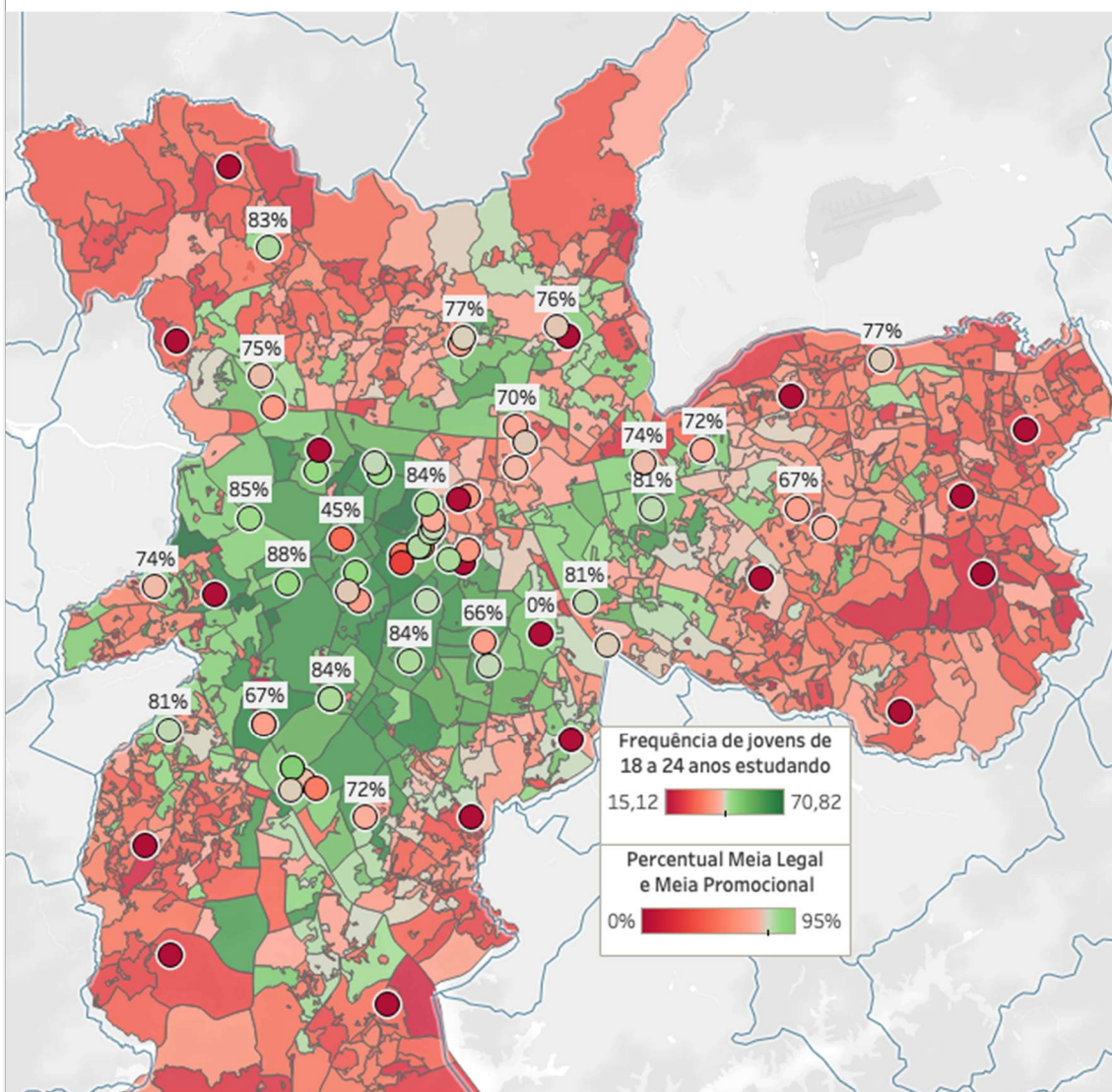


Fonte: SCB/ANCINE, Atlas do Desenvolvimento Humano do Brasil, 2010

A partir desse mapa, é possível apontar que dificuldades de mobilidade urbana, como longas distâncias e custo de meios de transporte, impactem também o acesso a salas de cinemas pela população de menor renda e de baixa escolaridade que mora em zonas periféricas, quadro esse de obstáculos que podem comprometer os objetivos da política pública de “meia-entrada” junto à população que, em tese, deveria ser efetivamente beneficiada por esse tipo de direito de acesso a bens culturais.

Especificamente no caso de São Paulo, é possível observar um modelo incremental ao modelo da “meia-entrada” legal para acesso a bens culturais pelas camadas mais vulneráveis da população, que é a ampliação de um parque exibidor público e com preços populares, como a versão abaixo, sem excluir os cinemas públicos, demonstra.

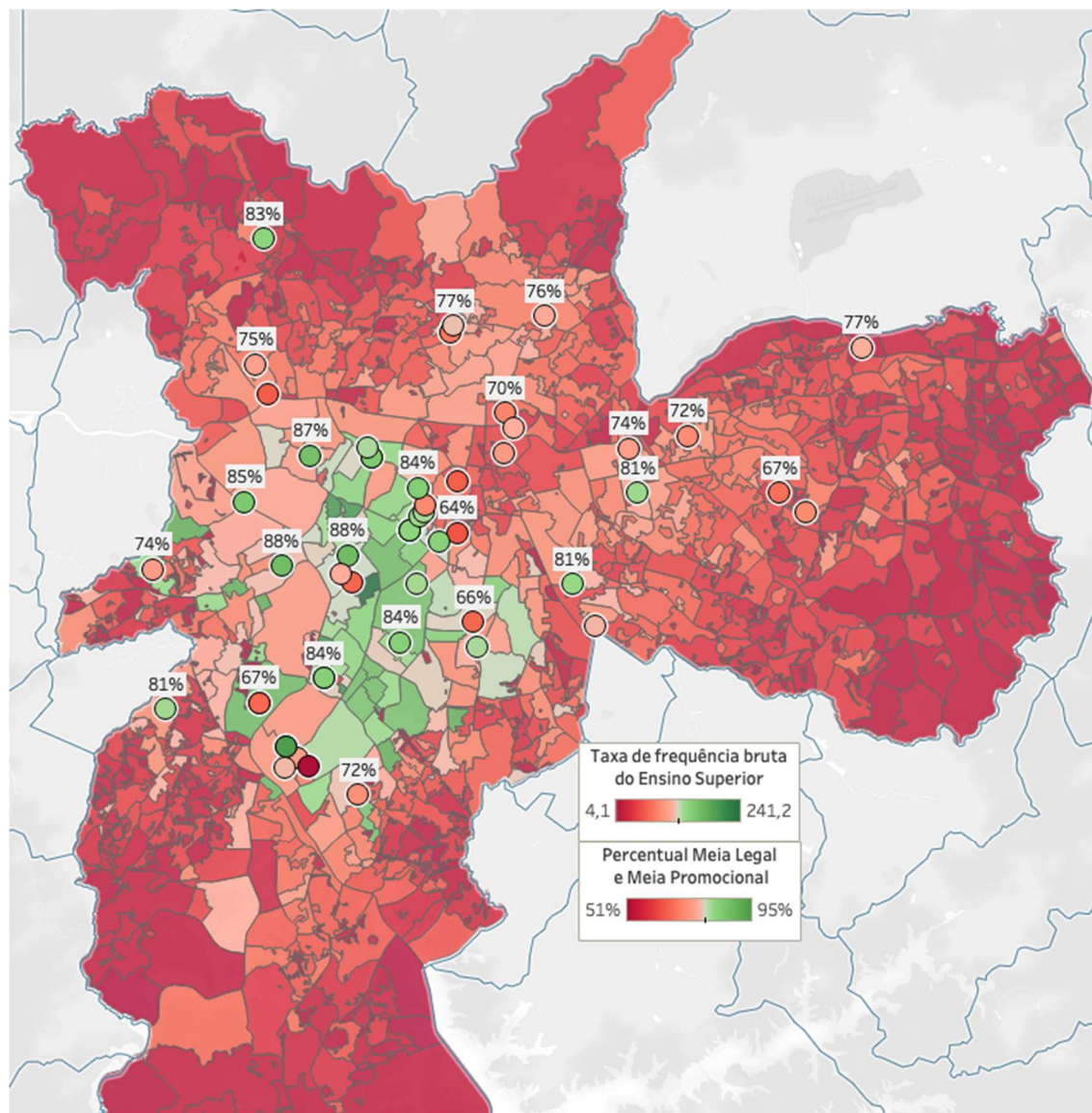
Figura 8 - Percentual de ingressos vendidos de “meia legal” e promocional da cidade de São Paulo (incluindo cinemas públicos) e frequência de jovens de 18 a 24 anos estudando por UDH da cidade de São Paulo[\[19\]](#)



Fonte: SCB/ANCINE, Atlas do Desenvolvimento Humano do Brasil, 2010

O mapa abaixo analisa a taxa de frequência bruta ao ensino superior[\[20\]](#), em São Paulo, o que oferece outro indicador para análise de barreiras adicionais que prejudicam, ou até mesmo inviabilizam, o acesso de parte significativa da população, mais vulnerável e menos escolarizada, à “meia-entrada”, pelo fato de não terem acesso ao ensino superior.

Figura 9 - Percentual de ingressos vendidos de “meia legal” e promocional da cidade de São Paulo e taxa de frequência bruta ao ensino superior por UDH da cidade de São Paulo



Fonte: SCB/ANCINE, Atlas do Desenvolvimento Humano do Brasil, 2010

Por fim, considerados esses dados do município de São Paulo, é possível notar evidências de que o jovem, ou até mesmo o adulto^[21], pertencente a classes de alta renda, morador de zonas centrais e mais ricas, e frequentador de ensino superior goza de um acesso à “meia legal” por um período mais prolongado de sua trajetória de vida do que o vivenciado por jovens de classes mais baixas que não mantêm vínculo estudantil formal longo, inclusive, em relação ao ensino superior.

2.6.6.2 RIO DE JANEIRO

A cidade do Rio de Janeiro é a segunda em relevância econômica para o setor de exibição cinematográfica, representando 8,4% dos ingressos vendidos no país, em 2019, e 9,4% da renda. Nesse mesmo ano, seu PMI de “meia legal” foi de R\$16,16, 9 e o somatório de percentuais de “meia legal”, “meia promocional” e “cortesia” foi de 86,3%, conforme Tabela 5 abaixo.

Tabela 5 – Público, renda e PMI no município do Rio de Janeiro por categoria de ingresso (2019)

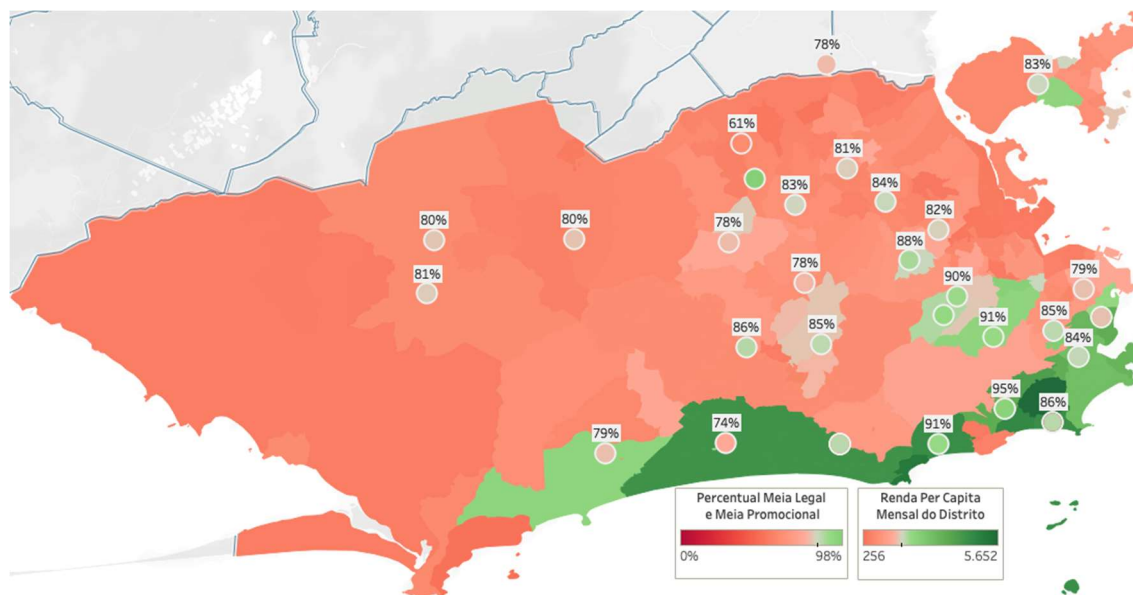
Categoria de Ingresso	Público	%Público	Renda	%Renda	PMI
“inteira”	2.037.797	13,7%	63.648.736,91	24,5%	31,23
“meia legal”	8.161.361	54,9%	131.851.101,34	50,8%	16,16
“meia promocional”	4.414.927	29,7%	64.244.389,25	24,7%	14,55
“cortesia”	258.073	1,7%	0,00	0,0%	-
Total	14.872.158	100,0%	259.744.227,50	100,0%	17,47

Fonte: SCB/ANCINE

Análise de Renda

Ao aplicar a mesma metodologia utilizada para a cidade de São Paulo, são obtidos os seguintes resultados abaixo para cidade do Rio de Janeiro.

Figura 10 - Mapa da cidade do Rio de Janeiro: Percentual de “meia-entrada” legal, “meia-entrada” promocional e “cortesia” dos complexos (2019) sobreposta à renda per capita mensal dos distritos (2010)



Fonte: SCB/ANCINE, Censo 2010/IBGE.

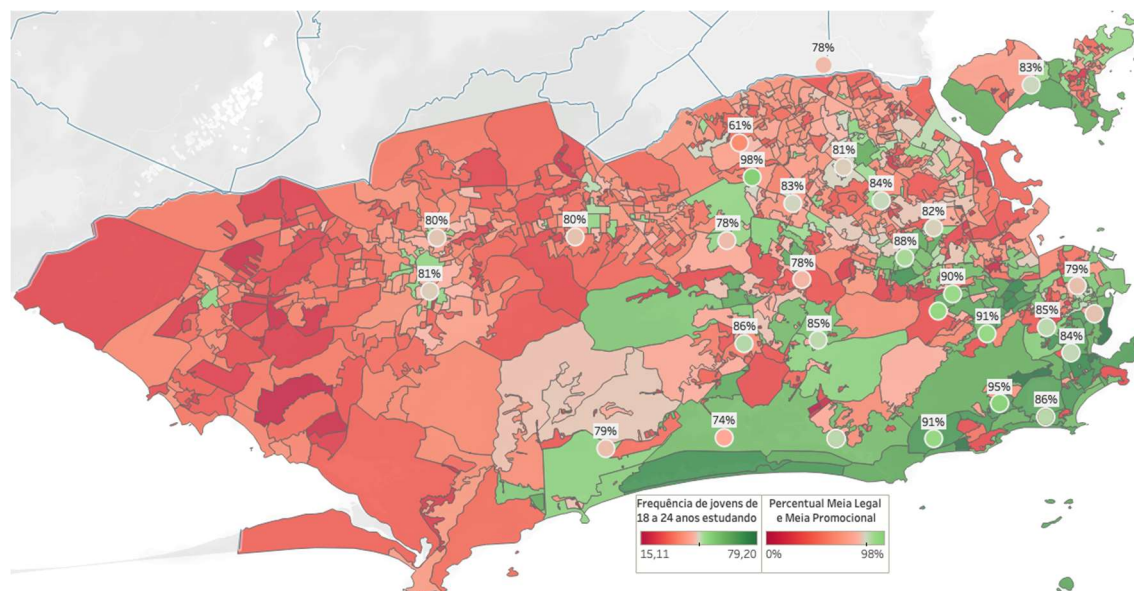
Para a análise do Rio de Janeiro, adotaremos o limiar de 82%, inclusive, que é o percentual médio entre os complexos analisados, em 2019. De forma similar ao observado em São Paulo, dos 24 complexos com mais de 81% de “meias-entradas” e “cortesia”, 20, ou 83,3%, localizam-se em distritos com renda per capita mensal acima de R\$1.800 reais, o limiar médio da cidade. Dos outros 14 complexos, seis^[22] estão localizados em bairros com renda per capita mensal acima da média. Os outros 57,1%, 8 complexos, estão localizados em bairros mais pobres.

Como pode ser visto no caso das duas maiores cidades do Brasil em ingressos vendidos, os cinemas com maior percentual de “meias-entradas” vendidas localizam-se, majoritariamente, em regiões de maior renda per capita. E, conseqüentemente, os cinemas das regiões de menor renda per capita, apresentam menor percentual de “meias-entradas” vendidas sobre o total de ingressos. Ou seja, em regiões mais ricas vende-se uma maior proporção de ingressos das categorias de “meias-entradas” do que nas regiões mais pobres.

Análise de escolaridade

No Rio de Janeiro há uma situação semelhante àquela observada em São Paulo, qual seja, as áreas mais “vermelhas” da cidade, nas quais há menos jovens e jovens adultos estudando, existem menos cinemas. Embora os cinemas localizados nas Unidades de Desenvolvimento Humano (UDHs) mais a noroeste da cidade não tenham percentuais baixos de “meias-entradas” (80% e 81%), apresentam níveis sensivelmente mais baixos do que as zonas mais escolarizadas, com percentuais que variam de 84% a 91%.

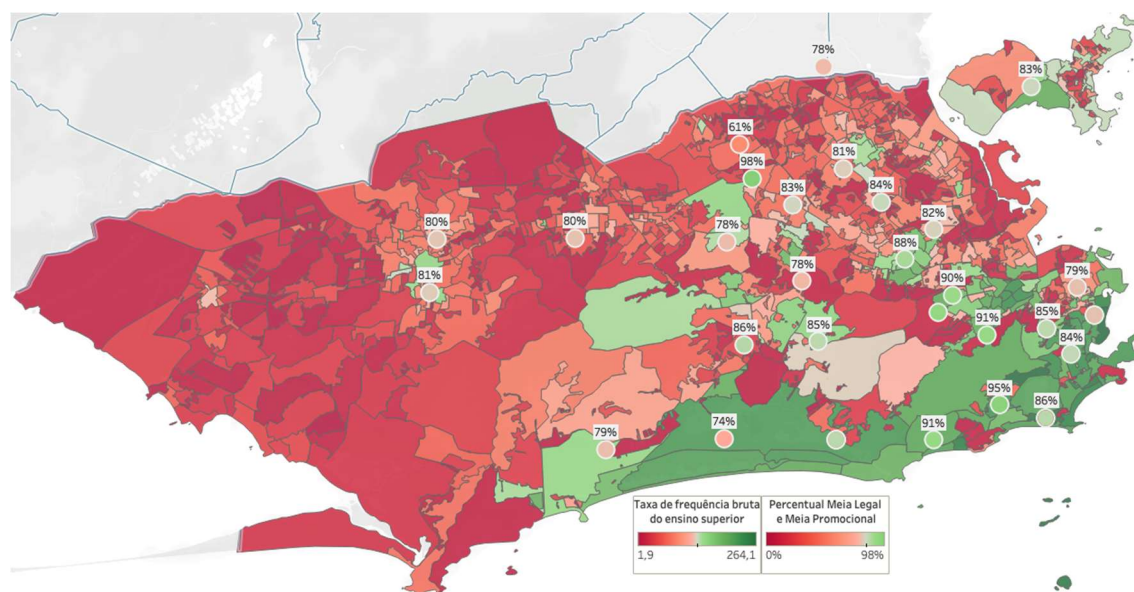
Figura 11 - Percentual de ingressos vendidos de “meia legal” e promocional da cidade do Rio de Janeiro e frequência de jovens de 18 a 24 anos estudando por UDH da cidade do Rio de Janeiro



Fonte: SCB/ANCINE, Atlas do Desenvolvimento Humano do Brasil, 2010.

Existe uma grande quantidade de distritos, principalmente na zona oeste da cidade, sem nenhum cinema nas cercanias, o que, mais uma vez, evidencia a dificuldade de se atingir o objetivo da política pública, que é facilitar o acesso a bens culturais à camada da população menos privilegiada em termos sociais e econômicos. A taxa de frequência bruta ao ensino superior, mapa abaixo, apenas reforça a visão provida pelo mapa anterior.

Figura 12 - Percentual de ingressos vendidos de “meia legal” e promocional da cidade do Rio de Janeiro e taxa de frequência bruta ao ensino superior por UDH do Rio de Janeiro



Fonte: SCB/ANCINE, Atlas do Desenvolvimento Humano do Brasil, 2010.

Todos os mapas apresentados nessa seção apontam para o cenário no qual a política de “meia-entrada” legal, aparentemente, tende a favorecer mais os jovens e jovens adultos mais escolarizados e com maior renda familiar, pelo menos nas duas capitais com maior público em salas de cinema do país.

O maior nível de escolaridade influencia o acesso à “meia legal” por jovens moradores dos bairros mais ricos da cidade, pois eles se mantêm elegíveis a essa meia-entrada após os 18 anos, e, frequentemente, além dos 24 anos, ao possuírem vínculo formal de ensino, em geral, com instituições de ensino superior. Ao passo que o jovem morador dos bairros mais pobres mantém sua elegibilidade, decorrente de vínculo formal de ensino, até o ensino fundamental, via de regra. Após os 18 anos, é também provável que esse jovem morador de bairros mais pobres perca o acesso à “meia legal” por ingressar mais cedo no mercado de trabalho, geralmente pagador de menores salários, e não manter vínculo formal de ensino.

Com essa combinação de fatores restritivos ao pleno acesso à “meia-entrada” legal - baixa escolaridade e baixos salários - é também provável que esse jovem fique mais exposto a um ingresso mais caro, o que é potencializado por uma provável distorção do preço inteiro do ingresso impactado pela própria política de “meia-entrada”. Além disso, fatores que dificultam a mobilidade urbana (custo dos meios de transporte e longas distâncias para acesso às salas de cinema) também podem desestimular o consumo de cinema para esse jovem cuja renda está abaixo da média. Esse cenário, possivelmente, pode explicar os baixos índices de consumo de cinema verificados entre jovens de baixa renda e baixa escolaridade, mesmo em um contexto de política de “meia-entrada” tão ampla quanto a brasileira.

2.7 ESTRATÉGIAS DE MEIA-ENTRADA PROMOCIONAL ADOTADAS POR CINEMAS

Além das hipóteses legais para concessão da “meia-entrada”, observa-se que várias empresas exibidoras vêm celebrando na esfera privada acordos comerciais que conferem a determinados grupos (em geral, assinantes de serviços) promoções que, em termos práticos, equiparam-se ao benefício fixado por lei, criando, assim, subgrupos de beneficiários adicionais para “meia-entrada”.

Cabe destacar que tais estratégias de precificação, chamadas de meia-entrada promocional, não se confundem com práticas de redução do preço do ingresso em dias e horários específicos. Essas estratégias pontuais de venda de ingressos não possuem pré-condição para o uso do desconto, e, as reduções de preço são cumulativas à meia-entrada legal. Pontua-se que a meia-entrada promocional não é cumulativa com a meia-entrada legal e está condicionada a algum status de cliente ou de assinante de serviço privado (bancos, telefonia, entre outros).

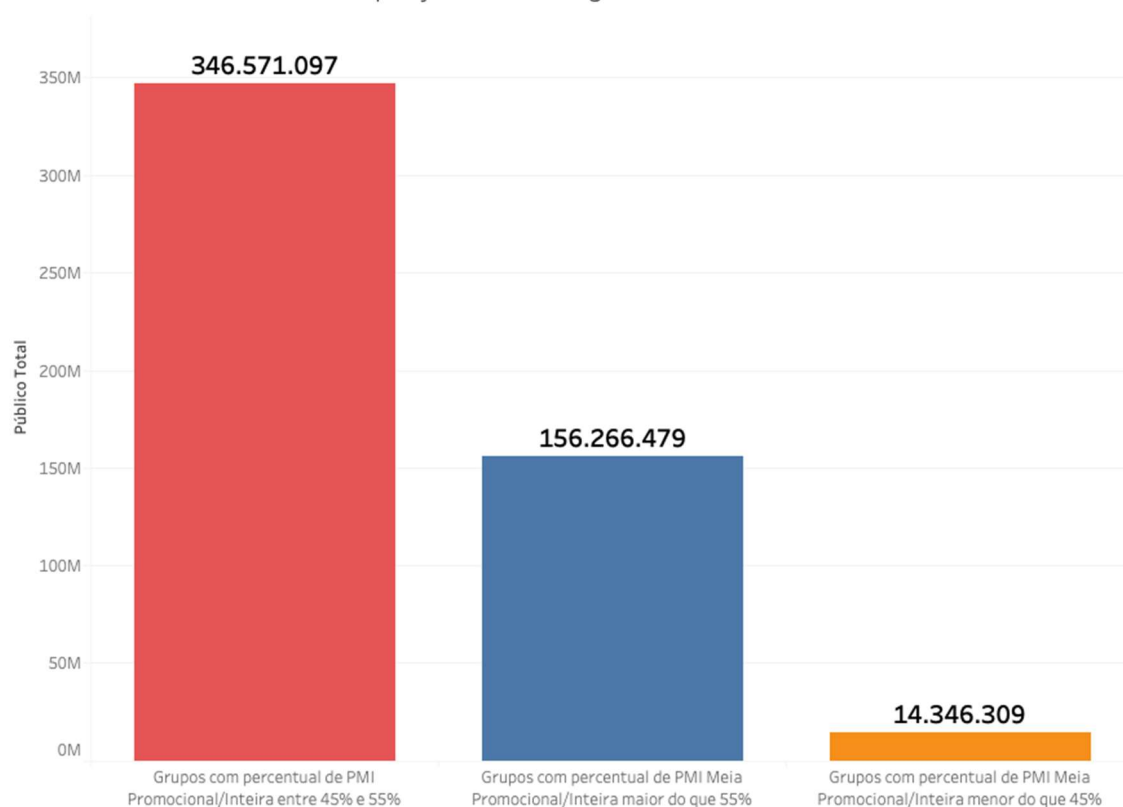
Como visto na seção anterior, o montante de ingressos vendidos com esse benefício, aqui chamado de “meia-entrada” promocional, não é desprezível e alcançou, por exemplo, um pico de 20% dos ingressos vendidos no terceiro trimestre de 2019. Tal categoria de ingresso vem se expandindo e é resultado de um posicionamento estratégico das salas de cinema no mercado, como forma de atrair e fidelizar mais clientes.

Análise realizada com dados do SCB aponta ser comum que nessa categoria de ingresso sejam vendidos bilhetes através de promoções com parceiros privados dos grupos exibidores com um desconto de aproximadamente 50% em relação ao ingresso vendido na categoria “inteira”, como pode ser visto no gráfico abaixo.

Gráfico 35

Público 2017/2019 por categoria de grupo exibidor

Categorias de acordo com a relação entre o preço médio do ingresso de Meia Promocional e o preço médio do ingresso Inteiro



Fonte: SCB/ANCINE.

Ou seja, os grupos exibidores que comercializam ingresso de “meia promocional”, em valores próximos de 50% do ingresso inteiro (45%-55%), vendem mais do que o dobro de bilhetes do que os grupos das outras categorias.

Tradicionalmente, a estratégia de precificação dos ingressos pelas salas de cinema já conta com uma redução do preço em dias de menor demanda – especialmente de segunda a quarta-feira, possivelmente explicada pelo fato de que as estreias dos filmes no circuito comercial são realizadas na quinta-feira.

Observa-se também que a maior parte das redes exibidoras possui outras estratégias de precificação ligadas à aplicação de descontos no momento da compra.

Ademais, a estratégia de desconto permite atingir um público consumidor que não é contemplado pela meia-entrada legal e, de certa forma, ampliar a base de espectadores com menor preço, uma vez que esses descontos não podem ser utilizados por quem já tem direito à meia-entrada” legal.

Em um levantamento realizado em sites de venda na internet e nos sites das principais redes de cinema do país, observou-se que as condições para o acesso a esses descontos possuem diferentes perfis.

O mais comum deles depende do cumprimento de certos critérios por parte do cliente. Nesse caso, o desconto é limitado àqueles que atendem aos requisitos pré-estabelecidos. As condições para o abatimento do preço são inúmeras.

Algumas delas são mais estruturadas e envolvem a vinculação do comprador de ingresso como cliente de alguma empresa parceira (que pode ser um banco, uma rede de comunicação, como jornal e TV, operadora de celular, entre outros). Porém, foi observado também que a concessão do desconto pode estar sujeita a condições preenchidas momentaneamente pelo cliente, que vão desde a presença de um acompanhante a ações como dar um beijo ou um abraço no companheiro(a) ou amigo(a) em frente ao caixa da bilheteria.

Há casos mais extremos nos quais os descontos aplicáveis têm como condição apenas o dia da semana. Enquadram-se neles, por exemplo, a promoção “Todos Pagam Meia”, existente em várias redes, na qual o abatimento é oferecido a qualquer usuário do cinema nos dias da semana determinados pelo estabelecimento exibidor.

Pelo o que foi verificado, a maioria dessas estratégias de promoção, senão todas, excluem os detentores do direito a “meia-entrada” legal. Nos regulamentos que foram analisados, é constante a menção de que essas promoções não são cumulativas com a meia-entrada legal.

Dentro de cada um desses perfis, há diversos aspectos envolvidos. Um deles diz respeito a influência dos dias da semana na aplicação do desconto. A análise observou que promoções vinculadas a empresas parceiras são mais extensivas, pois são válidas para todos os dias da semana. Já promoções com condições menos vinculativas tendem a ser aplicadas apenas em alguns dias (majoritariamente os de menor demanda, não sendo aplicáveis, por exemplo, aos feriados).

Outro aspecto, envolvendo essa política de promoções é o de valor. Na maior parte dos casos, as promoções incluem um abatimento de 50% no valor do ingresso. Porém, também foram detectadas reduções maiores e menores que 50%, em casos pontuais. Conforme já observado, os regulamentos analisados indicam que tais descontos não são cumulativos com o da meia-entrada. Isso significa que o abatimento do valor não ocorre para os detentores do direito de meia-entrada, ou seja, eles continuam pagando o mesmo preço que pagariam originalmente.

A modalidade do desconto condicionado a clientes de uma empresa parceira está presente nas maiores redes exibidoras do país. Tais abatimentos são aplicáveis aos clientes dos três maiores bancos privados do país (Itaú, Bradesco e Santander), das duas maiores empresas de telecomunicações (NET/Claro e Vivo), da seguradora Porto Seguro e a assinantes do canal Telecine (canal premium de TV a cabo, que também oferece plataforma de streaming).

Outra modalidade de desconto muito presente nas maiores redes exibidoras do Brasil está ligada a programas de fidelidade dos clientes de postos de gasolina, como Ipiranga e Petrobrás. De acordo com esses programas, o consumidor acumula pontos cada vez que utiliza os serviços desses estabelecimentos e pode trocá-los pelo abatimento de 50% no valor do ingresso.

O que mais chamou a atenção na análise realizada foi o fato de que as promoções sob condições meramente formais quase sempre ofereciam o abatimento de 50% ou mais sobre os valores dos ingressos, mesmo que em dias mais restritos da semana.

O Quadro abaixo demonstra alguns casos desse tipo de promoção, empregadas por diferentes redes de cinema do país, que estiveram vigentes recentemente, segundo dados levantados nas páginas eletrônicas desses exibidores.

Quadro 5

Rede de Cinema	Promoção	Condição	Ingresso Sob Condição
Cinesystem (160 salas)	Todos Pagam Meia	Qualquer Pessoa	Promoção válida para diferentes dias e valores em cada uma das unidades
Cine Araújo (154 salas)	Todos Pagam Meia	Qualquer Pessoa	Promoção válida para diferentes dias e valores em cada uma das unidades
Centerplex (89 salas)	Todos Pagam Meia	Qualquer Pessoa	Promoção válida para diferentes dias e valores em cada uma das unidades
Cineflix (78 salas)	Dia do Trabalhador	Qualquer Pessoa Que Trabalhe	2ª, exceto feriados, pontos facultativos, pré-estreias e eventos especiais
	Quinta do Namoro	Casal	5ª, exceto feriados, pontos facultativos, pré-estreias e eventos especiais

			Válido somente em compra física
	Todos Pagam Meia	Qualquer Pessoa	3ª e 4ª, exceto feriados, pontos facultativos, pré-estreias e eventos especiais
GNC Cinemas (53 salas)	Todos Pagam Meia	Qualquer Pessoa	3ª e 4ª, exceto feriados, Carnaval e a unidade de Balneário Camboriú
Multicine (52 salas)	Todos Pagam Meia	Qualquer Pessoa	2ª, 3ª e 4ª, exceto feriados
CineShow (37 salas)	Todos Pagam Meia	Qualquer Pessoa	2ª e 3ª
Grupo Cine (36 salas)	Terça do Abraço	Duas Pessoas	3ª, exceto feriados Válido somente em compra física
	Todos Pagam Meia	Qualquer Pessoa	2ª, e 4ª, exceto feriados e a unidade da Várzea Paulista - SP
Cine Gracher (30 salas)	Terça da Mulher (Entrada Livre)	Mulheres, desde que acompanhadas por outra pessoa que pague uma “inteira”	3ª, exceto feriados Válido somente em compra física
	Todo Mundo Paga Menos Que A Meia	Qualquer Pessoa	2ª, exceto feriados
	Todos Pagam Meia	Qualquer Pessoa	De 3ª a 5ª, exceto feriados
Lumière (30 salas)	Todos Pagam Meia	Qualquer Pessoa	2ª, 3ª e 4ª, exceto feriados, festivais e mostras, pré-estreias e eventos especiais Os dias alteram de acordo com a unidade (podendo ser os três ou apenas 3ª ou apenas 2ª e 4ª)
Mobi Cine (24 salas)	Todos Pagam Meia	Qualquer Pessoa	Todos os dias até às 18h, exceto pré-estreias
	Todos Pagam Meia	Qualquer Pessoa	De 2ª a 6ª, exceto pré-estreias Somente em Araguaína - TO
Circuito Cinemas (23 salas)	Todos Pagam Meia	Qualquer Pessoa	Promoção válida para diferentes dias em cada uma das unidades Não válida em feriados, pontos facultativos e pré-estreias
Cinemagic	Todos Pagam Meia	Qualquer Pessoa	Promoção válida para diferentes dias e valores em cada uma das unidades

Fonte: Dados coletados das páginas eletrônicas das redes de cinema pesquisadas nesse tópico da AIR.

Por meio do Quadro acima, é possível perceber que a adoção de promoções com contrapartida formal (ou até mesmo inexistente) é mais do que comum e usualmente aplicada sob condições mais restritas, como dias de semana específicos e horários determinados. Chama a atenção, particularmente, a adoção de

promoções nas quais todos pagam meia, exceto, os pagantes com direito à meia legal (já que continuam pagando o mesmo valor que pagariam na ausência da promoção), em determinados dias da semana.

Por fim, cabe observar que as maiores redes, bem como outras de menor porte, também estão criando clubes de fidelidade, nos quais os clientes cadastrados podem ter acesso a descontos nos valores dos ingressos e dos produtos oferecidos na lanchonete do cinema. O método é bem parecido com os dos postos de gasolina já citados: o consumidor cadastrado no programa acumula pontos ao comprar os serviços oferecidos pela rede exibidora e pode trocá-los por prêmios.

Nesses clubes, geralmente, os prêmios são iguais para todos os clientes cadastrados em uma rede e os pontos acumulados vão sendo abatidos a cada troca. Porém, há clubes de fidelidade que dividem e diferenciam os participantes em perfis distintos, de acordo com a frequência de consumo, oferecendo prêmios diversificados e melhores, incluindo a manutenção dos pontos mesmo após utilizados para aqueles que se encontram no maior nível.

A maior parte dos regulamentos desses programas não citam diferenciação alguma entre clientes que pagam o valor inteiro do ingresso e aqueles que pagam meia, no entanto, alguns deles citam explicitamente que os pontos são maiores para quem adquire o valor integral, sem a utilização da meia-entrada.

É interessante observar também o alcance dessas estratégias de “meia-entrada” promocional. Como visto anteriormente, existe um grau não desprezível de promoções que não exigem praticamente nenhum tipo de condição para sua obtenção, oferecidas por redes de cinema com participação de mercado considerável. No entanto, é preciso reconhecer também que essas promoções tendem a possuir maior limitação de dias e horários, sendo mais focadas em atrair público para sessões nas quais a demanda é, tradicionalmente, menor.

No entanto, como visto em tópicos anteriores, existe outro tipo de promoção que não restringe dias e horários, mas exige do cliente uma pré-condição, quase sempre como cliente de alguma outra empresa parceira. O acesso a essa promoção, portanto, está limitado àqueles que possuem acesso a esses produtos das empresas parceiras.

Como também observado, é usual que essas promoções estejam ligadas a empresas líderes nos setores bancários e de telecomunicações, abrangendo assim um percentual amplo de consumidores. No entanto, é importante frisar que há limitações.

Primeiramente, a estratégia de associação a empresas parceiras por parte das redes de cinema acaba tendo um fato competitivo, uma vez que as redes, que competem entre si, se unem a empresas que competem entre si em outros mercados. Por exemplo, clientes do Banco Bradesco, não tem direito a promoção nas mesmas redes dos clientes do seu competidor Itaú ou Santander. O mesmo acontece com clientes das empresas de telecomunicações Claro e Vivo.

Ainda, há o efeito de desincentivo a espectadores que não possuem esses produtos. Pesquisa recente do instituto Locomotiva, por exemplo, apontou que cerca de 45 milhões de brasileiros com mais de 16 anos não possuem conta bancária, por exemplo.

2.8 CARACTERÍSTICAS ECONÔMICAS DA POLÍTICA DE “MEIA-ENTRADA”: DIFERENCIAÇÃO DE PREÇOS / HETEROGENEIDADE / BAIXO CUSTO MARGINAL À ENTRADA DE NOVOS CONSUMIDORES

A teoria microeconômica estabelece três principais tipos de discriminação de preços. A de **primeiro grau, ou perfeita** é aquela na qual o vendedor consegue vender o produto pelo maior preço que cada comprador está disposto a dispendar, ou seja, pelo seu preço de reserva. Nesta situação o vendedor pratica, no limite, um preço diferente para cada comprador e consegue auferir máximo lucro possível. Obviamente se trata de uma situação extrema, muito rara de se observar no mundo real. Para conseguir efetuar este tipo de discriminação o vendedor teria que ter informações precisas sobre as preferências de cada consumidor.

A **discriminação de segundo grau** é aquela na qual o preço varia em razão da quantidade comprada. Trata-se de uma forma de discriminação muito mais comum no mundo real e pode ser empregada, por exemplo,

como um incentivo à redução do número de transações ou ao aumento do consumo. Em muitas situações visa diferenciar o consumo para revenda (atacado) do consumo final (varejo).

Por fim, a **discriminação de terceiro grau** é aquela na qual o preço de venda varia em função de grupos distintos de consumidores. A meia-entrada, ao conceder benefício para parcelas específicas da população, pode ser entendida como uma forma específica de discriminação de terceiro grau.

O objetivo desta forma de discriminação de preço é identificar grupos de consumidores que estão propensos a pagar mais (ou menos), pelo bem, e precificar de acordo com esta propensão. Esta discriminação pode ser entendida como uma forma ‘imperfeita’ da discriminação de primeiro grau. Ao invés de agir a partir das preferências de cada indivíduo, o foco passa a ser as preferências ‘médias’ de um grupo de pessoas.

É claro que a diferenciação de preços aqui não é tão precisa quanto no caso da discriminação de primeiro grau, tampouco, o lucro esperado é tão alto. No entanto, se trata de um cenário de diferenciação de preços muito mais realista, pois depende de um conjunto muito menor de informações.

A meia-entrada legal é uma forma muito particular, e não prevista na literatura tradicional, de discriminação de preços de terceiro grau porque ela apresenta uma diferença crucial em comparação ao modelo teórico: a discriminação de preços é, aqui, imposta pelo Estado, ou seja, não parte do exibidor. **Ela, portanto, não tem como premissa a busca pelo aumento do lucro individual da firma, mas sim a geração de externalidades socialmente positivas.** Como visto, a finalidade desta política é alcançar objetivos socialmente desejáveis, relacionados à expansão do consumo do bem cultural por pessoas que, de outra forma, não poderiam consumi-lo.

Além de uma forma particular de discriminação de preços de terceiro grau, a meia-entrada pode ser interpretada como uma regulação de preços parcial. Há a previsão de desconto compulsório para uma parcela da população, mas o valor do ingresso inteiro permanece sendo uma decisão privada. Do ponto de vista do exibidor, a reação esperada é a tentativa de elevar o preço do ingresso de modo a transferir para os pagantes de ingresso inteiro o custo gerado pela política. O grau de sucesso do exibidor dependerá, naturalmente, da sensibilidade do público a variações do preço, e o resultado final é alguma distribuição deste custo entre os pagantes de ingresso inteiro e o exibidor.

A meia-entrada, é, portanto, uma política pública custeada por subsídios cruzados, pelos pagantes de ingresso inteiro e pelos exibidores. A distribuição destes custos depende de como os consumidores reagem a variações no preço do ingresso inteiro.

Na situação atual, na qual 80% [\[23\]](#) dos ingressos são comercializados com desconto, o efeito prático da livre ação do exibidor sobre os preços é a neutralização de boa parte dos efeitos da política de meia-entrada. O preço-alvo do exibidor passa a um valor próximo à meia-entrada, e o ingresso inteiro se torna apenas uma referência, aplicável àquela parcela da população que não acessa nenhuma das hipóteses de desconto legal ou promocional.

Este argumento pode ser melhor observado através do seguinte exercício teórico:

Premissas:

I - o exibidor consegue transferir para o público pagante a totalidade do custo do desconto compulsório;

II - público pagante = 100 (o público não varia em função do preço)

III - receita de bilheteria = \$ 1.000 (o exibidor ajusta seus preços de modo a obter este valor)

PMI = \$ 10

No primeiro exemplo, supondo a existência de 20 pagantes de ingresso meia e 80, de ingresso “inteira”, chegamos aos seguintes preços:

- meia-entrada = \$ 5,6
- “inteira” = \$ 11,1
- diferença entre PMI e a meia-entrada = \$ 4,4
- diferença entre PMI e a “inteira” = \$ -1,1

No segundo exemplo, com 80 pagantes de ingresso meia e 20, de ingresso “inteira”, temos os resultados abaixo:

- meia-entrada = \$ 8,3
- “inteira” = \$ 16,7
- diferença entre PMI e a meia-entrada = \$ 1,7
- diferença entre PMI e a “inteira” = \$ -6,7

O exercício teórico mostra os efeitos do aumento da proporção de pagantes via meia-entrada para um volume fixo de consumidores, renda de bilheteria fixa, e considerando que o efeito do subsídio cruzado recai totalmente sobre o consumidor. No primeiro caso, onde 20% dos pagantes são beneficiados pela “meia-entrada”, o desconto real desta modalidade de ingresso é de 44%, no segundo caso, onde a proporção de beneficiados com a meia-entrada passa para 80%, o desconto real da meia-entrada é de apenas 17%. Olhando para o ingresso “inteira”, no primeiro caso, o consumidor paga valor 11% acima do PMI. No segundo exemplo esse percentual sobe para 67%. Tanto o valor da meia-entrada quanto o da “inteira” aumentam 50% no segundo exemplo, em comparação com o primeiro.

O aumento da proporção de meia-entrada em relação ao volume de ingressos vendidos, tende, portanto, a:

- i- aumentar os valores tanto da meia-entrada quanto do ingresso inteiro, ii- aproximar o valor do PMI ao da meia-entrada, reduzindo o desconto real concedido, e, iii- distanciar o valor do PMI ao do ingresso inteiro.

Por conta da forma como esta regulação foi desenhada, com garantia de desconto para parte da população, mas com a manutenção da liberdade de preços, é necessário que o público-alvo da política represente uma proporção menor da demanda da firma. Apenas assim teríamos a possibilidade de concessão de desconto real para o público-alvo.

Vale a pena explorar aqui outras características econômicas da atividade de exibição. A primeira delas diz respeito à **heterogeneidade do bem**. O filme é um bem único, com público específico e curva de demanda própria. Em muitas situações, dois filmes distintos não são bens substitutos, e as propensões de cada indivíduo a consumir o filme ‘A’ ou ‘B’ podem ser completamente diferentes.

Uma vez que ocorra a sessão de cinema, os custos para o exibidor não variam em função do número de espectadores na sala de cinema. **O custo em colocar mais pessoas na sessão de cinema (custo marginal), portanto, tende a zero.** Dessa forma, em tese, seria vantajoso para o exibidor identificar os consumidores que não estão dispostos a pagar o preço de oferta e conceder descontos visando a ampliação do público e da renda da sessão de cinema.

Como comentado, muitas empresas exibidoras já realizam alguma diferenciação de preços, em geral, baseada no horário da sessão e no dia da semana cinematográfica. A ideia é oferecer preços reduzidos para aquelas sessões com menor ocupação média. Se observa também, ainda que com menor frequência, a prática de concessão de descontos para a compra de *vouchers*, que podem ser trocados no futuro por ingressos de cinema. Muitas dessas promoções conjugam a necessidade de compra de um número mínimo de *vouchers* (discriminação de preços de segundo grau), a antecipação do gasto e o estabelecimento de condicionantes para o consumo (vedação ao uso em determinados dias e horários).

Outras estratégias mais sofisticadas de discriminação de preços, como oscilações no curto prazo em resposta ao comportamento observado ou previsto da demanda, escalonamento dos preços em função da proximidade da data da sessão e do número de ingressos já comprados, precificação por filme [\[24\]](#) e uso de big data para a predição do comportamento de grupos de pessoas, são práticas já observáveis em setores como varejo eletrônico, transporte por aplicativo e transporte aéreo, mas ainda não explorados pela atividade de exibição cinematográfica.

Por fim, vale destacar que a exploração eficiente pelo segmento de exibição, no contexto de baixíssimo custo de ingresso de mais pessoas na sessão, pode atuar na mesma direção do objetivo da política pública, de ampliação do acesso ao bem cultural. Para o exibidor faz sentido cobrar preços mais baixos até o limite da capacidade da sessão, desde que ele consiga manter a cobrança de preços mais altos para a parcela da população que está disposta a pagar mais. Do ponto de vista social a diferenciação de preços é

crucial para que se consiga facilitar o acesso a uma parte da população que não consome o bem por restrições econômicas.

Assim, ainda que visando objetivos diversos, no caso da meia-entrada, é possível criar algum espaço de convergência entre a ação da política pública e a finalidade do negócio privado.

2.9 CURVAS DE DEMANDA EMPÍRICAS PARA O CONSUMO DE CINEMA E MODELO DECISÓRIO

Esta seção apresenta alguns exemplos de curvas de demanda empíricas (consideradas representativas) para consumo de cinema e descreve sua utilização para construção do modelo de tomada de decisão adotado (jogos estratégicos).

2.9.1 OBJETIVOS INICIAIS

- 1 - Inclusão de (grande) público potencial com reduzido poder aquisitivo;
- 2 - Expansão do mercado exibidor, com possível elevação da renda setorial, além de aumento de arrecadação municipal e "irrigação" adicional do FSA;
- 3 - Possível desregulamentação (maior liberdade econômica), aumento da competitividade setorial, e consequente redução de preços unitários => realimentação positiva relativa ao ponto 1 acima.
- 4 - Combate à pirataria – expectativa que maior público "regular" nas salas tenda a enfraquecer o comércio ilegal de cópias ou exibições em sites não autorizados.

2.9.2 OBJETIVOS DE MÉDIO E LONGO PRAZOS

- 5 - Idealizar novos métodos de precificação dinâmica de ingressos (e construir ferramentas computacionais que as tornem acessíveis a não-especialistas), com vistas a equalizar as taxas de ocupação de espaços de exibição já existentes.
- 6 - Modelar com maior precisão o problema conhecido como "principal-agente" ou "dilema da agência", que surge com a assimetria de informações em contratos ou acordos entre partes – no caso da ANCINE, esta condição é típica em contextos de fomento (FSA). Tais resultados visam a redução de conflitos e atrasos, especialmente nas ações de fomento relativas à construção de novos espaços de exibição, que serão necessárias para efetiva inclusão do público desejado.
- 7 - Propor a criação ou utilização de espaços com grande capacidade de exibição simultânea, prioritariamente (ou exclusivamente) construídos em regiões carentes com substancial densidade populacional. Tais medidas podem ser aceleradas com o auxílio dos mecanismos já existentes na ANCINE, possivelmente condicionadas à prática de preços reduzidos e compatíveis com as diretrizes de inclusão cultural desejada.

2.9.3 PREMISSAS E CONDIÇÕES PARA A CONSTRUÇÃO DO MODELO DECISÓRIO

- Cada obra é um bem específico e com comportamento comercial diferenciado. Logo, os levantamentos devem ser realizados obra a obra, com possibilidade de condensação posterior em suas várias dimensões (geográfica, temática etc.)
- Para maior precisão na obtenção da aproximação das curvas preço x demanda, as informações atômicas (por sessão) correspondentes a público pagante consideraram meia-entrada legal e valor cheio.
- Os *payoffs* dos exibidores, utilizados na montagem dos jogos estratégicos, foram sintetizados com base na expansão do público esperado, correspondente a cada possível estratégia (diversas alternativas de desconto).
- Os *payoffs* dos pagantes, utilizados na montagem dos jogos estratégicos, foram sintetizados considerando o valor nominal do desconto oferecido em cada alternativa.

2.9.4 MÉTODO

1 - As aproximações das curvas preço x demanda foram obtidas por meio de registros elementares enviados pelas exibidoras para cada obra. As informações numéricas correspondentes a renda e público por sessão são contabilizadas em slots com granularidade de R\$1,00, dando origem a histogramas que representam as estimativas desejadas.

2 - Tais curvas empíricas são pré-processadas (eliminação de outliers e demais anomalias), e se transformam em training sets, usados para ajustamento de modelos paramétricos específicos para cada obra. Este processo de ajustamento pode ser também denominado "aprendizado de máquina".

3 - Na presente iniciativa, o modelo utilizado emprega a função $y = a \cdot \exp(bx) + c$, que possui características adequadas ao estudo em questão. O método empregado para otimização das funções de erro quadrático (métrica Euclidiana usual) é o tradicional algoritmo de Levenberg-Marquardt que, embora não seja globalmente minimizador, atende plenamente às necessidades atuais. Em todos os casos, o número de habitantes sem recursos disponíveis para aquisição de ingressos foi estimado em dez milhões (em todo o território nacional).

4 - Para a construção do modelo decisório, a abordagem escolhida foi desenvolver jogos estratégicos não-cooperativos finitos, sendo que cinco obras com grande audiência em 2019 foram selecionadas para realização de análises detalhadas. As obras escolhidas são: "OS PARÇAS 2", "REI LEÃO", "VINGADORES: ULTIMATO", "MINHA MÃE É UMA PEÇA 3" e "MINHA VIDA EM MARTE". Em cada caso, os agentes são exibidor e pagante, sendo que o primeiro dispõe de sete alternativas estratégicas (preço unitário sem desconto e oferta de 10%, 20%, 30%, 40%, 50% e 60% de desconto) e o segundo de duas (ASSISTE e NÃO ASSISTE). As simulações adotaram como preço unitário cheio os valores médios dos ingressos relativos à meia-entrada legal, opção compatível com o cenário atual, considerando as informações declaradas pelos exibidores nacionais e enviadas à ANCINE regularmente. Esta decisão também considerou o elevado grau de elasticidade na região entre a gratuidade e o valor citado.

Como estabelecido acima, os payoffs dos exibidores foram calculados com base na amplificação do público esperado, correspondente a cada possível estratégia (diversas alternativas de desconto). Tal expansão foi modelada pela divisão das quantidades de espectadores correspondentes a cada preço unitário, por sua vez obtidas por meio das curvas de preço x demanda. Considerando o insignificante custo marginal de produção da atividade econômica sob estudo, o argumento acima é reforçado em sua plausibilidade.

2.9.5 CONCLUSÕES

Todos os casos estudados resultaram em dois equilíbrios puros, que podem ser interpretados como:

1 – Não fazer nada (exibidor não oferece desconto e potencial espectador não comparece) e, conseqüentemente, não obter retorno algum. Trata-se de um equilíbrio obviamente indesejável.

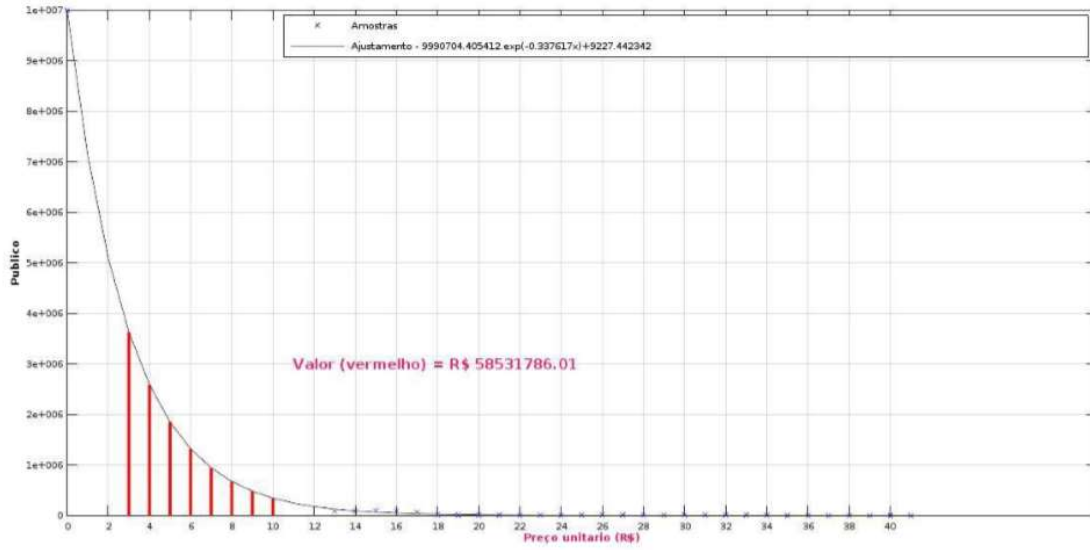
2 – Oferta de desconto de 60% no valor do ingresso e decisão de comparecimento à exibição. Este equilíbrio é eficiente, com máximo retorno aos agentes, dadas as alternativas disponíveis.

Este último resultado decorre principalmente da sensibilidade dos níveis de demanda potencial em relação aos preços na região sob estudo.

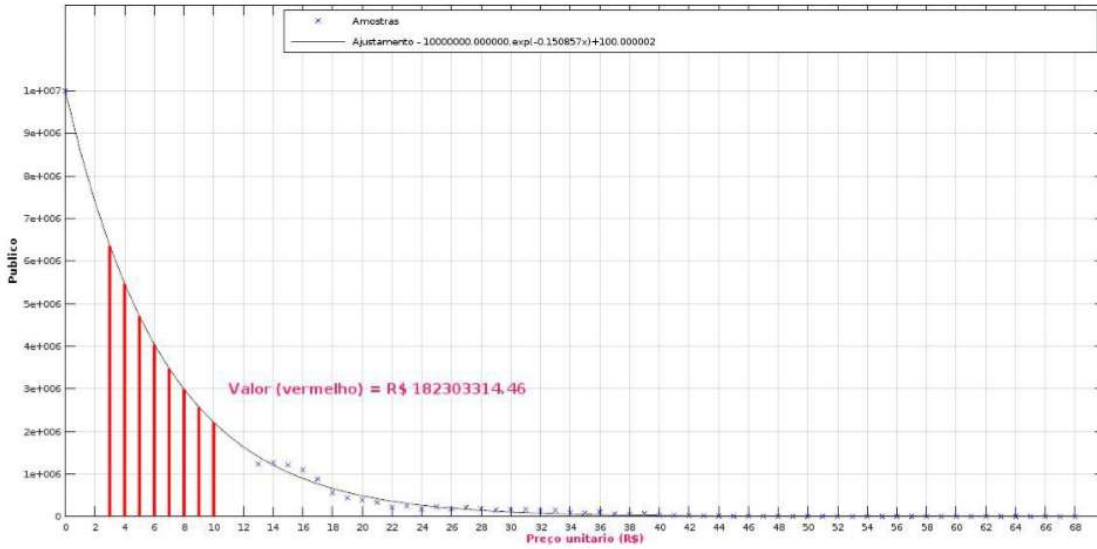
A conclusão é que o maior desconto resultou em maiores benefícios aos participantes.

Figura 13 - Curvas Preço-Demanda

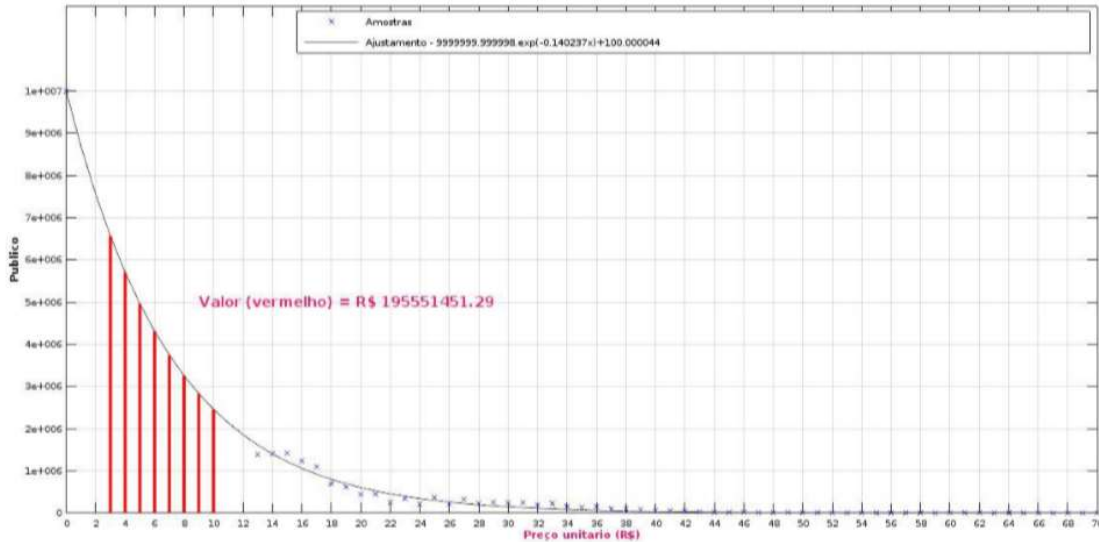
OS PARÇAS 2



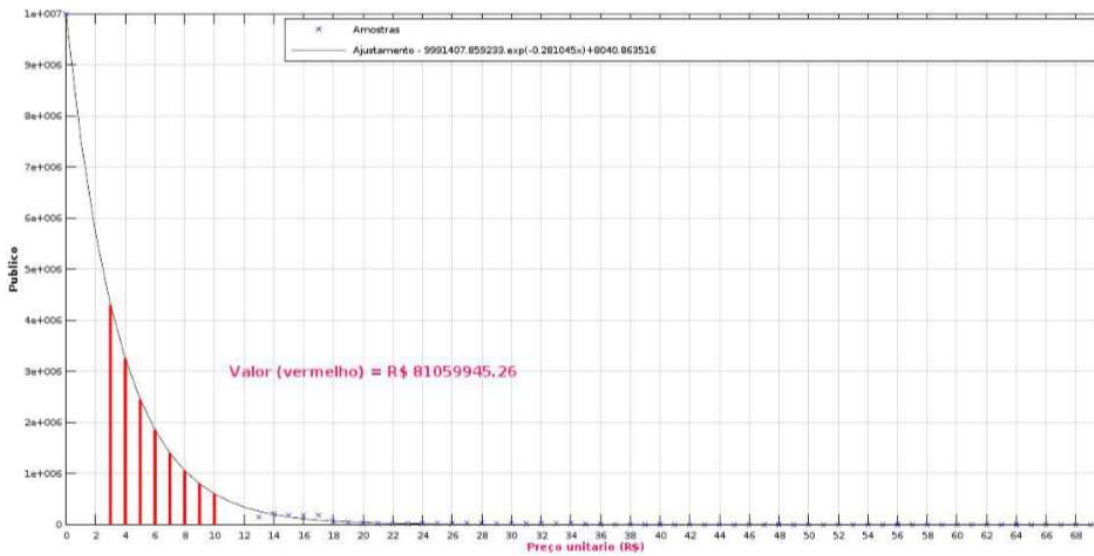
REI LEÃO



VINGADORES: ULTIMATO



MINHA MÃE É UMA PEÇA 3



MINHA VIDA EM MARTE

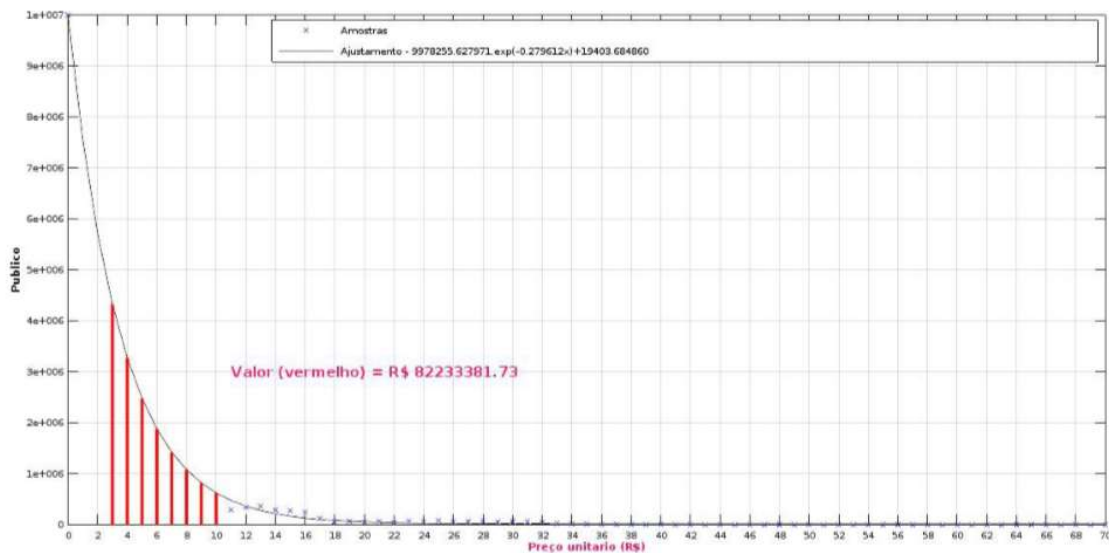


Figura 14 - Jogos estratégicos e respectivos equilíbrios de Nash (Equilíbrios obtidos usando o programa Gambit – www.gambit-project.org)

OS PARÇAS 2

		NÃO ASSISTE	ASSISTE
EXIBIDOR Payoff: 140.2830 PAGANTE Payoff: 7.3680	Sem Desc	0	0
	10% DESC	0	0
	20% DESC	0	0
	30% DESC	0	0
	40% DESC	0	0
	50% DESC	0	0
	60% DESC	0	0

#	1: Sem Desc	1: 10% DESC	1: 20% DESC	1: 30% DESC	1: 40% DESC	1: 50% DESC	1: 60% DESC	2: NÃO ASSISTE	2: ASSISTE
1	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	1.0000	0.0000	1.0000
2	1.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	1.0000	0.0000

REI LEÃO

		NÃO ASSISTE		ASSISTE	
EXIBIDOR Payoff: 50.6010 PAGANTE Payoff: 8.4660	Sem Desc	0	0	1411	0
	10% DESC	0	0	1129	1411
	20% DESC	0	0	1000	1000
	30% DESC	0	0	1000	500
	40% DESC	0	0	500	433
	50% DESC	0	0	1623	1411
	60% DESC	0	0	2000	500

Profiles 1 - Some equilibria by solving polynomial systems in strategic game									
#	1: Sem Desc	1: 10% DESC	1: 20% DESC	1: 30% DESC	1: 40% DESC	1: 50% DESC	1: 60% DESC	2: NÃO ASSISTE	2: ASSISTE
1	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	1.0000	0.0000	1.0000
2	1.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	1.0000	0.0000

VINGADORES: ULTIMATO

		NÃO ASSISTE		ASSISTE	
EXIBIDOR Payoff: 47.0450 PAGANTE Payoff: 8.5320	Sem Desc	0	0	711	0
	10% DESC	0	0	500	711
	20% DESC	0	0	1000	711
	30% DESC	0	0	500	711
	40% DESC	0	0	1000	711
	50% DESC	0	0	500	711
	60% DESC	0	0	1000	711

Profiles 1 - Some equilibria by solving polynomial systems in strategic game									
#	1: Sem Desc	1: 10% DESC	1: 20% DESC	1: 30% DESC	1: 40% DESC	1: 50% DESC	1: 60% DESC	2: NÃO ASSISTE	2: ASSISTE
1	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	1.0000	0.0000	1.0000
2	1.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	1.0000	0.0000

MINHA MÃE É UMA PEÇA 3

		NÃO ASSISTE		ASSISTE	
EXIBIDOR Payoff: 133.5130 PAGANTE Payoff: 8.2200	Sem Desc	0	0	133	0
	10% DESC	0	0	100	133
	20% DESC	0	0	1000	133
	30% DESC	0	0	2129	271
	40% DESC	0	0	500	100
	50% DESC	0	0	1000	133
	60% DESC	0	0	1000	271

Profiles 1 - Some equilibria by solving polynomial systems in strategic game									
#	1: Sem Desc	1: 10% DESC	1: 20% DESC	1: 30% DESC	1: 40% DESC	1: 50% DESC	1: 60% DESC	2: NÃO ASSISTE	2: ASSISTE
1	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	1.0000	0.0000	1.0000
2	1.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	1.0000	0.0000

MINHA VIDA EM MARTE

		NÃO ASSISTE		ASSISTE	
EXIBIDOR Payoff: 95.5130 PAGANTE Payoff: 7.4760	Sem Desc	0	0	523	0
	10% DESC	0	0	2188	523
	20% DESC	0	0	2425	523
	30% DESC	0	0	1000	250
	40% DESC	0	0	500	250
	50% DESC	0	0	1000	523
	60% DESC	0	0	1000	250

Profiles 3 - Some equilibria by solving polynomial systems in strategic game									
#	1: Sem Desc	1: 10% DESC	1: 20% DESC	1: 30% DESC	1: 40% DESC	1: 50% DESC	1: 60% DESC	2: NÃO ASSISTE	2: ASSISTE
1	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	1.0000	0.0000	1.0000
2	1.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	1.0000	0.0000

2.10 AVALIAÇÃO DOS GRUPOS BENEFICIADOS PELA LEI DE MEIA-ENTRADA FEDERAL

Conforme detalhado na seção 2.4, é bem estabelecida a relação entre consumo de cinema e escolaridade, renda e idade. O público frequentador de salas de cinema é predominantemente jovem, instruído e com alta renda familiar. Esse padrão não se restringe ao cinema, e está presente nas outras modalidades de consumo cultural.

A política de meia-entrada atua de forma mais eficiente sobre a variável ‘renda’, como estímulo ao consumo do bem cultural, porque sua ação neste caso é direta. A política atua efetivamente no elemento que constitui a principal barreira ao acesso. A redução do preço do ingresso pode, em tese, também estimular o consumo pela população com baixa escolaridade e idade mais avançada. No entanto, nesses casos a ação se dá por via indireta. Outras razões operam aqui para explicar o baixo consumo, e, em alguns casos, o preço do ingresso não é, sequer, a razão principal.

Foi visto que aproximadamente metade da população brasileira se enquadra em uma das quatro hipóteses previstas na Lei Federal sobre meia-entrada. Se considerarmos as outras modalidades de desconto existentes, esta proporção passa a ser ainda maior. Tentaremos aqui verificar em que medida as hipóteses de benefício previstas na Lei Federal são eficientes em atingir a população de baixa renda, que é aquela que, teoricamente, seria o principal alvo das políticas de meia-entrada.

I – jovens de 15 a 29 anos de idade de baixa renda, inscritos no Cadastro Único para Programas Sociais do Governo Federal (CadÚnico) e cuja renda familiar mensal seja de até 2 (dois) salários mínimos[\[25\]](#)

Como a seleção deste grupo se baseia diretamente na renda familiar, ele atinge o público alvo. Não se está discutindo aqui se o corte de dois salários mínimos, ou o intervalo de idade considerados são os mais apropriados. O que se afirma é que todo o grupo de pessoas selecionado, de fato, possui barreiras econômicas para o acesso às salas de cinema.

Em 2020, aproximadamente **16,8 milhões de jovens (7,9% da população total)**[\[26\]](#) se enquadram nessa categoria de benefício.

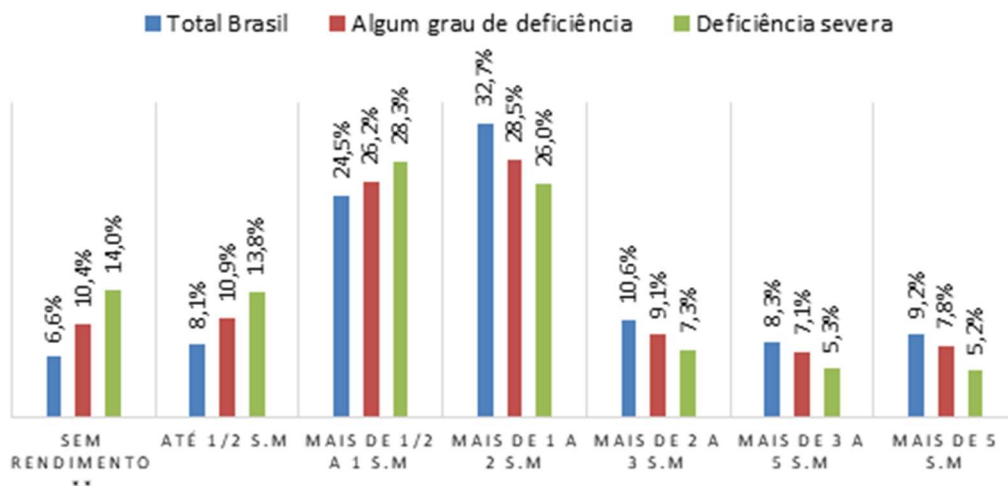
Cabe aqui ressaltar que o preço médio da “meia-entrada” legal em 2019 foi equivalente a 1,36% do salário mínimo. Assim, dependendo da quantidade de pessoas que compõe a família, uma renda mensal de até 2 salários mínimos não seria suficiente para atividades culturais, mesmo considerando o valor da “meia-entrada” legal.

II – pessoas com deficiência, inclusive seu acompanhante, quando necessário

De acordo com o Censo 2010, 23,9% da população brasileira tem, em algum grau, deficiência auditiva visual, motora ou mental. São consideradas com deficiência severa as pessoas que declararam ter grande dificuldade ou que não conseguiam ver, ouvir ou se locomover de modo algum. Em 2010, **6,7% da população brasileira** afirmou possuir deficiência auditiva, visual, motora ou mental severa. Em termos absolutos isto corresponde a um contingente de aproximadamente **12,5 milhões de pessoas**.

Quanto ao poder aquisitivo, os resultados observados para as populações com ‘algum grau de deficiência’ e ‘deficiência severa’ são em geral inferiores aos da população total.

GRÁFICO 36 - DISTRIBUIÇÃO DA POPULAÇÃO TOTAL E COM DEFICIÊNCIA POR INTERVALO DE RENDA* – 2010



Fonte: Censo 2010. Salário mínimo utilizado: R\$ 510,00.

* Pessoas de 10 anos ou mais de idade, ocupadas na semana de referência, por classes de rendimento nominal mensal de todos os trabalhos.

** Inclusive as pessoas que receberam somente em benefícios.

O benefício à meia-entrada, concedido à população com deficiência atinge em alguma medida a dimensão econômica, já que esta parcela da população apresenta indicadores de renda inferiores à média da população brasileira. A deficiência, sobretudo severa, diminui a chance de ocupação no mercado de trabalho e reduz a expectativa de ganho. No entanto, diferentemente do primeiro critério, que seleciona exclusivamente pela renda, estão presentes aqui representantes de todas as classes sociais.

Da população com deficiência severa com ocupação, 18% (contra 28% da população total) ganha dois salários mínimos ou mais. Isto os coloca em condição econômica melhor em comparação com o primeiro grupo de beneficiários, cujo corte é de dois salários mínimos como renda familiar.

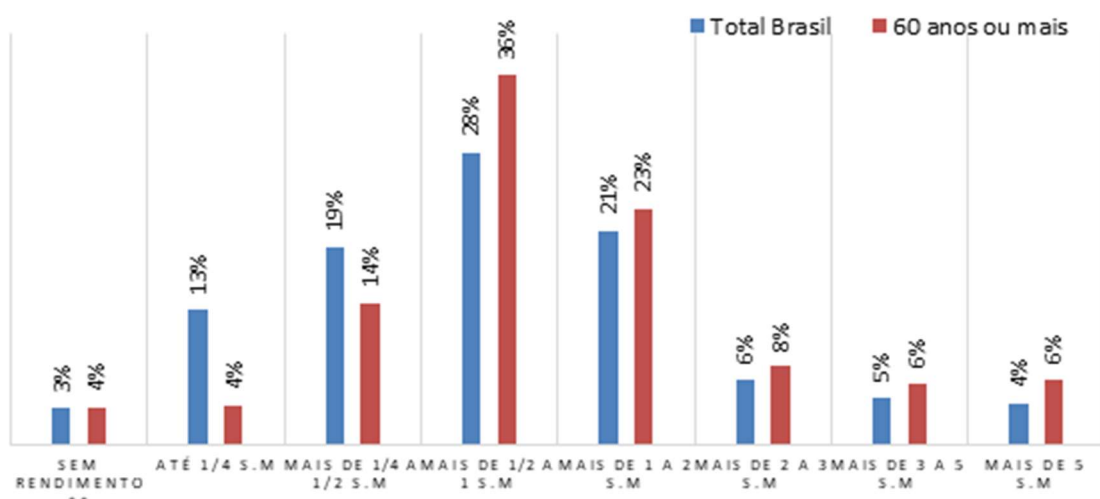
Ainda que apresente correlação com indicadores de renda, a população com deficiência, sozinha, não parece ser um critério eficiente de seleção da parcela da população com menor poder aquisitivo. Na verdade, para este grupo da população existem questões específicas mais cruciais ao acesso, como, por exemplo, a produção dos recursos de acessibilidade para cada obra, e a adaptação das salas de cinema para a oferta destes recursos. A ANCINE produziu Análise de Impacto Regulatório sobre esse tema[27], e normas específicas[28].

III – pessoas com mais de 60 anos

Como visto, a população com mais de 60 anos, no Brasil, perfaz **20.590.599 (10,8%) da população total**, de acordo com informações do censo 2010.

Dados de distribuição da renda domiciliar per capita indicam que a parcela da população com mais de 60 anos, atualmente, está em melhores condições econômicas do que o restante da população. A proporção pessoas com mais de 60 anos supera a do total da população para todos os intervalos de renda domiciliar per capita a partir de 1/2 salário mínimo.

GRÁFICO 37 - DISTRIBUIÇÃO DA POPULAÇÃO TOTAL E COM MAIS DE 60 ANOS POR INTERVALO DE RENDA* - 2010



Fonte: Censo 2010. Salário mínimo utilizado: R\$ 510,00.

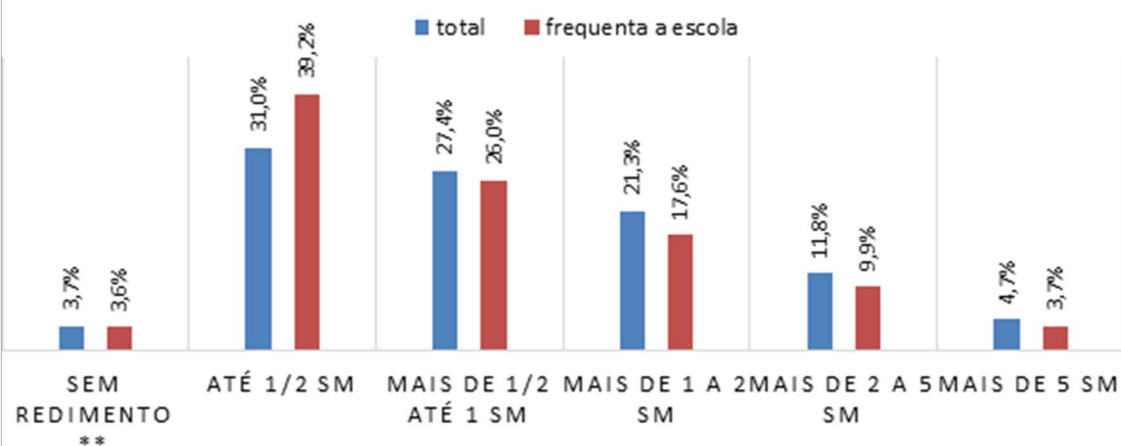
* Pessoas de 10 anos ou mais de idade, ocupadas na semana de referência, por classes de rendimento nominal mensal domiciliar per capita de todos os trabalhos. ** Inclusive as pessoas que receberam somente em benefícios.

Os dados, portanto, apontam para a direção de que a política de meia-entrada voltada a pessoas com mais de 60 anos, em termos agregados, não foca a parcela da população que possui maiores barreiras econômicas ao consumo de cinema. É claro que uma parte da população idosa possui baixo poder aquisitivo e depende da política de meia-entrada para poder ir ao cinema, mas essa realidade é igualmente válida para as demais faixas de idade. O fato é que **a idade não é um bom critério de seleção da parcela da população com menor poder aquisitivo.**

IV – estudantes

Essa é a hipótese de benefício da meia-entrada com maior número de contemplados. Se enquadram aqui **59,6 milhões, ou 31,2% da população**. Comparando a renda domiciliar per capita da população total com a dos estudantes, observa-se maior proporção de estudantes na faixa de renda até 1/2 salário mínimo. Esta diferença é distribuída entre as demais faixas de renda.

GRÁFICO 38 - DISTRIBUIÇÃO DA POPULAÇÃO E DOS ESTUDANTES, POR RENDA* - 2010



Fonte: Censo 2010. Salário mínimo utilizado: R\$ 510,00.

* Pessoas residentes em domicílios particulares, por classes de rendimento nominal mensal domiciliar per capita.

** Inclusive as pessoas que receberam somente em benefícios.

A exemplo do que acontece com a hipótese de benefício às pessoas com deficiência, ainda que apresente correlação com indicadores de renda, a condição de estudante, sozinha, não parece ser um critério eficiente de seleção da parcela da população com menor poder aquisitivo.

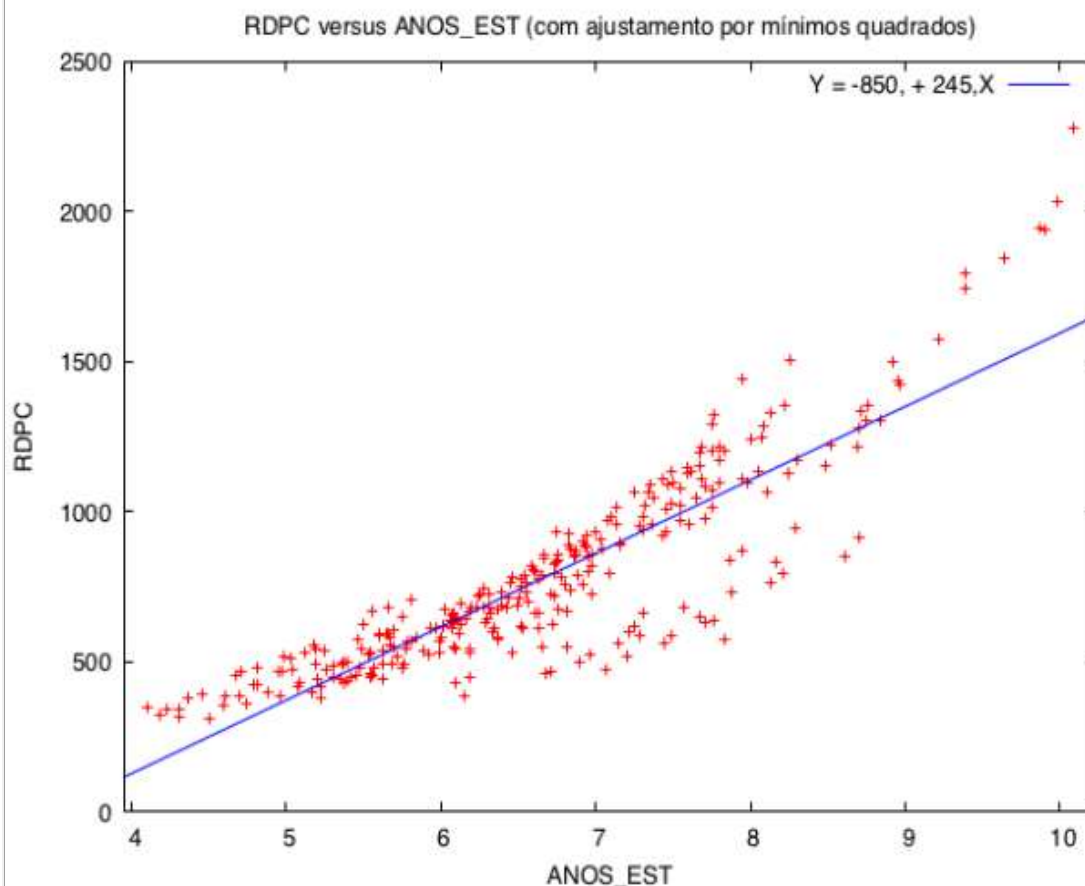
Este argumento é corroborado por WINK JUNIOR et al. (2016). Eles estimam os impactos das políticas de meia-entrada a partir da comparação do consumo de bens culturais por estudantes, antes e após a edição das leis estaduais sobre o tema. Os resultados sugerem que, de maneira geral, a política de incentivo à demanda aumentou a probabilidade de os estudantes consumirem bens e serviços culturais. Esse aumento de consumo, no entanto, não é homogêneo. Ele atuou, sobretudo, nos estudantes mais jovens, com maior renda e maior escolaridade.

Para além do critério de renda, podemos aventar outras hipóteses para justificar políticas e ações de incentivo aos estudantes. Como visto, o consumo de cultura pode ser um meio para estimular a percepção da população quanto aos benefícios proporcionados pela educação. As externalidades potencialmente geradas por este fenômeno, na forma de aumento gradual dos níveis de escolaridade, redução da evasão escolar e dos níveis de distorção entre série e idade, poderiam justificar ações do Estado voltadas a promover o consumo de bens culturais pelos estudantes.

Do ponto de vista privado, estimular o consumo dos estudantes pode ser uma ação racional. Estudantes em geral, têm maior tempo a disposição para atividades de lazer e por essa razão podem responder bem, por exemplo, a estratégias de diferenciação de preços por dia e horário da sessão. Além disso, os estudantes se concentram na população mais jovem. Como visto, esta é uma característica que aumenta a propensão ao consumo de cinema.

Entretanto, cabe ressaltar que ser estudante é uma condição com duração de tempo variável. Uma pessoa que tenha completado o ensino superior esteve, pelo menos, dezesseis anos na condição de estudante, já aquele que encerrou os estudos após a conclusão do ensino fundamental esteve nove anos nessa condição [29]. A duração dessa condição de estudante não é similar para todo o conjunto da sociedade, membros de famílias com menor renda tendem a estudar menos tempo. Na figura abaixo percebe-se que a relação entre renda domiciliar per capita e anos de estudo é direta.

Figura 15 - Dispersão renda domiciliar per capita X anos de estudo



Fonte: PINTO, Isabela Freire de Andrade. Educação e desigualdade de renda no Brasil. Dissertação (Mestrado Profissional em Economia Empresarial e Finanças). Escola Brasileira de Economia e Finanças da Fundação Getúlio Vargas. Rio de Janeiro. 2017. p. 39[30]

Dessa forma, pessoas que integram famílias com menor renda, em média, estudam por menos anos que pessoas de famílias com maior renda. O que significa que jovens de famílias de menor renda ficam menos anos na condição de estudante, tendo assim acesso a “meia-entrada” por menos tempo que jovens de famílias com maior renda.

Segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua 2018, a proporção de pessoas de 18 a 29 anos de idade com no mínimo 12 anos de estudo entre os 20% mais ricos foi 127% superior em relação aos 20% mais pobres. A taxa de evasão escolar entre jovens de famílias mais pobres é oito vezes maior do que entre jovens de famílias de maior renda[31].

2.11 SÍNTESE DOS RESULTADOS APRESENTADOS NESTA SEÇÃO

Como visto, o acesso à cultura constitui-se como elemento importante no processo de desenvolvimento humano e socioeconômico, atuando não só como instrumento de coesão, mas também diretamente no crescimento e desenvolvimento econômico, impulsionando dinâmicas de inovação e mudança estrutural. Tais elementos, constituem-se como externalidades positivas do consumo cultural, a serem incentivadas pela política pública.

Ao oferecer vantagem na compra de ingressos para consumo destes produtos, a política de meia-entrada busca garantir que os benefícios do acesso à cultura sejam distribuídos de forma mais igualitária pela sociedade, tentando corrigir distorções que inibiriam a apropriação desses benefícios por diferentes grupos sociais.

Na sua atual redação, a legislação federal oferece esse incentivo a estudantes, pessoas com deficiência, jovens de baixa renda e idosos. Ou seja, ela atua com incentivos a partir de elementos ligados a idade, renda e educação, além de incluir ainda condições especiais ligadas a pessoa com deficiência.

Aqui, é importante reconhecer que legislações estaduais e municipais estenderam o alcance desse incentivo a outros grupos. No entanto, para fins desta Análise de Impacto Regulatório, foram consideradas apenas as diretrizes da legislação federal.

Um outro elemento característico desse tipo de atuação é a criação de subsídios cruzados, onde as pessoas fora dos grupos alvo da política e outros agentes de mercado acabam custeando o incentivo dados a esses grupos, possuindo assim um aspecto distributivo, pelo menos em teoria.

Uma vez estabelecidas as premissas que envolvem a existência da política de meia-entrada, o que podemos observar a partir das análises acima realizadas é que os resultados alcançados, no que cabe à indústria cinematográfica, ensejam reflexão quanto a plena eficácia alcançada pela política no contexto de mercado recente.

Observamos que o uso da meia-entrada legal é, hoje, majoritário nas bilheterias dos cinemas do país, com quase 60% dos ingressos vendidos sendo pagos a partir desse benefício.

O uso da meia-entrada em tal proporção parece ter efeitos diretos sobre a formação de preços no mercado. Em primeiro lugar, essa demanda é reconhecida pelo agente e incorporada na sua formulação de preço diante dos seus custos. Além disso, como a proporção da demanda nessa categoria é tão extensa, o uso do subsídio cruzado através do repasse do custo aos agentes fora do grupo alvo torna-se mais difícil, pois exigiria um aumento do valor do ingresso desproporcional frente a capacidade destes agentes em pagar por ingressos conforme seus preços aumentam.

Diante deste cenário, os dados mostram ainda uma tendência recente ligada ao crescimento das chamadas meia-entrada promocionais, através das quais descontos similares ao previstos na legislação federal são concedidos a partir de diferentes condições a serem atendidas por parte dos clientes. Vimos que esse modelo de ingresso tem se tornado prática comum na maior parte das redes exibidoras e já representa cerca de 20% dos ingressos vendidos em salas de cinema.

Assim, o que observamos é que, atualmente, cerca de 80% dos ingressos e entre 60% e 70% da renda auferida pelas salas de cinema são oriundos de ingressos vendidos com o valor de meia-entrada, seja legal ou promocional.

A ascensão da “meia-entrada” promocional fortalece uma estratégia que demanda como, em sua maior parte, ligada a alguma condição de abatimento de 50% do valor do preço. O exibidor, por sua vez, diante dessa demanda, precifica seus ingressos a partir dessa percepção, aumentando os preços nominais de forma a alcançar o preço real de equilíbrio. Cria-se assim o fenômeno popularmente conhecido como “metade do dobro”, onde uma vez que a demanda real é aquela majoritariamente ligada a um desconto de 50% preço, a precificação não consegue repassar esse custo aos 20% de público que não comprar ingresso nessa condição, incorporando diretamente no preço a maior parte desse custo. Esse movimento, como vimos, faz com que o ingresso em seu valor “inteiro”, no Brasil, seja um dos mais caros do mundo.

Essa situação de mercado possui diferentes problemas, no que cabe ao alcance da plenitude da política pública. Primeiramente, destaca-se o mais elementar: o usufruto de preços incentivados por parte de um estrato da população como facilitador de acesso à cultura tem seus efeitos inibidos, uma vez que não há o subsídio cruzado que sustenta essa política e oferece condições realmente vantajosas de acesso.

Os dados ligados ao consumo cultural nas capitais, apresentados acima, indicam que, apesar da grande proporção de “meias-entradas” nas salas de cinema, o perfil de público que está se apropriando desse consumo cultural não é proporcionalmente aquele que a política busca atingir.

Em termo de renda, a pesquisa citada pela análise da seção anterior, no Gráfico 1, demonstrou que as únicas classes sociais com hiato em termos de representatividade nas salas de cinema são as classes ‘D’ e ‘E’. Proporcionalmente, a representatividade é maior conforme maior a classe social.

Por um lado, deve-se reconhecer que, quanto menor a renda, o maior o custo marginal ligado ao consumo cultural, o que, por si só, já inibe o acesso por essas classes. Por outro lado, deve-se observar também que

é exatamente esse tipo de dificuldade que a política pública deve buscar compensar na sua busca por equalizar condições e corrigir distorções.

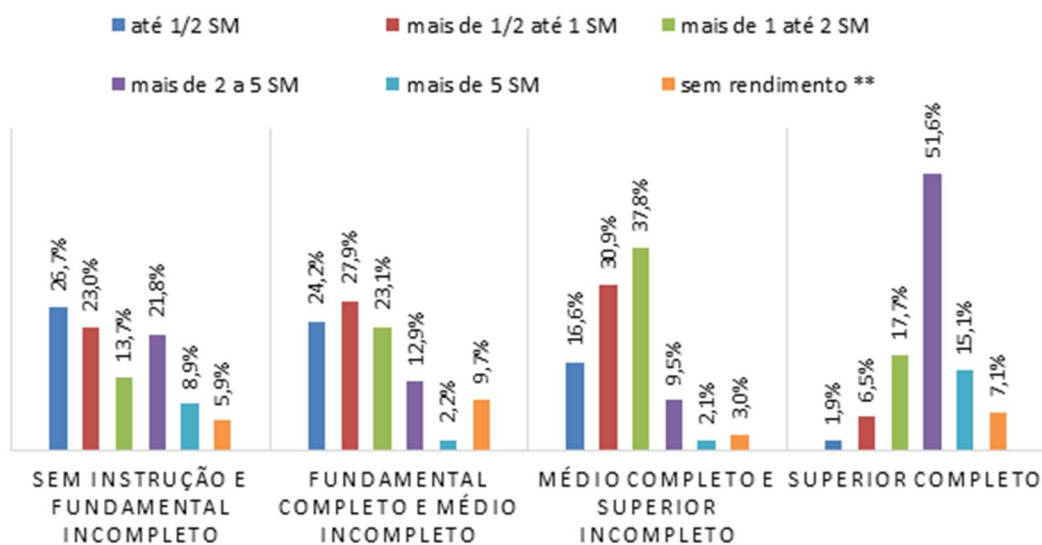
No atual modelo, a meia-entrada para classes sociais mais baixas está restrita aos jovens de 15 a 29 anos de idade de baixa renda, inscritos no Cadastro Único para Programas Sociais do Governo Federal (CadÚnico) e cuja renda familiar mensal seja de até 2 (dois) salários mínimos, na forma do regulamento.

Aqui já se percebe uma exclusão importante da política, ligada aos adultos (com idade superior a 29 anos), reconhecidamente de baixa renda, por estarem inscritos no Cadastro Único, mas que estão fora do alcance da política federal de meia-entrada.

Aqui, inserimos o segundo componente da política ligado à escolaridade. No Brasil, os dados demonstram que a escolaridade aumenta de acordo com a renda familiar. O tempo que se passa como ‘estudante’ de algum nível é diretamente proporcional à renda e classe social. Logo, membros de classes sociais mais altas estão suscetíveis a terem direito à “meia-entrada” por mais tempo que membros das classes sociais mais baixa.

É interessante notar ainda que no caso de cursos de pós-graduação, mestrado, doutorado e pós-doutorado, que são cursados em idade mais avançada, muitas vezes quando a pessoa já foi inserida no mercado de trabalho e possui renda própria, a política, ao garantir que essa pessoa tenha acesso à meia-entrada, permite e incentiva a complementação desse processo educacional, mas, ao mesmo tempo, coloca no grupo dos subsidiados aqueles que deveriam estar custeando subsídio, e não recebendo por ele. Afinal, graus elevados de escolaridade tendem a estarem associados com maior renda, conforme demonstra o gráfico abaixo:

GRÁFICO 39 - DISTRIBUIÇÃO DA POPULAÇÃO POR NÍVEL DE ESCOLARIDADE E RENDA



Fonte: Censo 2010. Salário mínimo utilizado: R\$ 510,00.

* Pessoas de 15 anos ou mais de idade, residentes em domicílios particulares, por classes de rendimento nominal mensal domiciliar per capita.

** Inclusive as pessoas que receberam somente em benefícios.

Em conclusão, o que identificamos como problema regulatório a ser trabalhado a partir da análise acima é que, no âmbito das salas de cinema do país, a aplicação a política de “meia-entrada” federal, em seus termos atuais, resulta em distorções que mitigam sua eficácia plena no que tange a proporcionar, de forma progressiva, uma maior igualdade no acesso a recursos culturais como forma de inclusão social e desenvolvimento econômico.

A partir dessa avaliação a AIR apresenta possibilidades de atuação a partir de três ações: a manutenção da política atual, a adaptação da política diante dos fatos observados na análise encontradas e a extinção da política como um todo como forma de correção dessas distorções.

[1] DA SILVA, Luana Máira Rufino Alves. Câmara Técnica do Segmento de Salas de Exibição. Apresentação da Superintendente de Análise de Mercado, Dr^a Luana Rufino. ANCINE (2018). Disponível em: <https://www.ancine.gov.br/sites/default/files/apresentacoes/C%C3%A2mara%20T%C3%A9cnica%20Outubro%20n6%20%281%29.pdf> .

[2] Disponível em: <<http://www.culturanascapitais.com.br/>>.

[3] Segundo a metodologia da ABEP (Critério Brasil, 2018).

[4] A NBR 9050 é a norma técnica aplicável a salas de cinema para atendimento dos requisitos de acessibilidade física. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/NBR_9050.pdf>.

[5] Disponível em: <<https://www.ANCINE.gov.br/pt-br/legislacao/instrucoes-normativas-consolidadas/instru-o-normativa-n-128-de-13-de-setembro-de-2016>>.

[6] Deste total, 60% se deu pela meia-entrada legal, e 20% pela meia-entrada promocional.

[7] O Programa Bolsa Família (PBF), criado pela Lei nº 10.836, em 2004, é um programa de transferência direta de renda com condicionalidades, voltado para famílias inscritas no Cadastro Único para Programas Sociais do Governo Federal (Cadastro Único) que estejam em situação de extrema pobreza e de pobreza, ou seja, atendam aos critérios de elegibilidade do Bolsa Família.

[8] Disponível em: <https://aplicacoes.mds.gov.br/sagirms/ferramentas/docs/caderno_de_estudos_33_com_capa.pdf>.

[9] O Vale-Cultura é uma política voltada à promoção do consumo de bens culturais, baseada na distribuição de determinada quantia que só pode ser usada para comprar produtos ou serviços culturais, em todo o Brasil. Ela atinge apenas trabalhadores formais e depende da adesão das empresas.

[10] Disponível em: <http://sim.cultura.gov.br/2018/03/01/775/> >.

[11] Disponível em <<https://www.ANCINE.gov.br/sites/default/files/Manual%20%201.1.1.pdf>>.

[12] Disponível em <<https://www3.bcb.gov.br/CALCIDADAOPublico/corrigirPorIndice.do?method=corrigirPorIndice>>.

[13] Foi utilizada a taxa de câmbio comercial para compra – real (R\$) / dólar americano (US\$) – média anual (2019) segundo o Banco Central do Brasil (3,9445)

[14] Disponível em <<https://censo2010.ibge.gov.br>>.

[15] Disponível em <http://www.atlasbrasil.org.br/2013/pt/>>.

[16] Excluindo-se cinemas públicos

[17] Vários complexos compartilham o mesmo CEP o que impossibilita a visualização no mapa, pois estão sobrepostos.

[18] Salas de cinema com poltronas mais confortáveis e outras comodidades que variam de acordo com o complexo, e que possuem preço do ingresso bem acima das salas regulares.

[19] Os círculos vermelhos nas zonas periféricas da cidade são cinemas públicos, principalmente nos CEUs da cidade. Como esse parque pratica preços únicos e promocionais, não há o que se falar em percentual de “meia-entrada”, por isso aparecem “zerados” (vermelho mais escuro) no mapa.

[20] Razão entre o número total de pessoas de qualquer idade frequentando o ensino superior (graduação, especialização, mestrado ou doutorado) e a população na faixa etária de 18 a 24 anos, multiplicada por 100.

[21] As zonas verdes mostram taxas acima de 100, o que significa que nessas regiões existem pessoas com mais de 24 anos ainda cursando o nível superior, visto que a quantidade de pessoas cursando o nível superior chegam a superar mais de duas vezes a quantidade de pessoas entre 18 e 24 anos.

[22] Vários complexos compartilham o mesmo CEP o que impossibilita a visualização no mapa, pois estão sobrepostos. Foram excluídos complexos com dados de “meia-entrada” e/ou CEP inválidos.

[23] Valor referente a 2019.

[24] Vale notar, no entanto, conforme ORBACH et al. (2007), que diferenciação de preços por filme foi uma prática comum no passado desta indústria.

[25] O Programa **Identidade Jovem** lançou oficialmente, em 6 de dezembro de 2016, a Identidade Jovem (ID Jovem), documento virtual de identificação para jovens de baixa renda. Este cartão garante o benefício da meia-entrada para acesso a eventos artístico-culturais e esportivos, bem como a reserva de vagas no transporte coletivo interestadual e a emissão gratuita da Carteira de Identificação Estudantil para estudantes.

[26] Dados obtidos a partir da base CECAD 2.0. A população encontrada, de 16.763.951, não inclui as pessoas com 15 anos em razão dos critérios de divisão por faixa etária da base. A faixa etária de 25 a 34 foi dividida por dois para se obter a estimativa de faixa etária de 25 a 29. Segundo projeção do IBGE para 2020, a população atual é de aproximadamente 211 milhões.

[27] Disponível em: <https://www.ANCINE.gov.br/sites/default/files/consultas-publicas/AIR-Acessibilidade-Versao-Ostensiva.pdf>

[28] Disponível em: <https://www.ANCINE.gov.br/pt-br/legislacao/instrucoes-normativas-consolidadas/instru-o-normativa-n-116-de-18-de-dezembro-de-2014>, e <https://www.ANCINE.gov.br/pt-br/legislacao/instrucoes-normativas-consolidadas/instru-o-normativa-n-128-de-13-de-setembro-de-2016>

[29] Segundo dados do IBGE o número médio de anos de estudo, em 2018, da população com idade superior a 15 anos foi de 9,5 anos.

[30] Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/19731/Educa%C3%A7%C3%A3o%20e%20Desigualdade%20de%20Renda%20no%20Brasil%20-%20Isabela%20Freire%20de%20A.%20Pinto.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

[31] Disponível em <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/25883-abandono-escolar-e-oito-vezes-maior-entre-jovens-de-familias-mais-pobres>>.

3. IDENTIFICAÇÃO DOS ATORES OU GRUPOS AFETADOS PELO PROBLEMA REGULATÓRIO

A política de meia-entrada não atinge de forma eficiente o objetivo pretendido, de promover os incentivos econômicos ao acesso a cinema, para aqueles que dela precisam porque a proporção de ingressos vendidos como meia-entrada é muito grande em relação ao total de ingressos. Além disso, parte da população de baixa renda não se enquadra em nenhuma hipótese de benefício da meia-entrada.

A exibição audiovisual é a atividade econômica diretamente afetada pela política de meia-entrada pois é sobre o bem cultural que ela oferta, que recaem os descontos compulsórios. Esta atividade tem a sua liberdade de dispor sobre preços reduzida e arca com uma parcela dos custos da meia-entrada sem que a política atinja de forma eficiente os objetivos pretendidos.

A população de baixa renda que se enquadra em alguma hipótese de meia-entrada é diretamente afetada pelo problema regulatório porque o desconto real proporcionado pela meia-entrada (se compararmos com o valor do preço médio do ingresso – PMI) limita a possibilidade de consumo de cinema por parte dessas pessoas.

A população de renda média e alta, que se enquadra em alguma hipótese de meia-entrada, é atualmente beneficiada pelo problema regulatório. Este estrato da população não necessita do estímulo econômico para consumir cinema apesar de ter o direito. A inclusão dessa população, como visto, desequilibra toda a política de meia-entrada.

A população que não se enquadra em nenhuma hipótese de meia-entrada também é diretamente afetada pelo problema regulatório porque sobre ela recai uma parte dos custos da massificação do benefício da meia-entrada. Para eles, o preço do ingresso, ponderado pelo custo de vida, é um dos mais caros do mundo. Para a população de baixa renda, sem acesso ao benefício da meia-entrada, cinema é um bem praticamente inacessível.

Quadro 6 – Agentes afetados pelo Problema Regulatório

Agente	Grau	Comentário
Empresas Exibidoras	direto	As empresas exibidoras concedem descontos de forma compulsória, cujo custo é distribuído entre as exibidoras e os consumidores que pagam “inteira”. Esta atividade perde alguma liberdade sobre sua estratégia de precificação e arca com uma parcela dos custos da meia-entrada sem que a política atinja de forma eficiente os objetivos pretendidos.
Consumidores que se enquadram em alguma hipótese de meia-entrada, com baixa renda	direto	Parte da população que possui o benefício da meia-entrada, em particular, que apresenta baixa renda, não consome cinema ou consome menos do que gostaria porque o desconto real proporcionado pela meia-entrada não traz os estímulos econômicos necessários.
Consumidores que se enquadram em alguma hipótese de meia-entrada, com renda média ou alta	direto	Esta população é beneficiada pelo problema regulatório porque, apesar de não necessitar do estímulo econômico para consumir cinema, tem o direito à meia-entrada.
Consumidores que não se enquadram em nenhuma hipótese de meia-entrada	direto	Para este estrato da população o custo do ingresso é praticamente o dobro do preço médio do ingresso – PMI. Ponderado pelo custo de vida, o custo do cinema para essa população é um dos mais caros do mundo.
Consumidores de baixa renda que não se enquadram em nenhuma hipótese de meia-entrada	direto	Trata-se de um subconjunto do grupo anterior. É o estrato da população mais prejudicado pela política.

4. IDENTIFICAÇÃO DA BASE LEGAL

A competência para a ação regulatória pretendida é do Poder Legislativo, já que depende de alteração de texto legal.

Cabe à ANCINE, na qualidade de órgão regulador setorial, subsidiar com informação o processo de formulação e alteração da legislação relativa ao setor audiovisual, através de estudos e propostas. É neste contexto que se insere a elaboração desta Análise de Impacto Regulatório.

A proposta se fundamenta nos seguintes dispositivos da Medida Provisória nº 2.228-1, de 6 de setembro de 2001:

Art. 6º A ANCINE terá por objetivos:

(...)

IV - promover a auto-sustentabilidade da indústria cinematográfica nacional visando o aumento da produção e da exibição das obras cinematográficas brasileiras;

(...)

VII - estimular a universalização do acesso às obras cinematográficas e videofonográficas, em especial as nacionais;

(...)

As referências legais empregadas nesta AIR foram:

- Medida Provisória nº 2.228-1, de 6 de setembro de 2001;
- Lei nº 10.741 de 1º de outubro de 2003; (Estatuto do idoso)
- Lei nº 10.836, de 09 de janeiro de 2004; (Programa Bolsa Família)
- 12.852/2013, de 05 de agosto de 2013; (Estatuto da Juventude)

- Lei nº 12.933, de 26 de dezembro de 2013; (Lei da meia-entrada)
- Decreto nº 21.240, de 04 de abril de 1932;
- Decreto nº 8.537, de 05 de outubro de 2015.

5. DEFINIÇÃO DOS OBJETIVOS QUE SE PRETENDE ALCANÇAR

Pretende-se com essa Análise de Impacto Regulatório examinar o impacto da política de meia-entrada sobre os atores por ela diretamente afetados e a apresentar sugestões voltadas a:

- estender o acesso a obras cinematográficas às populações hoje excluídas (devido ao baixo poder aquisitivo);
- Apresentar propostas voltadas à correção das principais distorções observadas na política atual de meia-entrada;
- aumentar a demanda geral do segmento em questão, por meio de novos métodos de precificação de ingressos e novas abordagens para exibição simultânea a grandes grupos; e,
- incrementar o desempenho global do mercado exibidor.

6. EXPERIÊNCIAS INTERNACIONAIS

Existem vários exemplos internacionais de políticas públicas voltadas à promoção do consumo de bens culturais. Não foi encontrado, no entanto, nenhum exemplo de política com as mesmas características da meia-entrada (baseada no estabelecimento de desconto compulsório para estratos da população e liberdade de preços).

1. Holanda[\[32\]](#):

Na Holanda o governo criou um cartão (*Cultuurkaart*) com o objetivo de estimular os estudantes a frequentarem mais atividades culturais. O cartão é entregue aos alunos das escolas secundárias (com idade entre 12 e 18 anos). Nele, o Ministério da Educação, Cultura e Ciência disponibiliza 5 euros para cada estudante, podendo as escolas contribuir adicionalmente com mais 10 euros por estudante (90% delas fazem). Os alunos podem usar o cartão em atividades culturais que realizam no seu tempo livre. Em 2019 mais de 750 mil estudantes receberam esse cartão (mais de 70% do total de estudantes das escolas secundárias).

Além disso, em 2016 o Ministério da Educação, Cultura e Ciência criou outro cartão (*MBO Card*) que concede descontos para alunos de escolas técnicas em museus, teatros, cinemas e outras atividades culturais, quase 90% dos alunos dessas escolas possui o cartão.

2. Espanha[\[33\]](#):

Na Espanha as ações são regionais. O departamento catalão de cultura criou um programa (*Escena 25*) em parceria com promotores de eventos que vende ingressos a 3 euros, para pessoas com idade entre 18 e 25 anos, para espetáculos de teatro, dança e música.

O Departamento de Cultura da Comunidade Valenciana permite a dedução no imposto dos valores gastos em atividades culturais. A dedução é de até 21% do imposto (até o limite de 150 euros por ano) aos valencianos (registrados na Comunidade Valenciana) com rendimentos inferiores a 50.000 euros. Podem ser contabilizados até cinco espetáculos de artes cênicas e musicais, ou dez exposições cinematográficas.

A prefeitura de Madrid instituiu um programa, chamado JOBO, que concede ingressos gratuitos para jovens entre 16 e 26 anos para assistir a alguns espetáculos em teatros municipais e centros de cultura pertencentes ao município.

Existem outras iniciativas organizadas pela iniciativa privada com apoio do *Instituto de la Cinematografía y de las Artes del Audiovisual* (ICAA) que incluem, por exemplo, reduzir o valor dos ingressos dos cinemas as quartas-feiras durante um período de tempo específico.

3. França:

Na França, o Decreto[34] do Conselho Nacional de Cinema (CNC) permite que as salas de cinema comercializem entradas com tarifas reduzidas. No âmbito da legislação pertinente à cultura não foi encontrado nenhum dispositivo legal que tenha estabelecido que a concessão de descontos para entradas de qualquer grupo seja mandatória.

Os cinemas possuem tarifas especiais para crianças (geralmente menores de 14 anos), os preços possuem grande variação de acordo com o grupo exibidor e a localização da sala de cinema. Em média, esse desconto é de algo em torno de 50% do ingresso normal, entretanto, podem ser encontrados cinemas que praticam descontos que variam de 30% a 60%. Esses descontos são aplicados mediante a comprovação da idade por meio de documento.

Outro grupo beneficiado são os estudantes, já que o estatuto do Estudante oferece a possibilidade de pagar menos pela entrada de cinema. Muitos grupos exibidores deixaram de oferecer os descontos para pessoas menores de 26 anos, em função da redução da tarifa para estudantes. Os preços dependem da localização da sala e, para fazer jus ao desconto, é necessário apresentar a carteira de estudante correspondente ao ano em curso. A redução no valor do ingresso para estudante varia de acordo com o grupo exibidor e a localização do cinema. Em média, os estudantes pagam um ingresso 20% mais barato que o ingresso normal, entretanto, podem ser encontrados cinemas que praticam descontos que variam de 12% a 40%.

Os cinemas também oferecem descontos para outras categorias, como idosos, pessoas com deficiência, desempregados e aposentados. Alguns limitam a concessão desse desconto a certos dias da semana ou horários.

Quadro 7 – Resumo experiências internacionais

	Existe alguma regulação de preço no mercado de cinema (fixação de preço, cotas de desconto, desconto para grupos específicos)?	O governo fornece algum valor para consumo de bens culturais?
Alemanha	Não. Geralmente há descontos específicos como, por exemplo, estudantes, mas eles são oferecidos pelas próprias redes de cinemas.	Não.
Argentina	Não. O preço não é regulado, mas deve ser informado, uma vez que a maioria das taxas regulatórias se baseiam no preço médio do ticket. Alguns grupos oferecem descontos para idosos e crianças em determinados dias da semana. Os cinemas administrados pelo INCAA (Espaço INCAA) praticam preços mais baixos, além de oferecerem descontos especiais para estudantes e idosos.	Não. Entretanto, há diversos programas que dão acesso livre às produções de cinema: • Cine.AR: O governo lançou uma plataforma e um app incluindo conteúdo nacional para TV e cinema. O acesso é gratuito, exceto para as produções classificadas como premier. • Cinema Móvil: essa iniciativa leva o cinema para as localidades que não possuem salas de cinema. • Cinema nas prisões: projeção de filmes e workshops • Escolas para o cinema: estudantes da rede secundária vão ao cinema e possuem um caderno de atividades. O INCAA financia e dá suporte a festivais de cinema em diferentes partes do território argentino, com entrada gratuita.
Bélgica	Assim como na França são oferecidos ingressos com descontos para determinados grupos. Na região da Valônia, pessoas em dificuldades econômicas e sociais (registradas nas organizações participantes que combatem a	Não.

	pobreza) podem ter acesso a uma variedade de bens e serviços (incluindo cinema) ao preço de € 1,25.	
Canadá	Não.	Não
Chile	Não. A oferta de entradas com descontos fica a cargo dos departamentos comerciais das redes de salas de cinema. A única gratuidade oferecida pelo governo se refere à celebração do dia do Filme no país, organizado pelo Ministério da Cultura. Nesse dia, os chilenos maiores de 60 anos podem desfrutar de acesso gratuito para assistir a produções nacionais em todo o território nacional.	Não
Colômbia	Não. Desde a década de 80, os preços das entradas não são regulados. A oferta de entradas com descontos fica a cargo dos departamentos comerciais das redes de salas de cinema.	Não
França	São oferecidos ingressos com descontos para determinados grupos: crianças (geralmente menores de 14 anos); estudantes, e pessoas idosas.	Em testes. O Ministério da Cultura colocou em teste o Passe da Cultura, para adolescentes com idade entre 18 e 19 anos, que dá direito a 500€ armazenados num app, para consumir bens e serviços culturais (incluindo cinema) durante 24 meses.
Holanda	Não.	Sim. O Ministério da Educação, Cultura e Ciência disponibiliza 5 euros para cada estudante, podendo as escolas contribuem adicionalmente com mais 10 euros por estudante.
Irlanda	Não.	Não.
Itália	Não. Existem iniciativas que os cinemas podem aderir voluntariamente, por exemplo: Ação do Ministério da Cultura que reduziu as entradas durante alguns dias do ano (em 2019, €3 durante 4 dias) nos cinemas que aderiram voluntariamente à esta iniciativa; Ação do Ministério da Educação que concedeu 40% de desconto nas entradas de cinema aderiram voluntariamente à iniciativa; Além de outras medidas no nível local, sempre voluntárias, como: 50% de desconto nas entradas em determinados dias da semana, descontos para estudantes e idosos.	Sim. Em março de 2020, o Ministério da Cultura criou um voucher de 500€ para residentes que completaram 18 anos em 2019 (que se registraram no website específico para tal). Esse voucher deve ser utilizado até fevereiro de 2021 em entradas para cinemas, museus, monumentos, parques, eventos culturais, compra de livros, música, cursos de idioma, de música ou de teatro. O voucher é gerenciado pelo próprio usuário por meio do app. Esse voucher começou a ser fornecido em 2016. A lei orçamentária de 2020 reduziu o valor desse voucher para 300€. A dotação orçamentária para esse instrumento de política diminuiu de €290 milhões em 2017 para €160 milhões em 2021.

		A Lei orçamentária de 2020 criou um fundo de €5 milhões por ano para o período de 2020 a 2022, para um cartão nacional de descontos para residentes entre 18 e 35 anos a ser utilizado em atividades de cultura, turismo ou transporte (incluindo entradas de cinema). A lei estabeleceu para 2020 um cartão nacional para professores que pode ser usado, entre outras coisas, para a aquisição de entradas de cinema.
México	Não. A oferta de entradas com descontos fica a cargo dos departamentos comerciais das redes de salas de cinema. (art. 20 da Lei do Cinema).	Não. O Instituto de Adultos na terceira Idade (INAPAM) oferece benefícios e descontos para aqueles que possuem a sua carteira, incluindo descontos em alguns cinemas.
Reino Unido	Os cinemas oferecem descontos para estudantes, idosos e crianças em determinados dias da semana, entretanto não foi encontrada legislação que estabeleça essa obrigação.	Não.

Fonte: Cullen. Comunicação Privada.

[32] BROM, Rogier. Compendium of Cultural Policies and Trends: Country profile The Netherlands. Association of the Compendium of Cultural Policies and Trends, "Compendium of Cultural Policies and Trends," 20th edition 2019. Disponível em: <[http:// www.culturalpolicies.net](http://www.culturalpolicies.net)>.

[33] VILLARROYA, Anna; ATECA-AMESTOY, Victoria. Compendium of Cultural Policies and Trends: Country profile Spain. Association of the Compendium of Cultural Policies and Trends, "Compendium of Cultural Policies and Trends," 20th edition 2019. Disponível em: <[http:// www.culturalpolicies.net](http://www.culturalpolicies.net)>.

[34] Decreto do Conselho Nacional de Cinema, de 4 de março de 1996 art. 5º letra b (com última modificação em 02/01/2004)

7. DESCRIÇÃO DAS POSSÍVEIS ALTERNATIVAS DE AÇÃO

7.1 NADA A FAZER (I)

A opção de ‘nada a fazer’ deve ser sempre considerada em propostas de alteração regulatória. Neste caso, a opção representa a manutenção das leis atuais sobre meia-entrada (Lei nº 12.933/2013, Decreto nº 8.537/2015 e diversas leis estaduais e municipais).

7.2 EXTINÇÃO DAS REGRAS SOBRE MEIA-ENTRADA (II)

Esta opção consiste no encerramento da política de meia-entrada por meio da revogação de toda a legislação sobre o tema.

7.3 REVISÃO DAS REGRAS SOBRE MEIA-ENTRADA (III)

A partir da discussão apresentada no decorrer desta AIR e das principais distorções observadas na atual política de meia-entrada será apresentado um conjunto de princípios norteadores que poderiam melhorar o desempenho da política de meia-entrada, num contexto de revisão das leis que tratam deste tema.

7.3.1 PRINCÍPIOS PARA UMA REVISÃO DA POLÍTICA DE MEIA-ENTRADA

7.3.1.1 REDUÇÃO DO VOLUME TOTAL DE BENEFICIÁRIOS DA MEIA-ENTRADA

A AIR mostrou que atualmente uma parcela considerável da população atende alguma hipótese de benefício da meia-entrada, seja ela legal ou promocional. Se considerarmos apenas as quatro hipóteses previstas na lei federal, cerca de metade da população está contemplada.

Esta é, provavelmente, a principal razão para a alta proporção de meia-entrada sobre o total de ingressos vendidos. Cerca de 80% dos ingressos, em 2019, foi comercializado com o benefício da meia-entrada legal ou promocional.

Pela forma como a política está desenhada, a proporção de ingressos com meia-entrada vendidos é essencial para o alcance dos resultados. Quanto maior a proporção de ingressos vendidos sob meia-entrada, menor é o impacto real sobre a população beneficiada. No limite, se houvesse o benefício da meia-entrada para todos, o impacto da política seria completamente neutralizado.

A alta proporção observada, de ingressos com o benefício da meia-entrada, gera um achatamento do desconto real (calculado pela proporção entre o PMI meia-entrada e o PMI) porque o efeito do desconto é diluído.

A conclusão é que, para ser efetiva, a política de meia-entrada deveria ser mais focalizada. Ou seja, deveria beneficiar um menor número de pessoas para que resulte em menor percentual de meia-entrada vendidos.

7.3.1.2 SELEÇÃO DOS BENEFICIÁRIOS POR CRITÉRIOS DE RENDA

Qual seria o melhor critério para a escolha dos beneficiários? Por se tratar de uma política de desconto no preço do ingresso, ela atua de maneira direta sobre barreiras ao consumo por restrição orçamentária. Ainda que possa agir sobre outras hipóteses para o não consumo de cinema, a meia-entrada é mais eficiente para incentivar o consumo por parte daqueles que não consomem o bem por restrições econômicas.

Considerando a necessidade de redução do universo de beneficiários, entende-se que a renda deveria ser o principal critério de seleção.

Foi visto que das quatro hipóteses de benefício presentes na lei federal, apenas uma foca especificamente sobre a população de baixa renda (jovens entre 15 e 29 anos, com renda familiar de até dos salários mínimos). Duas delas (estudantes e pessoas com deficiência) têm alguma relação com a renda, mas selecionam também muitas pessoas de classe média e alta. Por fim, o critério de idade seleciona, na média, pessoas com maior renda em comparação com a população como um todo.

As hipóteses de benefício da meia-entrada promocional que condicionam o acesso a assinatura de algum serviço beneficiam proporcionalmente mais a população com renda mais alta. Existem também os critérios para acesso ao benefício que agem horizontalmente, sem selecionar por renda.

Considerando a situação atual, há claramente espaço para a redução do volume de beneficiários através da adoção de critérios baseados em renda para acesso à meia-entrada.

7.3.1.3 VEDAÇÃO AO ESTABELECIMENTO DE ESTRATÉGIAS DE PREÇO NÃO CUMULATIVAS AO DESCONTO COMPULSÓRIO

As estratégias de meia-entrada promocional não são cumulativas com a meia-entrada legal, portanto, são uma fonte de aumento da proporção de meia-entrada sobre o total de ingressos vendidos.

Para manter baixa a proporção de meia-entrada sobre a bilheteria total é necessário vedar qualquer estratégia de preços que rivalize diretamente com a meia-entrada legal. Estratégias de preços privadas devem ser sempre cumulativas ao desconto previsto em lei.

7.3.2 CENÁRIOS

A título de ilustração serão apresentados dois cenários para a redução do número de beneficiários da meia-entrada, com priorização do critério de renda. Esta AIR não se propõe analisar pormenorizadamente cada um deles, mas apenas apresentar exemplos de como pensar a revisão da meia-entrada a partir dos princípios listados. Todos os cenários pressupõem a extinção da meia-entrada promocional.

7.3.2.1 CENÁRIO 1: CADASTRO ÚNICO

Neste cenário seria considerada como elegível à meia-entrada toda a população que conste no **Cadastro Único**. O Cadastro Único é um conjunto de informações sobre as famílias brasileiras em situação de pobreza e extrema pobreza para fins de inclusão em programas de assistência social e redistribuição de renda.

Os critérios para inclusão no Cadastro Único são:

- Famílias com renda mensal de até meio salário mínimo por pessoa;
- Famílias com renda mensal total de até três salários mínimos; ou
- Famílias com renda maior que três salários mínimos, desde que o cadastramento esteja vinculado à inclusão em programas sociais nas três esferas do governo;
- Pessoas que vivem em situação de rua — sozinhas ou com a família.

Em março de 2020 o Cadastro Único contabilizou **75,1 milhões** de pessoas. Em contraste, a estimativa de alcance da Lei Federal sobre meia-entrada (Lei nº 12.933/2013), de 96,6 milhões, não leva em conta: o benefício concedido ao acompanhante da pessoa com deficiência, nos casos em que sua presença é necessária; nenhuma das hipóteses de benefício adicionais, previstas nas legislações estaduais ou municipais; e as pessoas beneficiadas pela meia-entrada promocional.

Trata-se, assim, de uma redução importante no número de beneficiários, a partir de um critério completamente baseado na renda. Além disso, inclui toda a população de baixa renda, entre 30 e 59 anos, que se encontrava de fora das hipóteses de benefício à meia-entrada.

7.3.2.2 CENÁRIO 2: EXCLUSÃO DOS ESTUDANTES DE NÍVEL SUPERIOR E PÓS GRADUAÇÃO

Neste cenário seriam excluídos aproximadamente **7,2 milhões** de pessoas pela lei federal, além dos beneficiários da meia-entrada promocional. A justificativa para esse corte por grau de instrução do estudante está na relação apresentada na seção 2.10, entre anos de estudo e renda. Estudantes que estão a mais tempo no sistema de ensino têm maior probabilidade de fazerem parte de famílias com maior renda, ou de estarem no mercado de trabalho.

A redução no número de beneficiários, neste cenário, é mais tímida, e a população de baixa renda, entre 30 e 59 anos, que se encontrava de fora das hipóteses de benefício à meia-entrada continuará sem o benefício. Por outro lado, se trata de uma revisão mais pontual, que altera de maneira menos drástica a distribuição de direitos vigente.

8. ANÁLISE DOS POSSÍVEIS IMPACTOS E COMPARAÇÃO DAS ALTERNATIVAS DE AÇÃO CONSIDERADAS

8.1 NÃO REGULAR (I)

Apresentamos abaixo um quadro elencando os principais efeitos desta opção:

Quadro 8 - Benefícios e custos associados à opção (I), 'nada a fazer'	
Benefícios	Custos
- Não apresenta custos de tramitação e implementação;	- Não promove o consumo de cinema por uma parte da população que deveria ser o objeto da política;
- Não implica em custos de aprendizado por parte dos agentes afetados;	- Limita as estratégias de precificação dos exibidores;
- Alguns agentes fora do público-alvo, são beneficiados pela atual política.	

No rol de **benefícios** da opção (I) está a **ausência de custos administrativos atrelados à tramitação da matéria no poder legislativo**. A tramitação pela Câmara dos Deputados e pelo Senado Federal são custos afundados (*sunk costs*), ou seja, o Estado incorrerá nesses custos independentemente da existência de proposta de alteração ou revogação. Vale dizer também que não existe algo como um teto de propostas que podem tramitar em um ano legislativo. Não há, portanto, uma rivalidade estrita entre propostas de alteração legislativa. Dito isso, o crivo de admissibilidade por parte de um parlamentar é, em tese, condição suficiente para atestar (ou não) que os benefícios da proposta de alteração do limite são potencialmente superiores aos custos de tramitação e implantação. Neste caso é importante destacar que qualquer alteração da legislação sobre este tema envolve também um rol de leis estaduais e municipais. Por esse motivo, qualquer proposta de mudança legislativa apresenta alta complexidade.

Também no rol de benefícios da opção (I) está o fato de que essa opção **evita que se incorra em custos de aprendizado por parte dos agentes envolvidos**. Isso significa que não há a necessidade de alteração das estratégias que vem sendo empreendidas pelos exibidores.

Além disso, alguns **agentes que não necessitam de estímulo econômico para consumir cinema são beneficiados**. Para agentes que, apesar de não necessitarem do benefício da meia-entrada, se enquadram em alguma hipótese de admissibilidade, a política atual de meia-entrada é benéfica. Neste grupo estão os estudantes, pessoas com deficiência, com mais de 60 anos, e beneficiários da “meia promocional”, de classe média e alta.

Passando para o rol de **custos**, a opção (I) **falha em promover de maneira eficiente os estímulos econômicos para a parcela que dela depende para consumir o bem cultural**. Como visto, aproximadamente 80% dos ingressos vendidos se enquadram em alguma categoria de meia-entrada, seja ela legal ou promocional. Isso, na prática, neutraliza a maior parte do desconto real concedido no ingresso (medido pela razão entre o PMI meia-entrada e o PMI). Dessa forma, uma boa parcela da população que possui restrições econômicas e depende do benefício para acessar o cinema, não encontra os estímulos suficientes nesta política, na forma como está atualmente desenhada.

Além disso, existe uma parcela da população de baixa renda que sequer está entre as hipóteses de benefício da meia-entrada atuais. Trata-se das pessoas entre 30 e 59 anos, que não estudam, não são pessoas com deficiência, e não acessam as hipóteses de meia-promocional. Para essas pessoas, consumo de cinema se torna praticamente inviabilizado.

Esta opção regulatória também **limita as possibilidades dos exibidores de dispor sobre seus próprios preços**. Como falado, a política de meia-entrada pode ser enquadrada como uma regulação de preços parcial. Há a previsão de desconto compulsório para uma parcela da população, mas o valor do ingresso inteiro permanece sendo uma decisão privada. Isso naturalmente restringe as estratégias de preços do exibidor, e o resultado provável é uma distribuição do custo do desconto entre os pagantes de ingresso inteiro e o exibidor. Para o exibidor, provavelmente a política de meia-entrada traz um resultado econômico pior em comparação a uma estratégia de preços puramente privada.

8.2 EXTINÇÃO DAS REGRAS SOBRE MEIA-ENTRADA (II)

Os principais efeitos desta opção estão elencados abaixo:

Quadro 9 - Benefícios e custos associados à opção (II), ‘extinção das regras sobre meia-entrada’	
Benefícios	Custos
- Aumenta a liberdade de ação do exibidor quanto às estratégias de precificação;	- A população que necessita da política para acessar cinemas fica desassistida;
- Em comparação com a opção (I) traz baixo efeito sobre a população que utiliza a meia-entrada.	- Trata-se de uma opção de implantação complexa, pois depende de mudança em legislações municipais, estaduais e federal.
- Reduz o custo de acesso por parte da população que paga ingresso inteiro.	
- Sob determinadas condições, a ação privada pode, a princípio, atingir em algum grau o objetivo da política pública.	

No rol de **benefícios**, esta é a opção preferível, do ponto de vista do exibidor, **pois suprime quaisquer barreiras às suas estratégias de precificação**. Neste cenário, supõe-se que o exibidor seja capaz de corrigir eventuais ineficiências econômicas geradas pela política de meia-entrada e consiga explorar de maneira mais eficiente, do ponto de vista privado, seu próprio negócio.

Estima-se ainda que opção também traga **baixo efeito sobre a população que atualmente se beneficia com a meia-entrada**. Como comentado na seção 2.6.4, o desconto real do ingresso, calculado a partir da razão entre o PMI meia e o PMI, foi de apenas 12%, em 2019. Isto ocorre em razão da alta proporção (80%) de ingressos vendidos como meia-entrada.

Esta opção também **traz uma importante redução do custo para a parcela da população que paga “inteira”**. Supondo a manutenção do PMI, o desconto obtido seria de 57,5% (calculado a partir da razão entre o PMI e o PMI “inteira”). Este desconto é particularmente importante para a parte desta população que possui baixa renda. Para este grupo em particular, a extinção da meia-entrada pode facilitar o acesso ao cinema.

Conforme comentado na seção 2.8, como o custo marginal do acesso ao cinema é próximo a zero, para o exibidor faz sentido cobrar preços mais baixos até o limite da capacidade da sessão, desde que ele consiga manter a cobrança de preços mais altos para a parcela da população que está disposta a pagar mais. Isto permite que se estabeleça um espaço de convergência entre a finalidade no negócio privado e o objetivo da política pública, de diferenciação de preços como meio para que se consiga facilitar o acesso a uma parte da população que não consome o bem por restrições econômicas.

Assim, desde que: i- a atividade de exibição realize estratégias de diferenciação de preços, e, ii- essas estratégias considerem elementos de seleção convergentes ao da política de meia-entrada, **em princípio se atingiria, em algum grau, o objetivo pretendido pela política a partir da ação puramente privada**.

Partindo para os **custos**, esta opção representa o encerramento desta política pública, **desassistindo todos aqueles que, potencialmente, poderiam se beneficiar deste incentivo**. Vale destacar que este custo não tem como base a situação atual, onde o desconto real concedido aos beneficiários da meia-entrada é baixo, mas em relação a uma situação desejada, na qual a política atua de forma eficiente sobre a população que dela precisa. Trata-se, assim, de um custo de oportunidade. Extinguir esta política pública significa abrir mão de um mecanismo que poderia, em tese, atuar na promoção do consumo cultural pela população que não o faz, ou não o faz na quantidade que gostaria, por limitações econômicas.

Os dois resultados possíveis do encerramento da política pública seriam: i- o tratamento isonômico a todos quanto ao acesso ao cinema, ou ii- o tratamento diferenciado ao acesso, segundo critérios exclusivamente privados, que podem, ou não, coincidir com objetivos de política pública.

O segundo custo elencado diz respeito à **difficuldade de modificar ou revogar a legislação sobre o tema**. Como municípios, estados e a união possuem competência para dispor sobre a matéria, qualquer modificação dependeria de complexa coordenação envolvendo grande número de autoridades competentes.

8.3 REVISÃO DAS REGRAS SOBRE MEIA-ENTRADA (III)

Os principais efeitos desta opção estão elencados abaixo:

Quadro 10 - Benefícios e custos associados à opção (III), 'revisão das regras sobre meia-entrada'	
Benefícios	Custos
- Pode, potencialmente, promover o consumo de cinema por uma parte da população que deveria ser o objeto da política;	- Em comparação com a opção (II) reduz a liberdade de ação do exibidor quanto às estratégias de precificação
- Sob determinadas condições, a política pública pode, a princípio, atingir em algum grau o objetivo da ação privada.	- Em comparação com a opção (I) exclui da política uma parcela da população que hoje usufrui do benefício.
	- Trata-se de uma opção de implantação complexa, pois depende de mudança em legislações municipais, estaduais e federal;

Começando pelo rol de **benefícios**, desde que uma revisão da política de meia-entrada consiga reduzir a participação da meia-entrada na bilheteria total, e seus critérios de seleção consigam acessar os estratos da população com menor renda, **a política tem o potencial de atingir a finalidade social para a qual foi desenhada**, de promover o consumo de cinema por parte da população que, de outra forma, não teria acesso ao bem cultural.

Como falado na seção 2.2, o consumo de cultura deve ser estimulado porque contribui para o desenvolvimento humano daqueles que a consome, aumentando a sua percepção quanto aos benefícios da educação. A produção e o consumo de bens e serviços culturais impactam na expansão do crescimento econômico e na melhora nos indicadores de desenvolvimento humano e qualidade de vida.

Tais benefícios não são eficientemente precificados por mercados, se caracterizando, portanto, como externalidades positivas. Por outro lado, uma parcela da população está alijada do consumo do bem cultural por restrições de renda. Ao reconhecer tais externalidades, e a carência do consumo por razões econômicas, o Estado age no sentido de incentivar o consumo de bens culturais. É neste contexto que se justifica a razão da existência da política de meia-entrada cultural.

O segundo **benefício** se aplica tanto à opção II quanto à III. Foi comentado que algumas características da exibição cinematográfica permitem que se estabeleça um espaço de convergência entre a finalidade no negócio privado e o objetivo da política pública, de diferenciação de preços como meio para que se consiga facilitar o acesso a uma parte da população que não consome o bem por restrições econômicas.

Assim, desde que a política de meia-entrada consiga selecionar de forma eficiente as parcelas da população que passem a consumir cinema **em razão** benefício concedido, **em princípio se atingiria, em algum grau, o objetivo pretendido pelo ator privado a partir da ação da política de meia-entrada**.

Partindo para o rol de custos, **a política de meia-entrada limita as possibilidades dos exibidores de disporem sobre seus próprios preços**. O argumento é idêntico àquele apresentado no item 8.1. Restrições na estratégia de preços do agente privado tendem a limitar suas possibilidades de auferir maiores lucros. Para o exibidor, provavelmente a política de meia-entrada traz um resultado econômico pior em comparação a uma estratégia de preços puramente privada.

Como esta opção tem por premissa a redução do número de beneficiários, **uma parte da população que atualmente conta com a meia-entrada deverá perder o benefício**. A exclusão deveria, naturalmente, focar na parcela da população que, apesar de não necessitar do benefício da meia-entrada, se enquadra em alguma hipótese de admissibilidade. Ainda assim, para essas pessoas, a mudança representa um custo.

Por fim, assim como a opção II, esta opção **embute grande dificuldade operacional, pois depende de modificação da legislação sobre o tema**. Qualquer discussão neste sentido depende de complexa

coordenação envolvendo grande número de autoridades competentes, uma vez que municípios, estados e a união possuem competência para dispor sobre a matéria.

9. IMPACTO NO ESTOQUE REGULATÓRIO ATUAL, CONSIDERANDO A CORRELAÇÃO COM ATOS NORMATIVOS DE OUTROS ÓRGÃOS

Não há.

10. CONSIDERAÇÕES SOBRE CONTRIBUIÇÕES E MANIFESTAÇÕES RECEBIDAS AO LONGO DA ELABORAÇÃO DA AIR

Não se aplica.

11. RECOMENDAÇÃO DE AÇÃO

Como amplamente demonstrado nesta Análise de Impacto Regulatório a política pública colocada em prática por meio da meia-entrada não está funcionando como desejado. O objetivo de facilitar o acesso a bens culturais à camada da população menos privilegiada em termos sociais e econômicos não está sendo alcançado.

Conforme visto, o amplo acesso a esse benefício, acaba por elevar o preço médio do ingresso tornando esta política pública inócua. Em um cenário no qual 80% dos ingressos vendidos possuem algum desconto (60% meia-entrada legal, e, 20% meia-entrada promocional) o preço-alvo do exibidor passa a ser um valor próximo ao cobrado pela meia-entrada, aumentando os valores tanto da meia-entrada quanto do ingresso inteiro e, assim, ocasionando a neutralização de boa parte dos efeitos da política de meia-entrada. Paralelamente, por não ser baseada em critérios econômicos, a meia-entrada, hoje em vigor, não abrange uma parcela da população que não possui condições financeiras de arcar com o valor do ingresso na categoria inteira.

Dito isto, como forma de estender o acesso as obras cinematográficas à população com baixo poder aquisitivo, hoje excluída do consumo desse bem cultural, corrigindo as distorções observadas na política atual de meia-entrada, recomendamos a revisão das regras sobre meia-entrada (opção III) ou mesmo a extinção das regras sobre meia-entrada (opção II). Na opinião da ANCINE, a adoção de uma dessas opções aumentaria a demanda para o segmento de exibição cinematográfica.

Para ser efetiva, a política de meia-entrada deveria beneficiar um menor número de pessoas, pois, a proporção de ingressos com meia-entrada vendidos é essencial para o alcance dos resultados. Como foi demonstrado, quanto maior a proporção de ingressos vendidos sob meia-entrada, menor é o impacto real sobre a população beneficiada e maior é o valor do ingresso da categoria inteira. Dessa forma, recomenda-se a revisão dos critérios hoje adotados para a concessão do benefício da meia-entrada, de forma a deixá-los mais restritivos e focados em critérios que levem em conta majoritariamente a renda dos beneficiários. De forma a tornar essa medida mais eficaz, também se faz necessário vedar o estabelecimento de estratégias de preço não cumulativas a meia-entrada legal. Ou seja, os ingressos promocionais teriam necessariamente que acumular com o desconto legal, de forma a desencorajar um aumento da proporção de meia-entrada sobre o total de ingressos vendidos.

Outra opção de ação seria a extinção das regras sobre meia-entrada, essa opção suprime quaisquer barreiras às estratégias de precificação dos exibidores. O que possibilitaria a essas empresas corrigir eventuais ineficiências econômicas geradas pela política de meia-entrada, explorando de maneira mais eficiente seu próprio negócio, o que significaria aumento de público. Caso seja adotada essa opção, a ANCINE poderia exercer regulação por informação, realizando estudos e divulgando dados que possibilitem ao exibidor estabelecer o melhor preço para seus interesses privados e para o interesse público.

12. ESTABELECIMENTO DE METAS E INDICADORES DESTINADOS À AVALIAÇÃO DA AÇÃO REGULATÓRIA

12.1 METAS

- Aumento do número de espectadores de obras cinematográficas em populações de baixa renda;
- Maior liberdade econômica para o mercado exibidor, particularmente em termos de critérios de precificação de ingressos;
- Aumento de arrecadação, especialmente nas esferas municipal e federal.

12.2 INDICADORES

- Construção de sistemas de monitoramento de políticas de preços praticados pelo mercado exibidor ao longo de períodos preestabelecidos, de modo a detectar possíveis anomalias ou distorções nos critérios adotados pelos agentes econômicos. Tais mecanismos deverão produzir, no mínimo, gráficos e tabelas que exibam de modo objetivo a dinâmica temporal das grandezas sob análise;
- Construção de sistemas de monitoramento periódico de volumes de público, de modo a estimar a eficácia das medidas propostas. Tal aparato poderá também medir a capacidade ociosa das salas durante as janelas de amostragem e sugerir alternativas para reverter situações desfavoráveis.

DOCUMENTOS ANEXOS

Referências Bibliográficas

DE LUCA, L. G. A. O mercado de salas de cinema (theatrical). In. Film Business – O negócio do cinema. Adriana Dias e Leticia de Souza Barbosa (orgs.). Rio de Janeiro: Elsevier, 2011

DE ROOS, N., & McKenzie, J. (2014). Cheap Tuesdays and the demand for cinema. *International Journal of Industrial Organization*, 33, 93-109.

FALCK, O.; FRITSCH, M.; HEBLICH, S. The phantom of the opera: Cultural amenities, human capital, and regional economic growth. *Labour Economics*, v. 18, n. 6, p. 755–766, 2011.

GINSBURGH, Victor A.; THROSBY, David. Handbook of the Economics of Art and Culture, Volume I. Elsevier B.V., 2006.

HUNTINGTON, P.A.: Ticket Pricing Policy and Box Office Revenue. *Journal of Cultural Economics*, v. 17, n. 1, p. 71–87, 1993.

LAREAU, A., e HORVAT, E. M. Moments of social inclusion and exclusion race, class, and cultural capital in family-school relationships. *Sociology of Education*, v. 72, n.1, p. 37–53, 1999.

MARSHALL, Alfred. **Princípios de economia: tratado introdutório**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

PAGLIOTO, Bárbara Freitas; MACHADO, Ana Flávia. Perfil dos frequentadores de atividades culturais: o caso nas metrópoles brasileiras. Estudos Econômicos (São Paulo), v. 42, n. 4, p. 701-730, 2012.

STIGLER, G. J.; BECKER, G. S. De gustibus non est disputandum. American Economic Review, Nashville, v. 67, n.2, p. 76-90, Mar. 1977.

ORBACH, Barak and EINAV, Liran, Uniform Prices for Differentiated Goods: The Case of the Movie-Theater Industry. International Review of Law and Economics, 2007.

WINK JUNIOR, Marcos Vinicio; RIBEIRO, Felipe Garcia; FLORISSI, Stefano; ZUANAZZI, Pedro Tonon, 2016. "Os Efeitos Da Criação Da Lei Da “meia-entrada” Sobre O Consumo De Bens E Serviços Culturais No Brasil," Anais do XLII Encontro Nacional de Economia 214, ANPEC - Associação Nacional dos Centros de Pós-Graduação em Economia.

ZUBELLI, Luana Maíra Rufino Alves. Uma Visão Sistêmica das Políticas Públicas para o Setor Audiovisual: entendendo sua trajetória desde os anos 1990 no Brasil. Tese de Doutorado em Economia. Instituto de Economia da Universidade Federal do Rio de Janeiro. UFRJ, 2017.



Documento assinado eletronicamente por **Luana Maíra Rufino Alves Da Silva, Diretor(a), Substituto(a)**, em 22/05/2020, às 17:43, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 11 da RDC/ANCINE nº 66 de 1º de outubro de 2015.



Documento assinado eletronicamente por **Filipe Martins Sarmiento, Assessor(a) de Diretoria**, em 22/05/2020, às 17:43, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 11 da RDC/ANCINE nº 66 de 1º de outubro de 2015.



Documento assinado eletronicamente por **Cainan Baladez Martins Da Silva, Especialista em Regulação da Atividade Cinematográfica e Audiovisual**, em 22/05/2020, às 17:46, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 11 da RDC/ANCINE nº 66 de 1º de outubro de 2015.



Documento assinado eletronicamente por **Eloiza Mara Da Silva, Assessor(a) de Diretoria**, em 22/05/2020, às 17:52, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 11 da RDC/ANCINE nº 66 de 1º de outubro de 2015.



Documento assinado eletronicamente por **Danielle Chagas Pinheiro, Coordenador(a), Substituto(a)**, em 22/05/2020, às 17:58, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 11 da RDC/ANCINE nº 66 de 1º de outubro de 2015.



Documento assinado eletronicamente por **Hime Aguiar E Oliveira Junior, Analista Administrativo**, em 22/05/2020, às 18:06, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 11 da RDC/ANCINE nº 66 de 1º de outubro de 2015.



Documento assinado eletronicamente por **Akio Assunção Nakamura, Especialista em Regulação da Atividade Cinematográfica e Audiovisual**, em 25/05/2020, às 12:49, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 11 da RDC/ANCINE nº 66 de 1º de outubro de 2015.



Documento assinado eletronicamente por **Fabio Campos Barcelos, Superintendente de Análise de Mercado, substituto(a)**, em 25/05/2020, às 13:06, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 11 da RDC/ANCINE nº 66 de 1º de outubro de 2015.



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.ancine.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **1654567** e o código CRC **BE10609E**.

Referência: Processo nº 01416.003444/2020-30

SEI nº 1654567

Criado por [luana.zubelli](#), versão 80 por [luana.zubelli](#) em 22/05/2020 17:04:00.