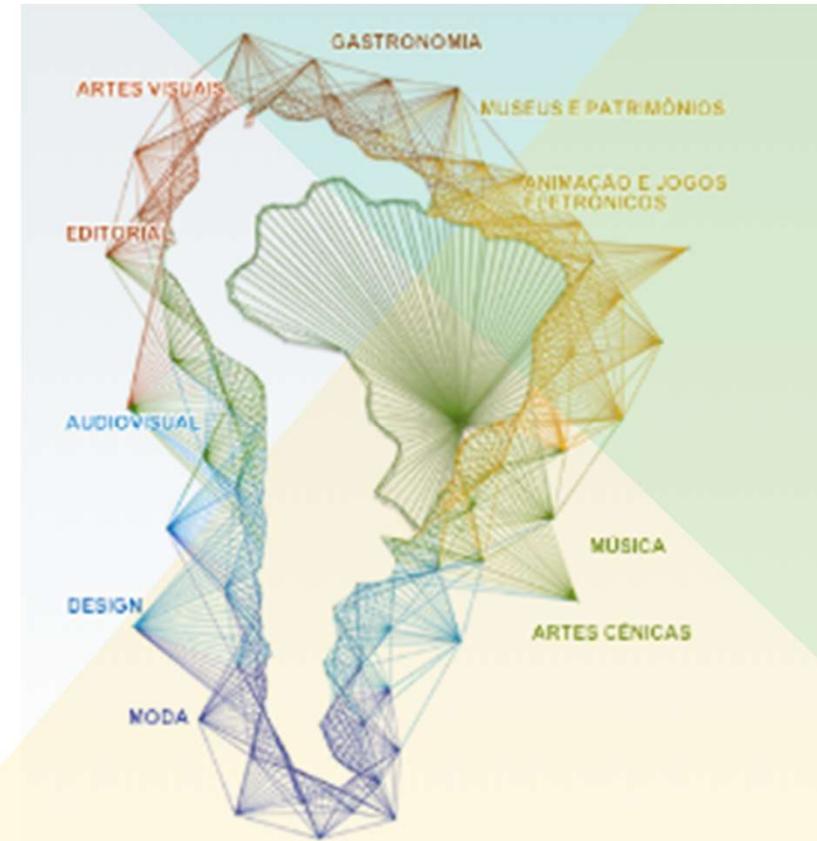


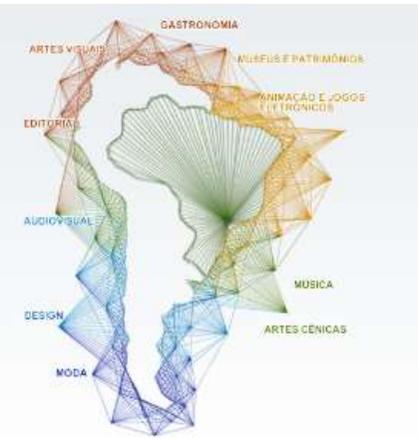
Economia do Audiovisual e Economia Criativa



Mercado das Indústrias Criativas no Brasil: MICBR

São Paulo, 07 de novembro de 2018.

Dr^a. Luana Rufino – Superintendente de Análise de Mercado



Economia Criativa e Políticas do Audiovisual – Comparação Brasil e Coreia do Sul

Coreia do Sul: Dados Gerais (2009-2017)

População
207 Milhões

Área
8 515 767 km²

Complexos Cinematográficos
782

Salas de Cinema
3.223

Público Total (2017):
181,2 milhões

Público per capita
0,9

PIB
U\$ 3,1 trilhões

PIB per capita
U\$ 15.153



Market Share
Médio
14,8%



Market Share
Médio
57,6%

População
51,5 Milhões

Área
100,210 km²

Complexos Cinematográficos
484

Salas de Cinema
2.575

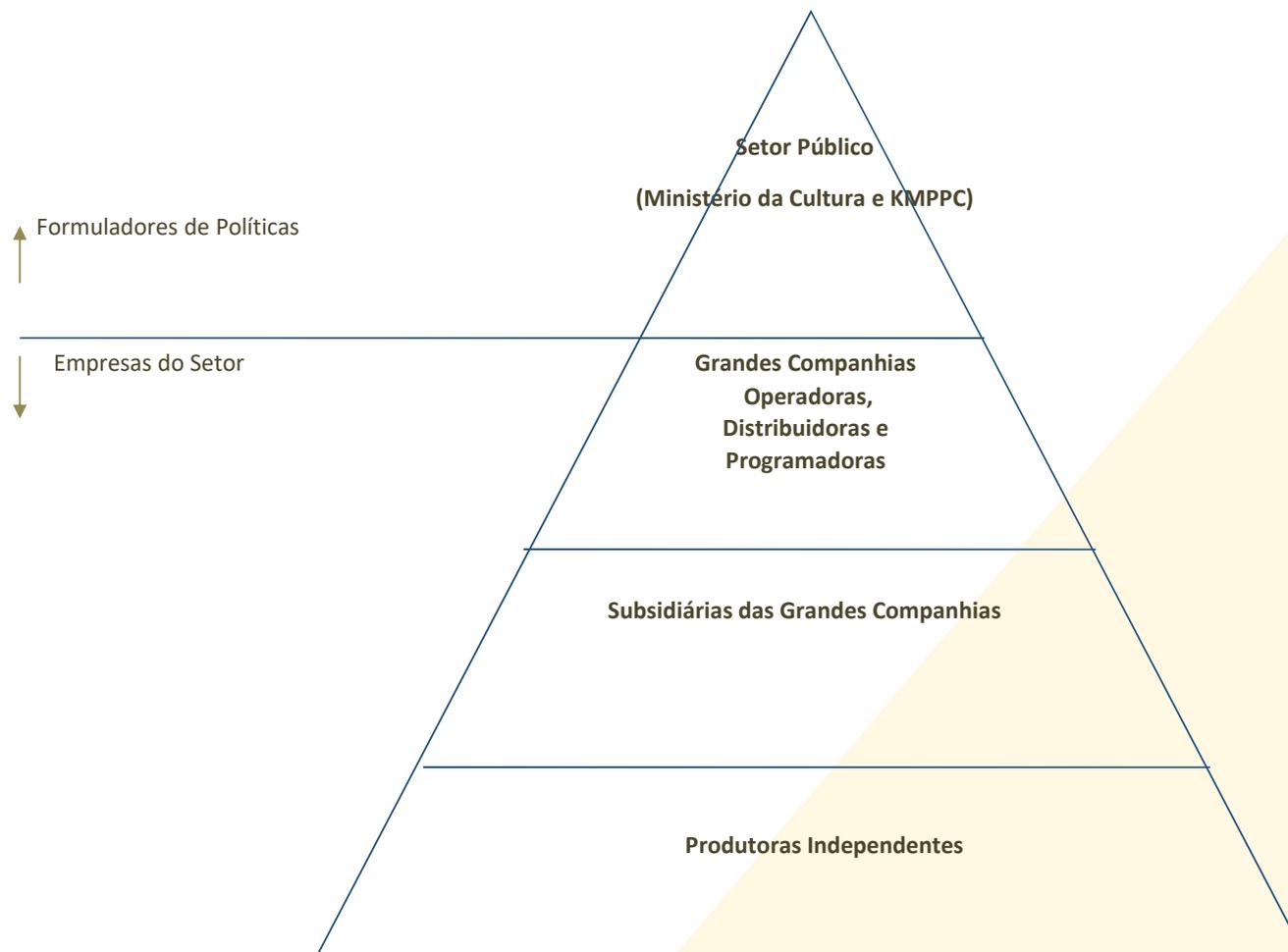
Público Total (2017):
219,9 milhões

Público per capita:
4,3

PIB
U\$ 2,0 trilhões

PIB per capita
U\$ 39.446

Estrutura de Suporte das Políticas Públicas ao Setor Audiovisual na Coréia do Sul



Políticas de Promoção à Economia Criativa do Audiovisual na Coreia do Sul

	Política de Promoção e Regulação	Esboços e objetivos das medidas de apoio	Orçamento para o Programa e Desempenho Real/Resultado	Ano de Início
Produção	Sistema de Apoio à Produção Digital	Equipar as salas de exibição e estúdios, assim como promover a produção no formato digital para transmissão na televisão	\$12.5 bilhões de won. 536 obras 1.776 horas	2001
	Programa de Suporte a sistemas pilotos	Subsídio para 80% do orçamento para produção	\$810 milhões de won. 17 programas	2002
Distribuição e Exibição	Digital Magic Space (DMS)	Fornecer instalações de produção para atender a um único planejamento, produção e comercialização de vídeos de transmissão digital	\$48.4 bilhões de won	2006
	Apoio para infraestrutura de distribuição e exibição	Fornecer subsídios para investimentos de alto valor agregado para cinema e televisão	\$53 bilhões de won. 91 projetos	2002
	Sistema de Cota de Tela	Cota de Tela para Exibição de Obras Nacionais na Televisão (Aberta e Fechada) e no Cinema	Exibição de obras sul-coreanas na grade televisiva e nos cinemas	1991
	Financiamento para Exportação de Obras Nacionais	Financiamento para os gastos na distribuição de obras audiovisuais coreanas para o mercado internacional	\$400 milhões de won gastos. \$26.4 bilhões de won de retorno com exportação	1999
	Fundo de Desenvolvimento do Audiovisual	Até no máximo 6% das receitas das grandes distribuidoras e operadoras, definida a cada ano	\$115 million won para o Fundo	2002
	Programa de Adaptação das Obras para Exportação	Financiamento para adaptação (<i>remaking</i>) à dublagem ou gravação separada de M&E para melhor colocação da obra no mercado externo	\$880 milhões. 2.651 obras audiovisuais exportadas.	2003
Qualificação	Programa de Desenvolvimento Pessoal (Parceria com o Ministério da Educação)	Financiamento a programas de treinamento, bolsas de estudo, qualificações, especializações dentro de centros técnicos ou centros de treinamento, faculdades, escolas de negócios, pós-graduação e pesquisas	\$1.1 bilhão de won	2001

Fonte: Zubelli (2017).

Brasil e Coreia do Sul a partir da década de 1990

	CONTEXTO NACIONAL	VISÃO	TIPOS DE POLÍTICA	OBJETIVOS	INSTRUMENTOS
BRASIL	<ul style="list-style-type: none"> - Sucateamento da produção nacional em face à ruptura provocada pelo fim da Embrafilme e da "Escuridão Collorida" provocada pelo pensamento neoliberal do governo Collor - Movimentos dos Estados Unidos e Japão para liberalização do mercado audiovisual internacional 	<p>Necessidade de retomada da produção do setor através da formulação de políticas voltadas à produção de conteúdo por isenção fiscal</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Fomento - Regulação - Isenção Fiscal 	<ul style="list-style-type: none"> - Ocupação da produção audiovisual nacional nas diferentes janelas de exibição 	<ul style="list-style-type: none"> - Fomento Indireto Lei Rouanet; Art.1º, Art.1º-A, Art.3º, Art. 3º-A da Lei do Audiovisual; Art. 39 e FUNCINEs da MP 2.221-8/01 - Fomento Direto PRODECINEs: 01, 02, 03, 04, 05, 06; PRODAVs: 01, 02, 03, 04, 05, 06, 07, 08, 09, 10, 11, 12; 13 - Infraestrutura de exibição PCPV: Linha de Crédito e Investimento; RECINE, PAR Exibição - Cota de Tela Cinematográfica para Cinema; de Programação e de Empacotamento para TV Paga
COREIA DO SUL	<ul style="list-style-type: none"> - Dificuldade de transmissão do produto audiovisual nacional na TV e no cinema, efeito das políticas liberalizantes do setor à época: ruptura do sistema de Cota de Tela, das políticas de reserva de mercado e fim do 'Quality-based reward System' - Crise Financeira Asiática - Ocupação massiva do audiovisual americano e japonês no cinema e na TV 	<p>Percepção do presidente sul-coreano da importância da indústria criativa no novo ciclo de inovação que iria liderar a economia nacional: "<i>Learning from Jurassic Park</i>"</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Fomento - Regulação - Isenção Fiscal - Internacionalização da produção - Desenvolvimento e Difusão da Tecnologia nacional 	<ul style="list-style-type: none"> - Retomar o crescimento nacional através dessa nova indústria centro do novo ciclo de inovação - Internacionalização da produção nacional - Ocupação da produção nacional nas diferentes janelas de exibição 	<ul style="list-style-type: none"> - Internacionalização da produção Financiamento para exportação de obras nacionais; Programa de Adaptação das Obras para Exportação - Fomento Direto Sistema de apoio à produção digital; Programa de suporte a sistemas pilotos - Infraestrutura de distribuição <i>Digital Magic Space</i>; Programa de apoio à infraestrutura de distribuição e exibição - Cota de Tela Cinematográfica; de Programação para TV Aberta e TV Paga - Qualificação Programas de Treinamento; P&D junto às universidades e centros técnicos; escola de negócios

Fonte: Zubelli (2017).

Brasil e Coreia do Sul a partir da década de 1990

	ELO PRINCIPAL DA CADEIA ATINGIDO	ABORDAGEM TEÓRICA	ARRANJO INSTITUCIONAL	ENVOLVIMENTO COM EMPRESAS PRIVADAS	REGIME MACROECONÔMICO
BRASIL	<p>Produção: 26 instrumentos voltados à produção do total de 32 (81,3% do total)</p>	<p>- Política Cultural - Na concepção do setor: modelo linear da cadeia de valor; - Na formulação de política: modelo neoclássico de Economia da Cultura de Baumol e Bowen</p>	<p>Criação da ANCINE e sua articulação com a SAV do MinC e com o CSC</p>	<p>- Fomento Indireto Pouco envolvimento com as empresas que utilizam os mecanismos pelos seus benefícios fiscais</p> <p>- Fomento Direto Pagamento de CONDECINE que acumula recursos para o FSA</p> <p>- Infraestrutura de exibição Busca de benefício fiscal e colocação de recursos a depender da classificação do projeto</p> <p>- Cota de Tela Busca de produtos nacionais para cumprimento da obrigação regulatória</p>	<p>Maligno*:</p> <p>- Taxa de Juros Alta (11,25% a.a.)</p> <p>- Taxa de Câmbio Sobrevalorizada (R\$ 3,19/US\$1)</p>
COREIA DO SUL	<p>Distribuição: 10 instrumentos que envolvem a Distribuição (nacional e internacional) do total de 15 iniciativas (apenas 2 iniciativas para produção)</p>	<p>- Política Industrial - Na concepção do setor: modelo hierárquico de organização da indústria, onde as grandes corporações estruturam e organizam a demanda por conteúdo produtivo; - Na formulação de política: sistema integrado que tem como foco da roda inovativa a distribuição e internacionalização da produção</p>	<p>Criação do KMPPC, KOFIC e do Ministério da Cultura, Esporte e Turismo para formulação e acompanhamento das políticas</p>	<p>- Internacionalização da produção A geração de subsidiárias dentro das grandes companhias de distribuição e exibição para dar conta das cotas de tela gerou sinergias para exportação de produto nacional que não tinha seu conteúdo limitado à exibição externamente ao país</p> <p>- Fomento Direto 6% das receitas das grandes empresas do setor (algumas <i>Chaebols</i>) para o Fundo de Desenvolvimento do Audiovisual</p> <p>- Infraestrutura de distribuição Por conta da rigorosa cota nacional as próprias empresas tiveram que investir na tecnologia de distribuição e programação para garantia de cumprimento da obrigação regulatória</p>	<p>Benigno*:</p> <p>- Taxa de Juros Baixa (1,25% a.a.)</p> <p>- Taxa de Câmbio Subvalorizada (KRW 1.128,58/1US\$)</p>

Fonte: Zubelli (2017).

Brasil e Coreia do Sul a partir da década de 1990

	RESULTADO DA POLÍTICA	DIFERENCIAÇÃO DO CAPITAL (NACIONAL OU ESTRANGEIRO)	INTERNACIONALIZAÇÃO DA PRODUÇÃO	CLASSIFICAÇÃO DA POLÍTICA
BRASIL	Média de 12% de <i>market share nacional</i> no cinema e 10% na TV Paga em 2015	Apenas no que envolve a produção de conteúdo: seja por política de cota de tela, seja por pagamento de Condecine ou mecanismo de incentivo	Não há políticas voltadas à comercialização das obras audiovisuais nacionais no exterior. O que há são iniciativas isoladas por acordos de coprodução que visam apenas a produção conjunta nacional e estrangeira por acordos bilaterais. Outras políticas estão voltadas à participação da produção nacional em festivais, novamente sem interesse por colocação comercial do produto nacional.	Política Industrial Defensiva de fomento (de sobrevivência) com ênfase na ECONOMIA CRIATIVA
COREIA DO SUL	Média de 57% de <i>market share</i> no cinema e 82% na TV em 2014	Além da diferenciação da nacionalidade por origem da produção, há políticas que diferenciam a origem do capital por: <ul style="list-style-type: none"> - Isenção Fiscal (apenas feita para compra de conteúdo nacional); - Desenvolvimento Tecnológico (financiamento somente para produção de tecnologia nacional); - Internacionalização da produção nacional 	Interesse real da política de colocação das obras nacionais no mercado estrangeiro, através de diferentes frentes: seja por incentivo às distribuidoras nacionais, por financiamento às exportações e por programas específicos voltados tanto à adaptação do produto nacional ao mercado externo, quanto à produção específica aos dois mercados (interno e externo)	Política Industrial Ofensiva (estruturante) com ênfase na ECONOMIA CLÁSSICA

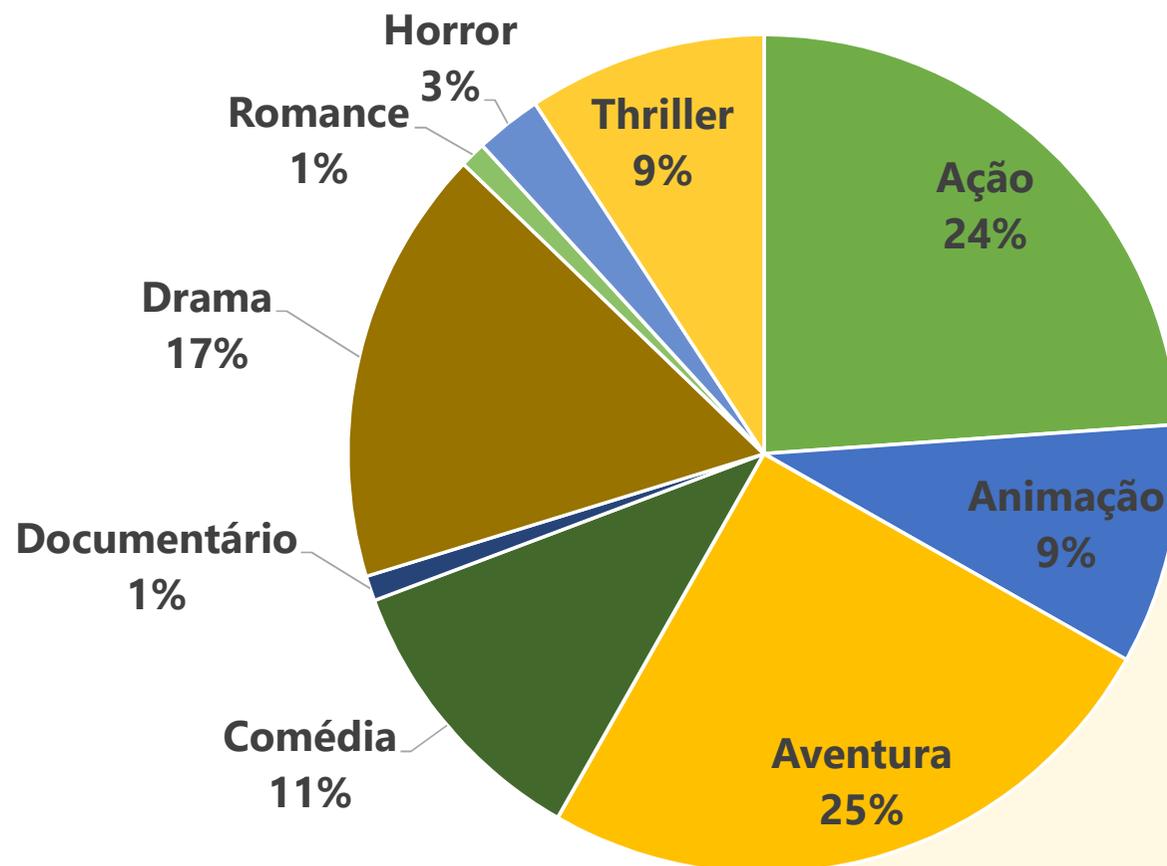
- A trajetória sul-coreana da **indústria criativa do audiovisual** oferece contribuições importantes à análise da elaboração de políticas industriais voltada ao setor. Seu grande e rápido sucesso pode ser explicado por políticas industriais explícitas formuladas pelo governo a partir dos anos 1990.
- No espaço de 20 anos a Coreia saiu de um *market share* nacional irrisório de 2,1 % para alcançar a marca significativa de 57% em 2014, isto é, uma participação nacional do mercado maior do que países que investem pesadamente nas indústrias culturais, como a França que obteve 39,8% nesse mesmo ano.
- Isso mostra que **políticas públicas adequadas às especificidades nacionais**, as quais considerem de forma ampla **todos os atores dentro da cadeia produtiva**, elevaram à Coreia ao patamar de consumo nacional de suas obras audiovisuais apenas alcançado por dois países: Estados Unidos e Índia, únicos com mais da metade do *market share* nacional para o mesmo ano, por exemplo.

- Em **1994**, houve o chamado “**caso Jurassic Park**”, em que por quase três meses apenas este título ocupou todos os cinemas sul-coreanos, ou seja, nenhum outro filme estava sendo exibido além dele. Esse fato emblemático chamou atenção das autoridades sul-coreanas e pelos **formuladores de política**, não só pela massiva dominação cultural, mas também pelo **volume de divisas perdidas** para o mercado americano, as quais foram equivalentes a **1,5 milhões de carros Hyundai**.
- No mesmo ano (1994), o **Conselho Presidencial de Ciência e Tecnologia** sul-coreano **submeteu um relatório** ao presidente propondo “*The South Korea Presidential Advisory Board on Science and Technology*”.
- Depois que o relatório foi submetido, em 1995, o **governo sul coreano** fez uma **emenda na MPL (Lei do Audiovisual sul-coreana)**, que trocou o nome para “*Motion Picture Promotion Law*”, no intuito de **atrair capital para o estabelecimento de um fundo setorial** e também para **criação de incentivos fiscais** para o **setor audiovisual**. Essa política de promoção foi chamada de “**Learning from Hollywood**” (Aprendendo com Hollywood).

- Após o caso emblemático do Jurassic Park, o fraco desempenho econômico da Coreia do Sul foi o segundo fator que estimulou o governo na procura de uma estratégia industrial que **rejuvenescesse a economia nacional**.
- Assim, quando o **governo sul coreano anunciou essa indústria** como a **nova catalisadora do crescimento**, as grandes corporações familiares do país (Chaebols) – como Hyundai, Samsung, Daewoo, entre outras – voltaram-se ao setor na busca dos benefícios da política e entraram em toda a cadeia: produção, distribuição e importação.
- Depois da crise financeira asiática, que o governo voltou a orientar as políticas de exportação do audiovisual sul-coreano como **uma nova iniciativa econômica**.
- Para isso, houve uma articulação das políticas públicas para envolver as demais empresas sul-coreanas que atingissem não só os conglomerados (chaebols), mas também a indústria que é independente dessas grandes empresas, no sentido de dar mais **estabilidade ao crescimento** do setor.

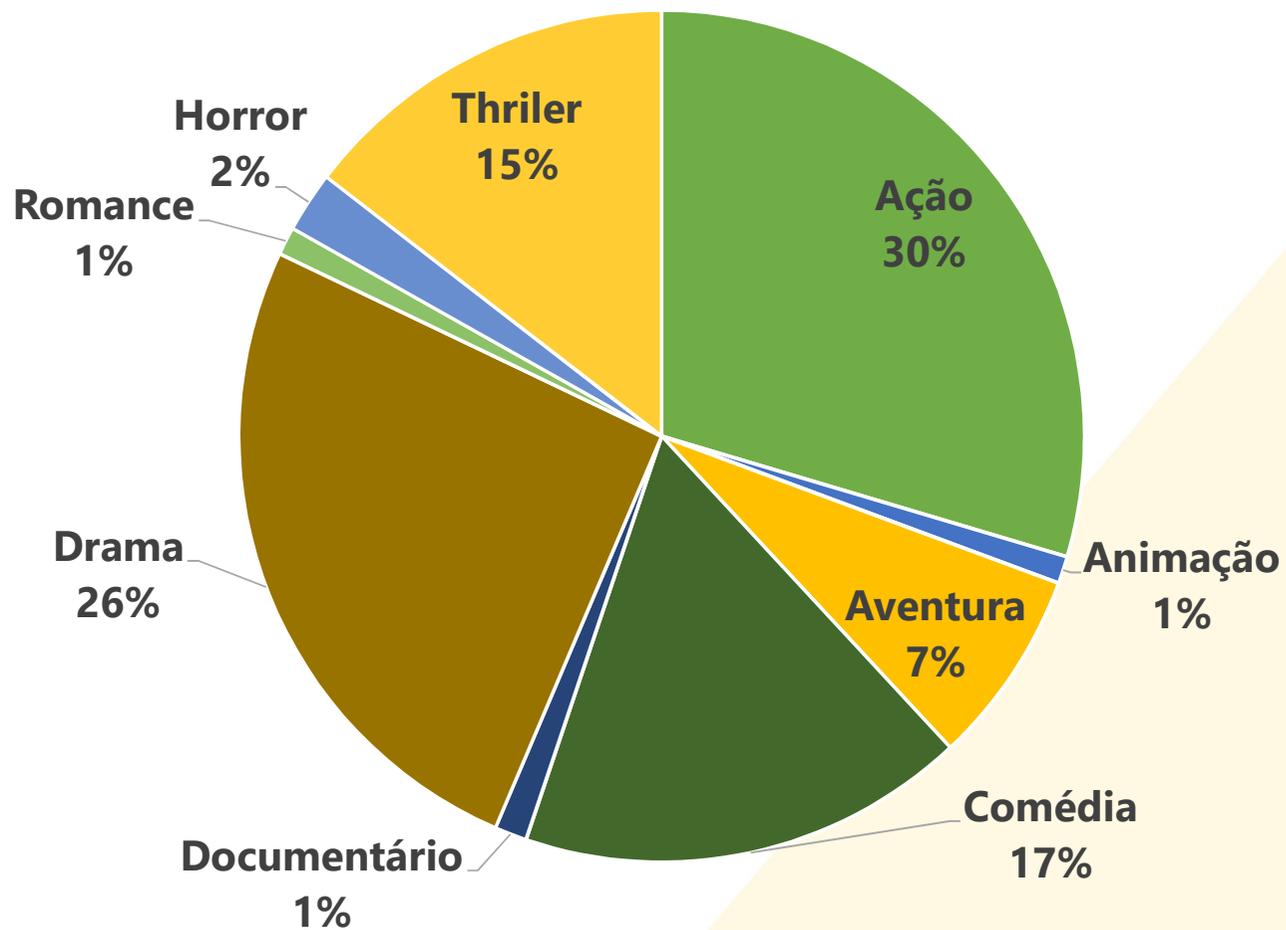
- O grande fator de promoção das políticas públicas ao setor foi a **percepção**, pelo **presidente sul-coreano**, da **importância dessa indústria no novo ciclo de inovação** que iria **liderar a economia nacional** após a crise asiática de 1997.
- No setor de economia da cultura, o foco tem sido a chamada **indústria criativa do audiovisual** ou **indústria do entretenimento** como líder da próxima geração do crescimento econômico nacional.
- O presidente Kim Dae-jung tinha tanta convicção que a indústria criativa, especialmente a indústria do audiovisual e do entretenimento, teria um **impacto positivo excepcional na economia do país** que ficou conhecido como “Presidente da Cultura”, dada a ênfase que ele deu às políticas públicas voltadas ao setor.

Participação Total de Público por Gênero Cinematográfico (2009-2016)



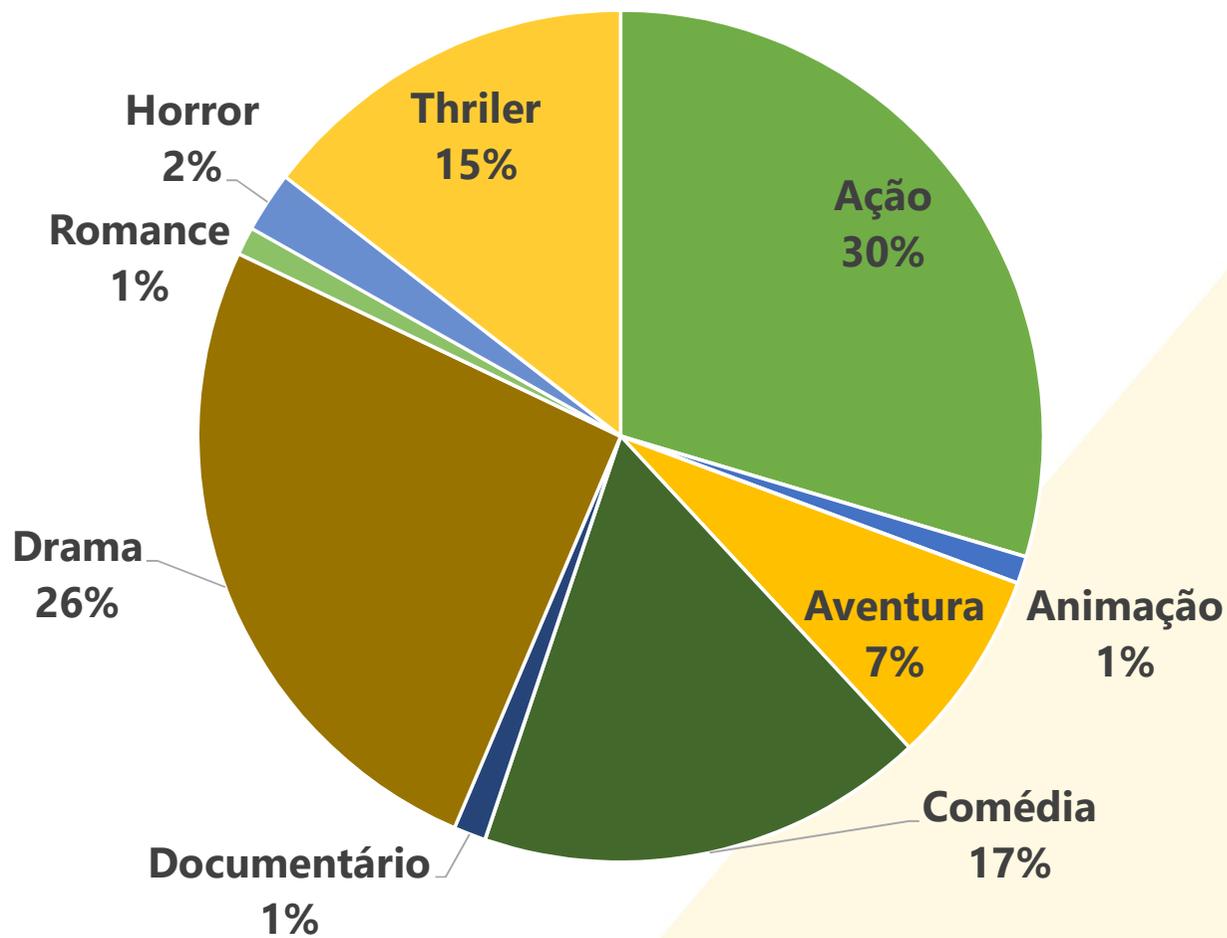
Fonte: Baladez (2018).

Participação de Público dos Filmes Nacionais por Gênero Cinematográfico (2009-2016)



Fonte: Baladez (2018).

Participação de Público dos Filmes Estrangeiros por Gênero Cinematográfico (2009-2016)



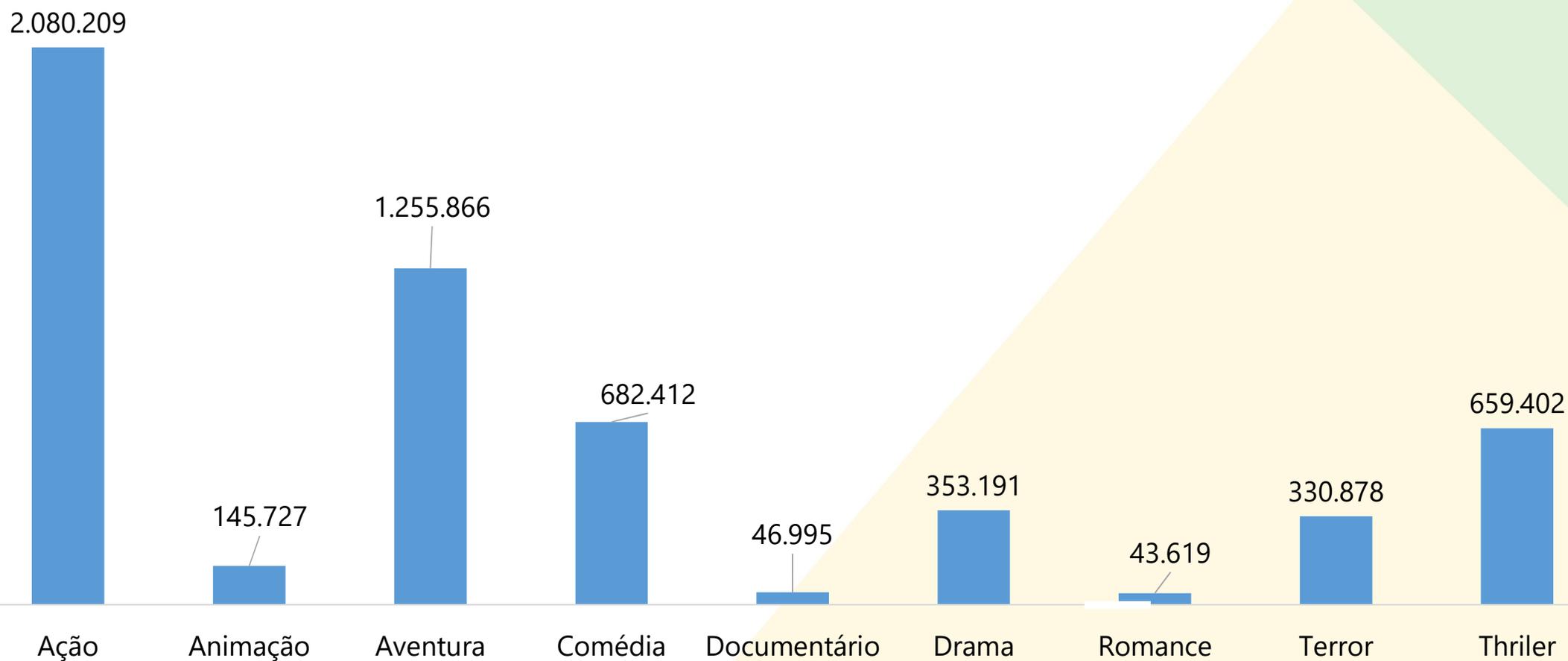
Fonte: Baladez (2018).

Participação de Público dos Filmes Coreanos por gênero Cinematográfico (2009-2016)

	Participação Títulos	Participação Público
Ação	14,4%	68,4%
Animação	8,1%	6,2%
Aventura	7,3%	16,4%
Comédia	26,8%	85,9%
Documentário	51,4%	70,1%
Drama	30,7%	83,9%
Romance	46,3%	58,5%
Terror	12,4%	49,6%
Thriller	28,8%	86,9%
Total Geral	24,5%	55,3%

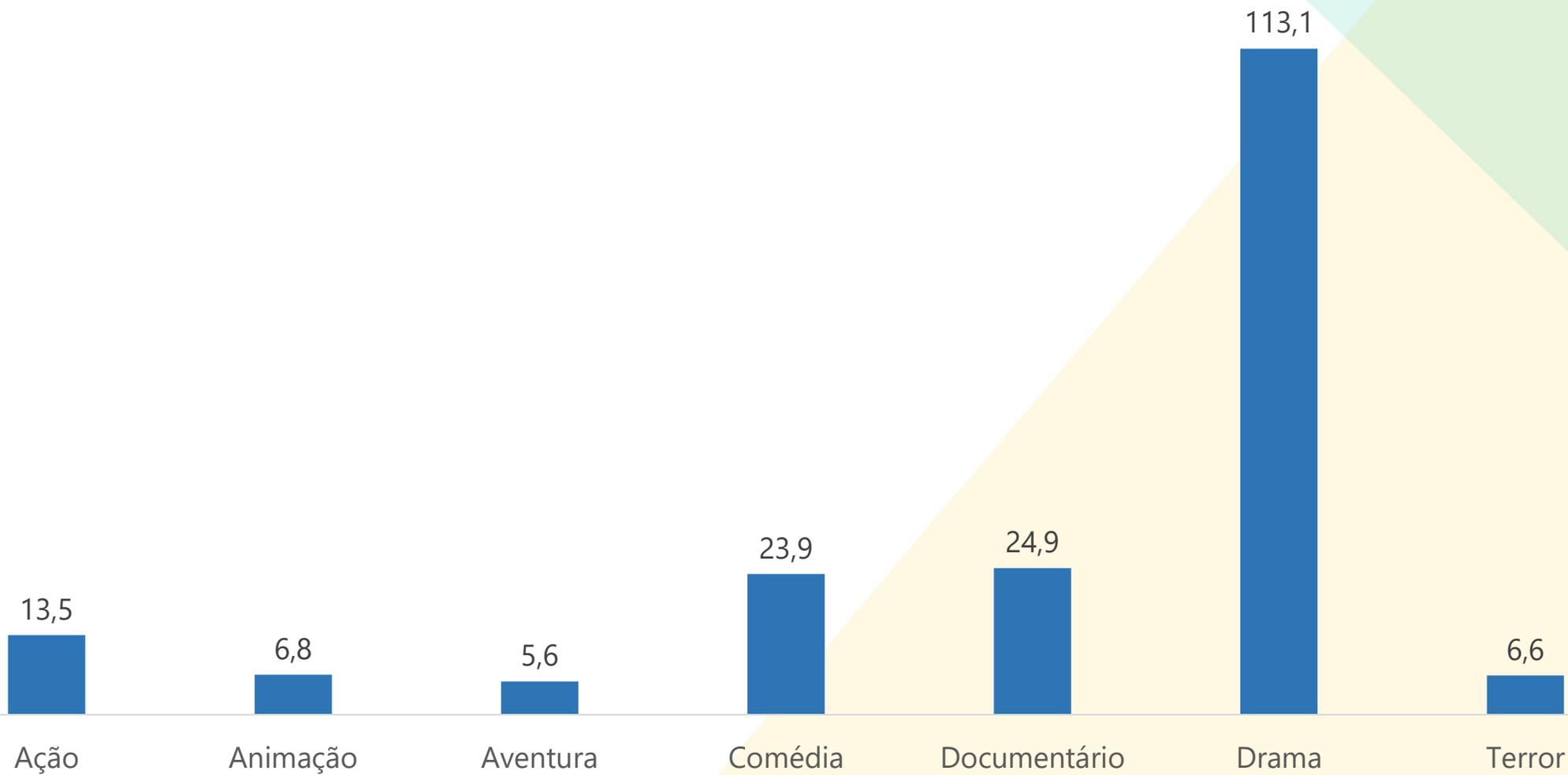
Fonte: Baladez (2018).

Público Médio por Ano dos Filmes Nacionais por Gênero Cinematográfico (2009-2016)



Fonte: Baladez (2018).

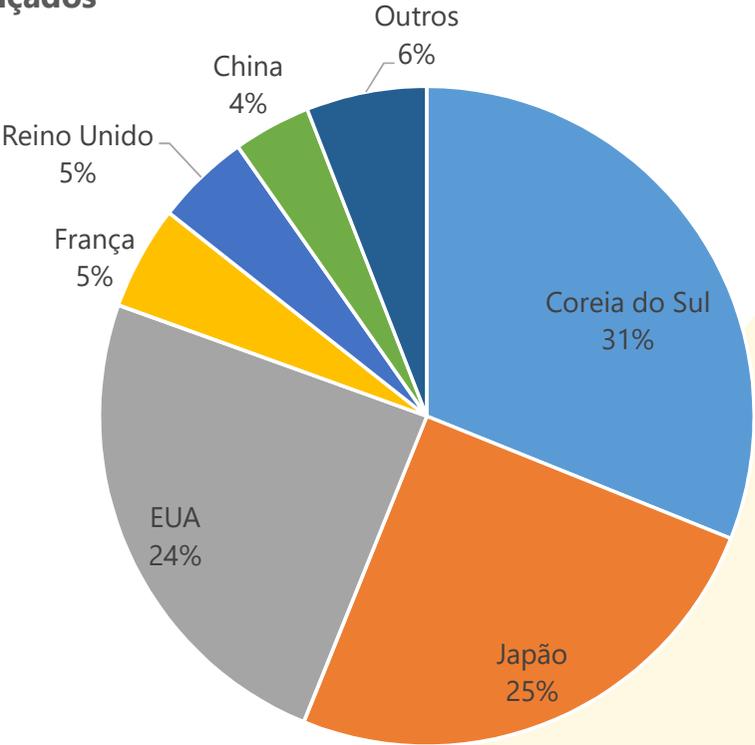
Lançamentos por Ano dos Filmes Nacionais por Gênero Cinematográfico (2009-2016)



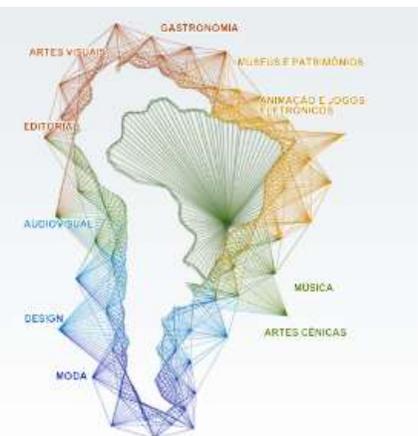
Fonte: Baladez (2018).

Renda e quantidade filmes lançados na Coreia do Sul por país de origem (2017)

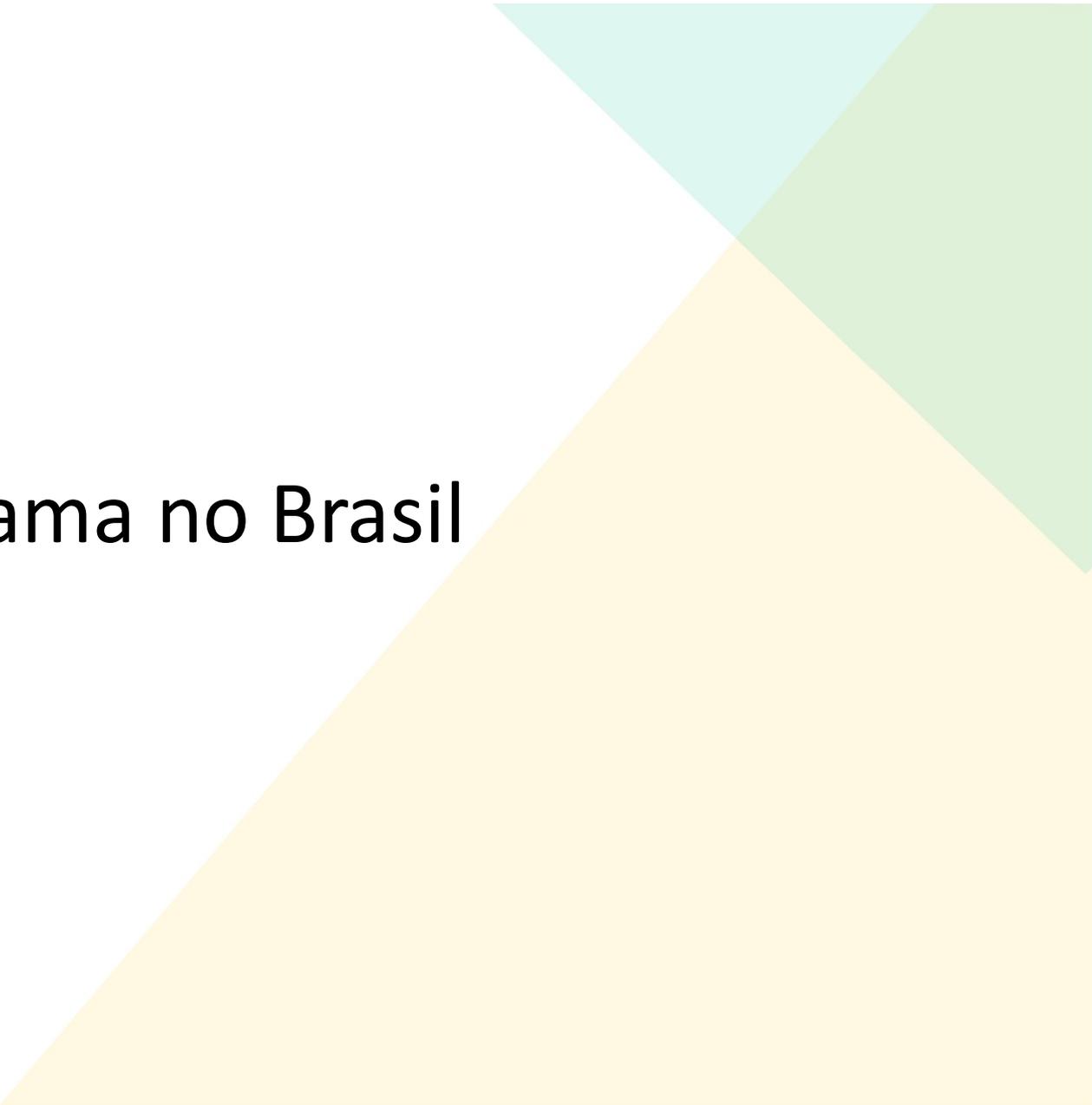
Filmes Lançados



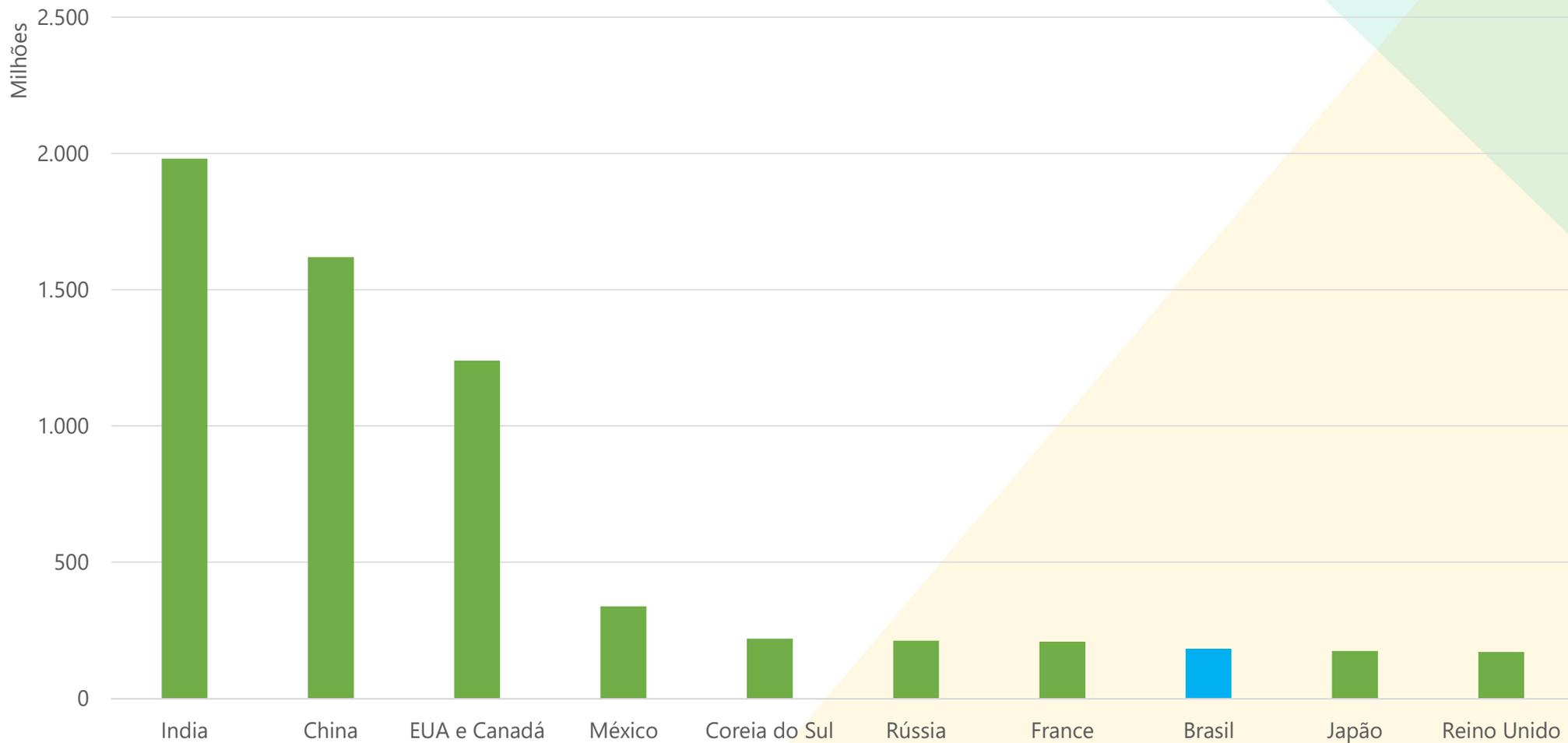
Fonte: Baladez (2018).



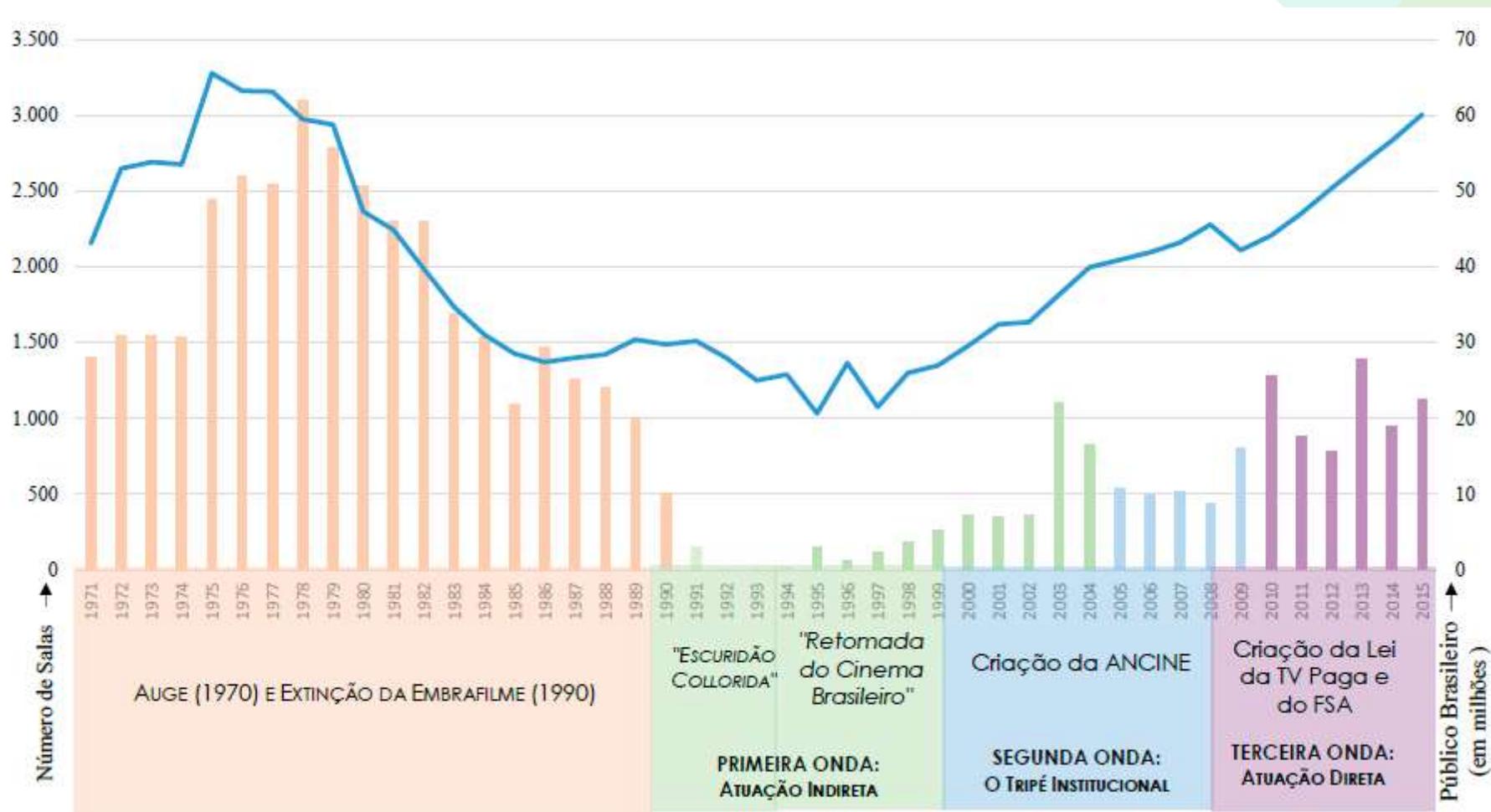
Panorama no Brasil



Dez países com maior público em salas de exibição (2017)



Evolução do Número de Salas de Exibição e Público de Filmes Brasileiros a partir das Ondas de Política do Audiovisual (1970 até 2015)



Fonte: Zubelli (2017).

Evolução do número de lançamentos brasileiros em salas de cinema (1995 – 2017)

104 títulos

1995 – 1999

Lei Rouanet e Lei do Audiovisual

356 títulos

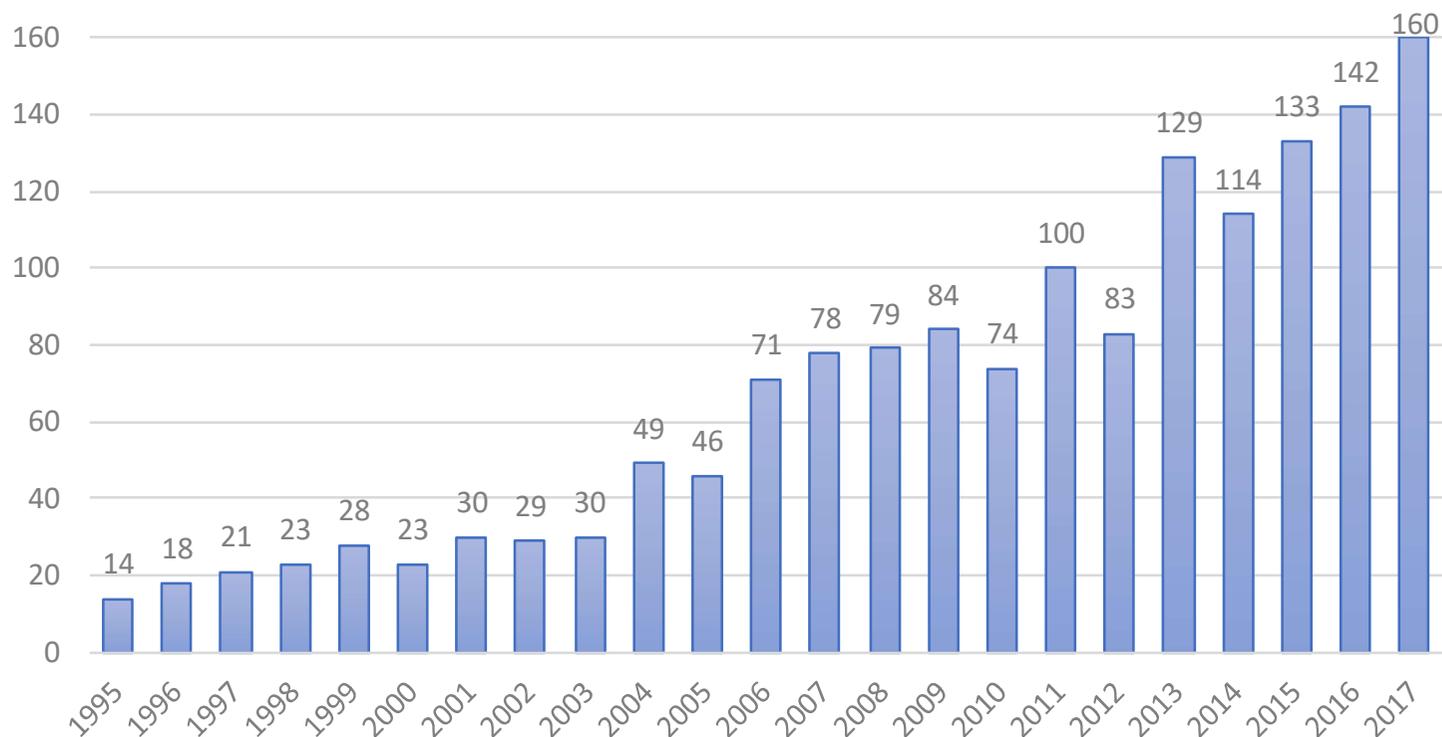
2000 – 2007

Criação da ANCINE

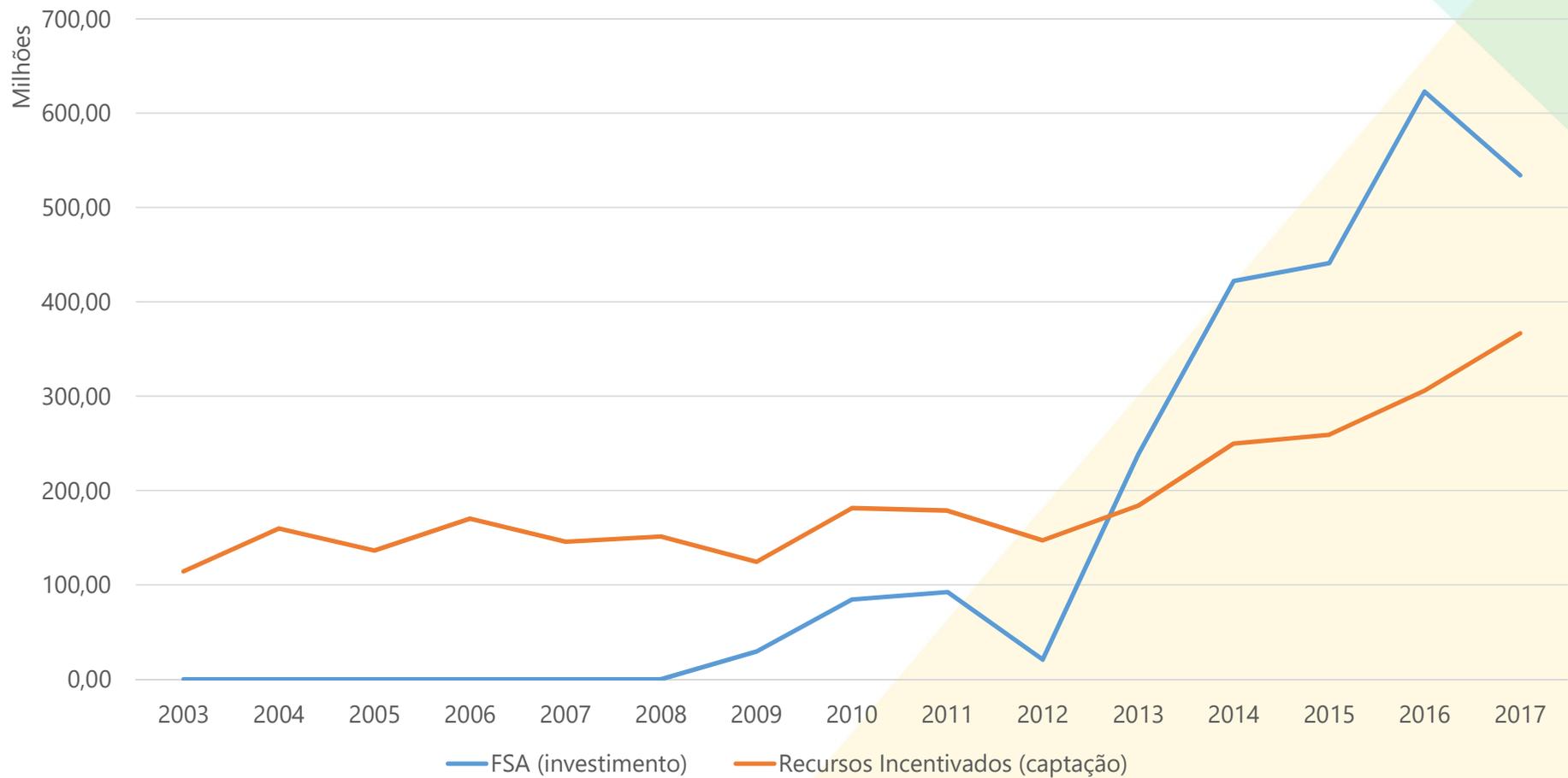
1.098 títulos

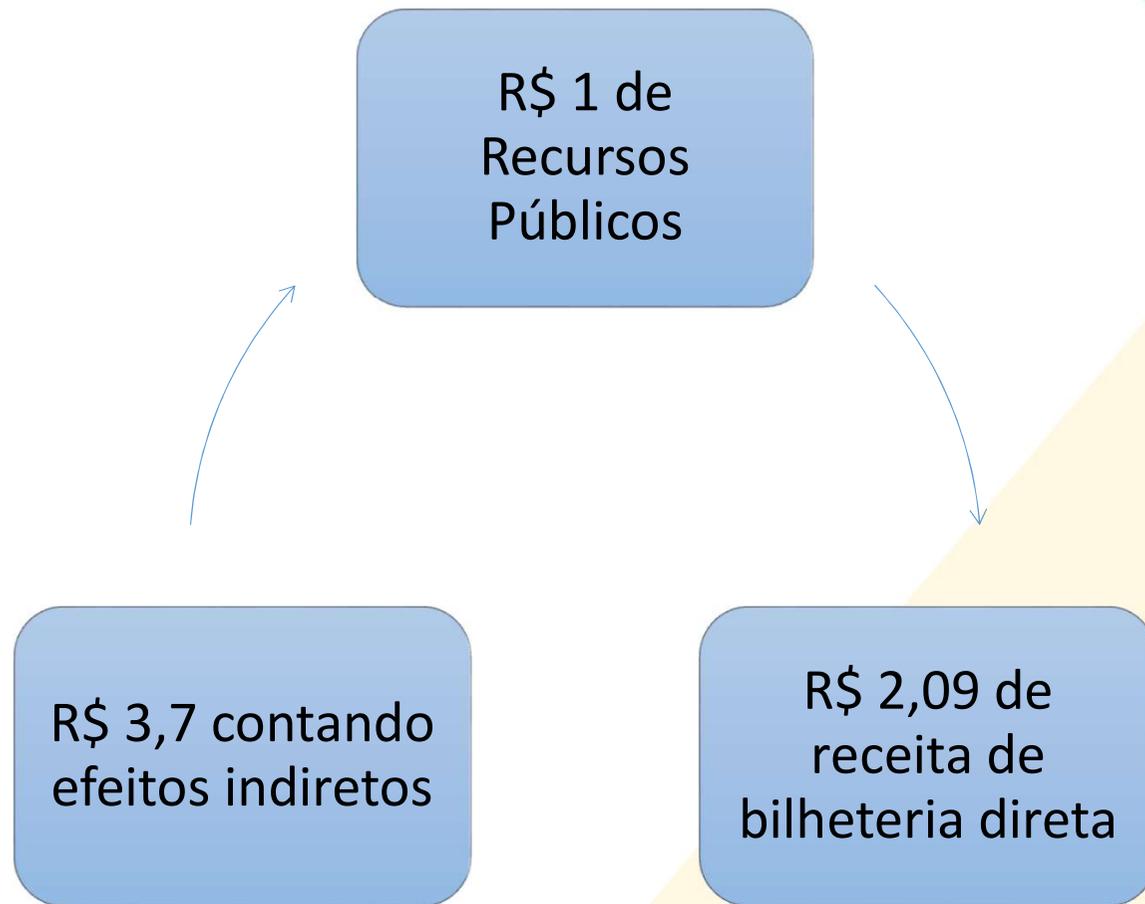
2008 – 2017

FSA e Lei da TV Paga

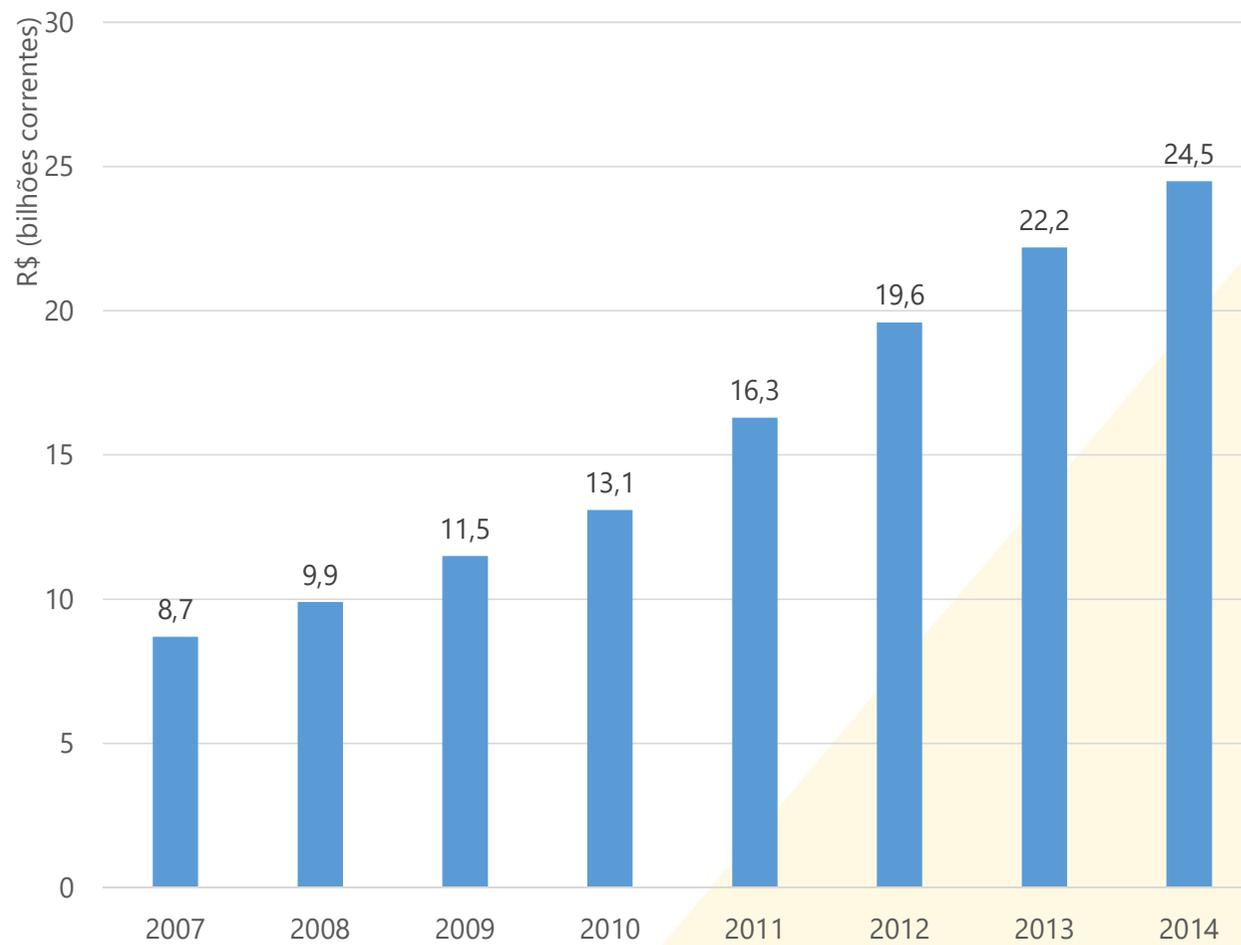


Valores totais de Investimento FSA e Recursos Incentivados (2003 – 2017)

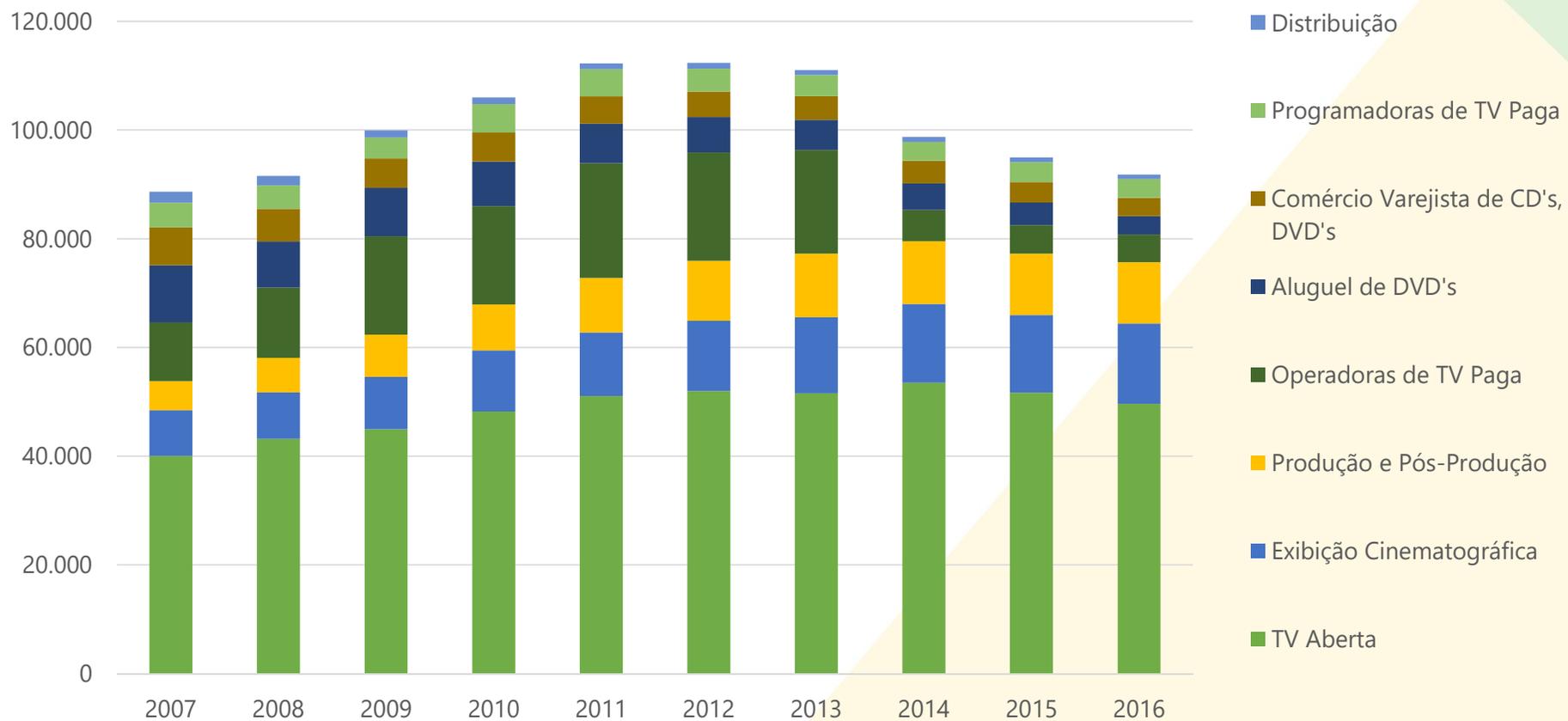




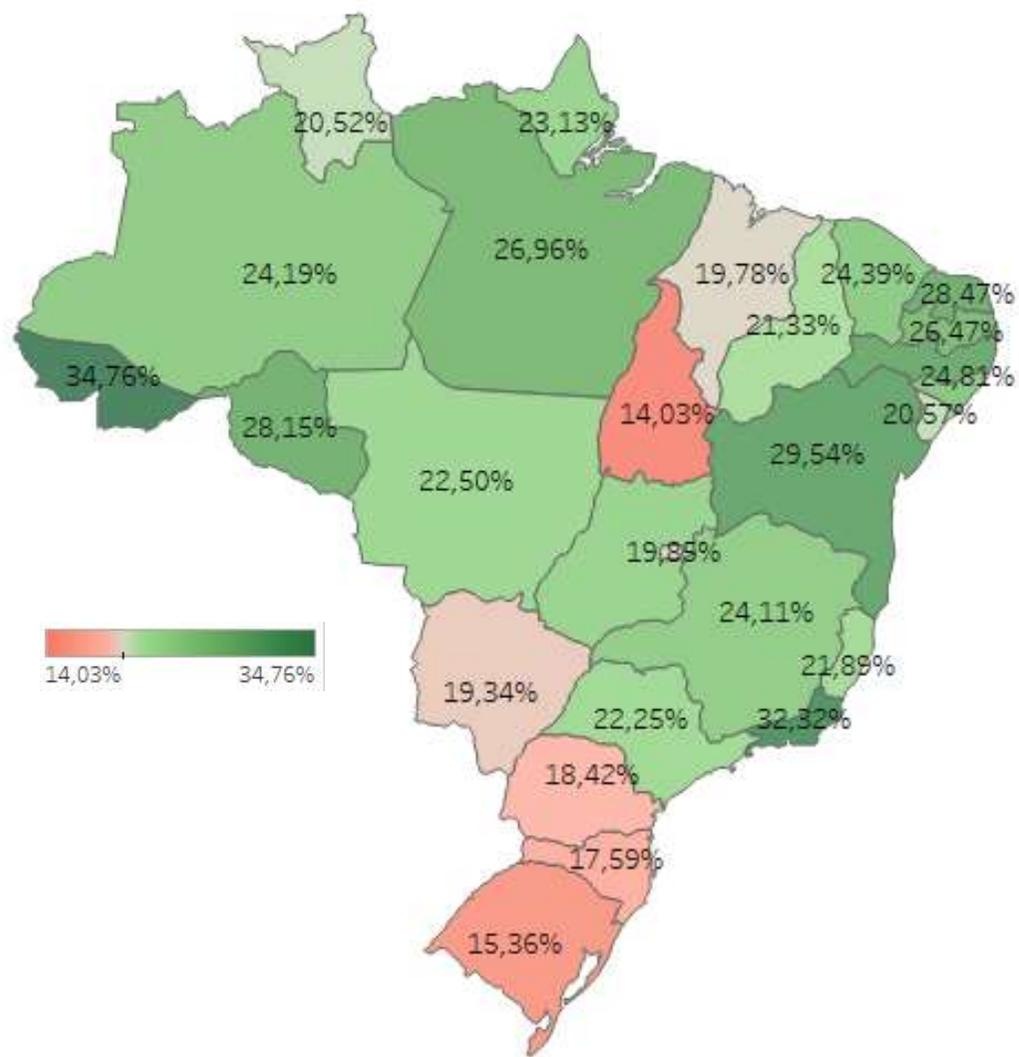
Valor adicionado pelo setor audiovisual



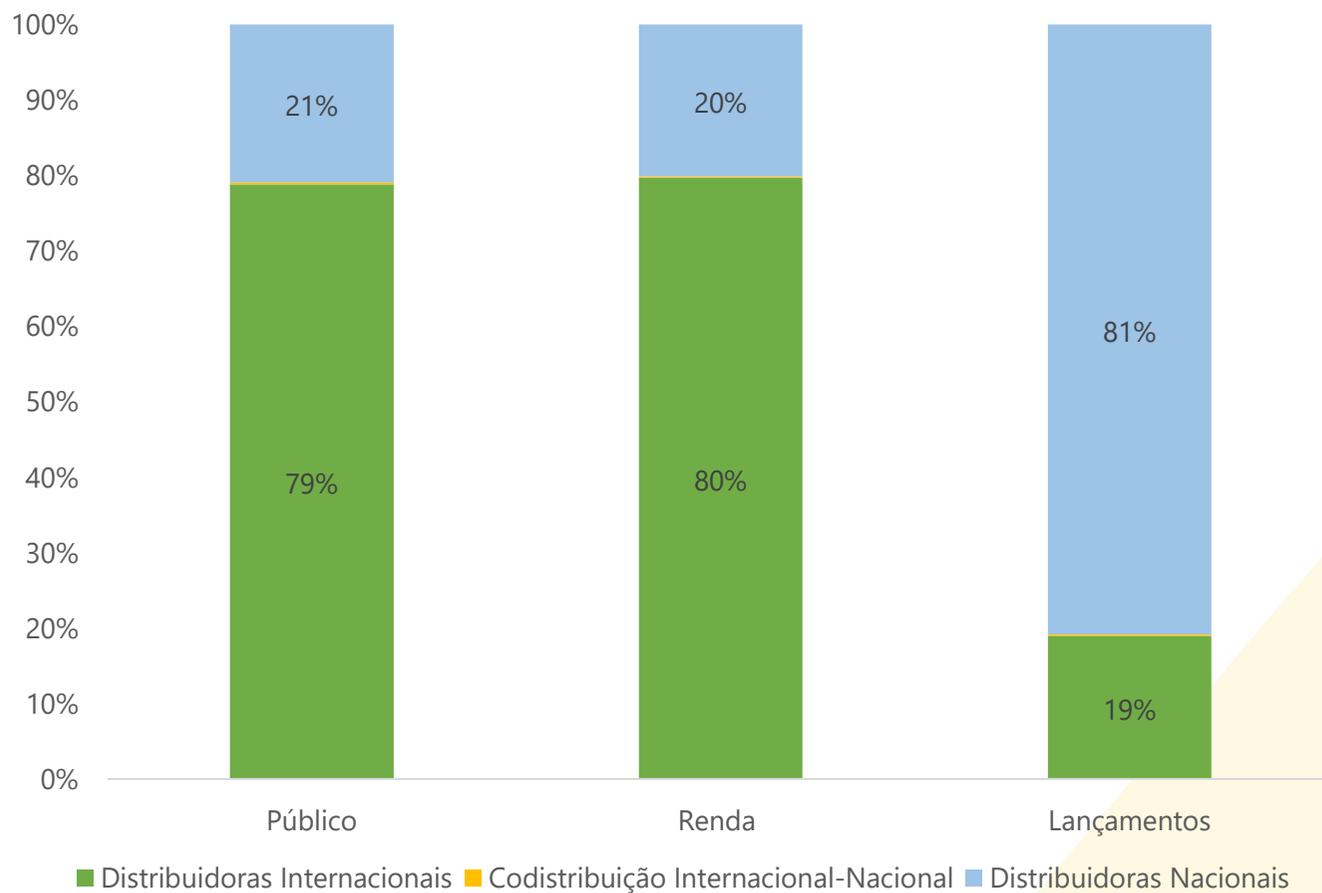
Empregos por atividade econômica do setor audiovisual



Taxa de ocupação dos filmes brasileiros por UF (2018)



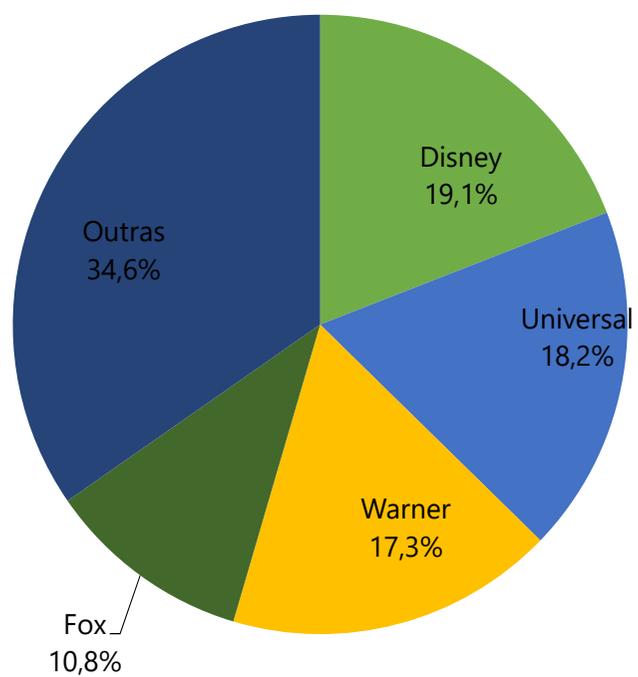
Comparativo do percentual de público, renda e lançamentos por origem da distribuidora (2017)



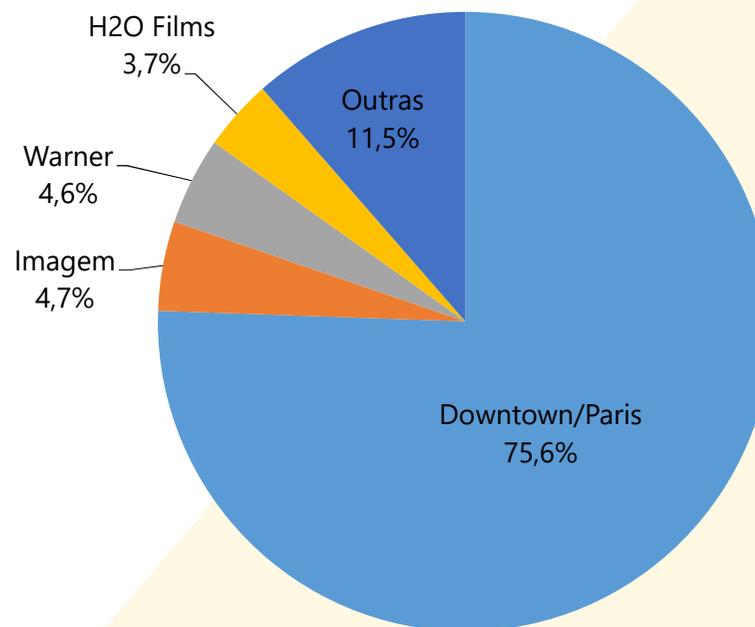
As distribuidoras brasileiras foram responsáveis por 81% dos lançamentos no ano de 2017. Entretanto, essas distribuidoras auferiram 20% da renda bruta no ano.

Percentual de renda das distribuidoras (2017)

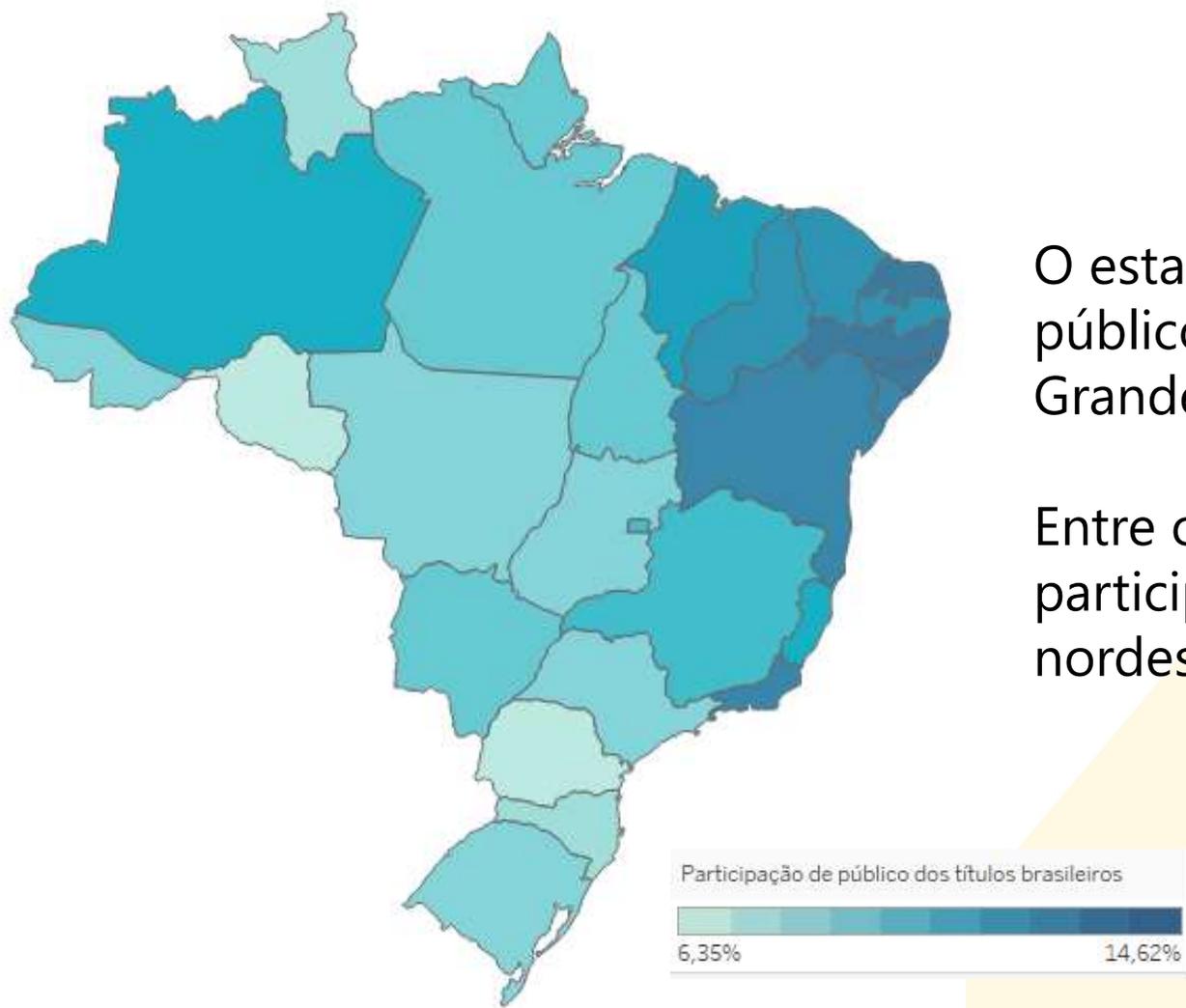
Todos os títulos



Títulos Brasileiros



Participação de público dos filmes brasileiros nos cinemas (2017)



O estado com maior participação de público dos filmes brasileiros foi o Rio Grande do Norte com 14,62%.

Entre os dez estados com melhor participação nove ficam na região nordeste.

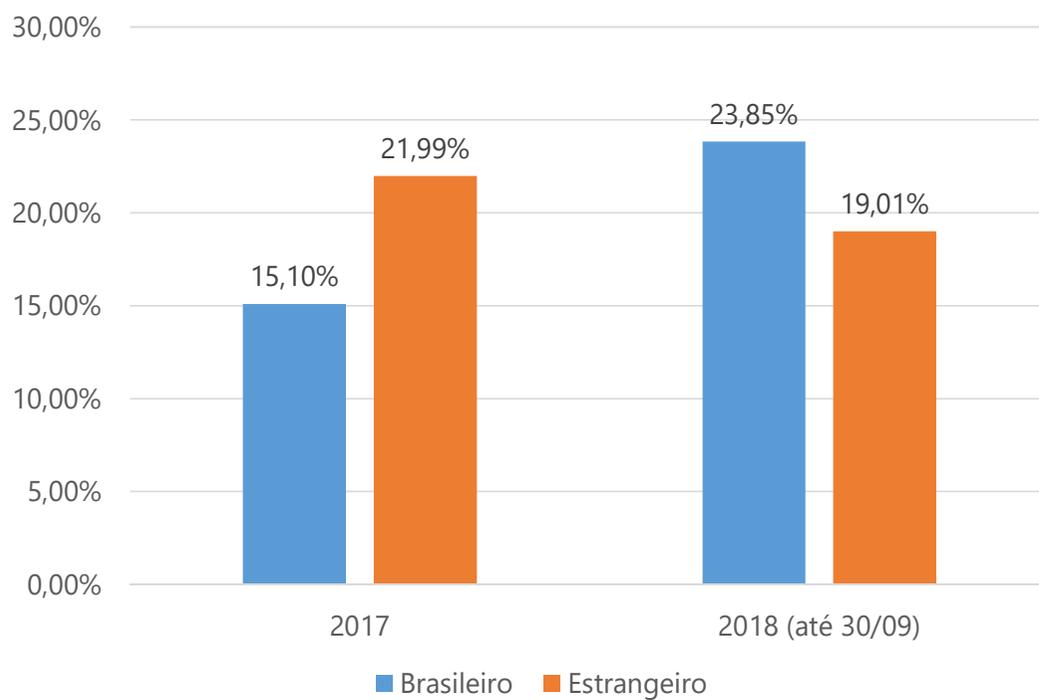
Dados Gerais por Sessão (2018)

	Brasileiro	% Var. BRA (set. 2017 x set. 2018)	Estrangeiro	% Var. EST. (set. 2017 x set. 2018)	Total	% Var. Total (set. 2017 x set. 2018)
Renda	227.317.382	↑ 15,2%	1.677.015.633	↓ -12,5%	1.904.333.016	↓ -9,9%
Público	19.315.443	↑ 37,7%	107.767.416	↓ -14,1%	127.082.859	↓ -8,9%
Participação de Público	15,2%	↑ 50,5%	84,8%	↓ -5,7%	100%	-
Sessões	442.528	↑ 7,3%	2.778.853	↑ 1,3%	3.221.381	↑ 2,5%
Participação de Sessões	13,7%	↑ 9,9%	86,3%	↓ -1,8%	100%	-
Participação de Títulos	36,1%	↑ 13,9%	63,9%	↓ -6,5%	100%	-
Títulos Exibidos	253	↑ 12,4%	447	↓ -7,8%	700	↓ -1,4%
Público por Sessão	44	↑ 51,7%	39	↓ -17,0%	39	↓ -11,4%

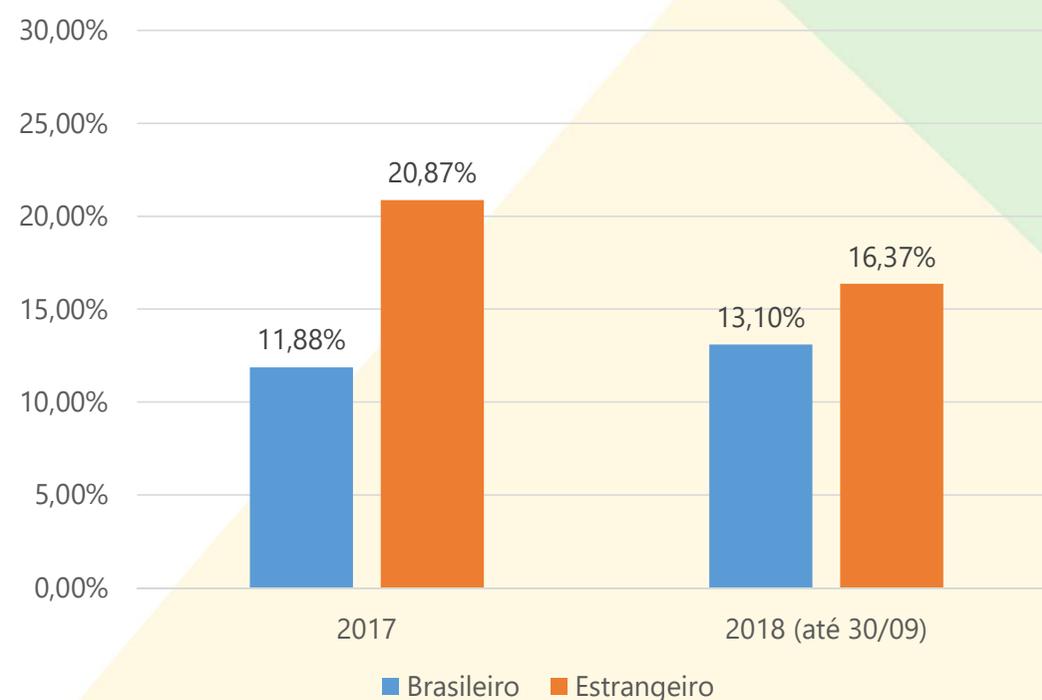
Taxa de ocupação do filme brasileiro e estrangeiro (2017 x 2018)



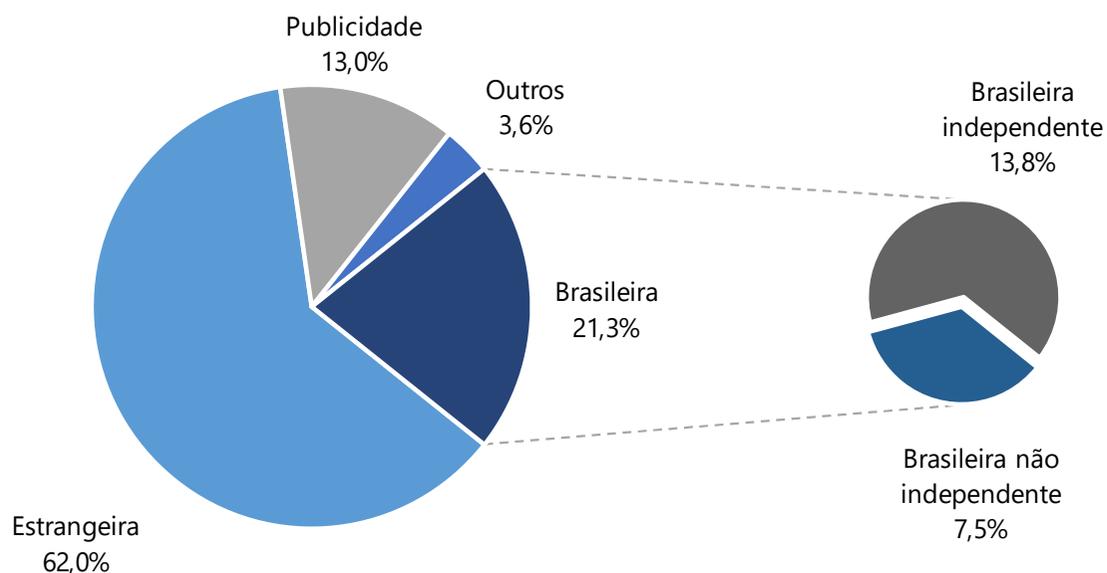
Com outliers



Sem outliers



Porcentagem de horas de programação por tipo de obra em canais CABEQ, CABEQ SB, CABEQ INFANTIL, CEQ3h30, CEQ3h30 INFANTIL - 2017

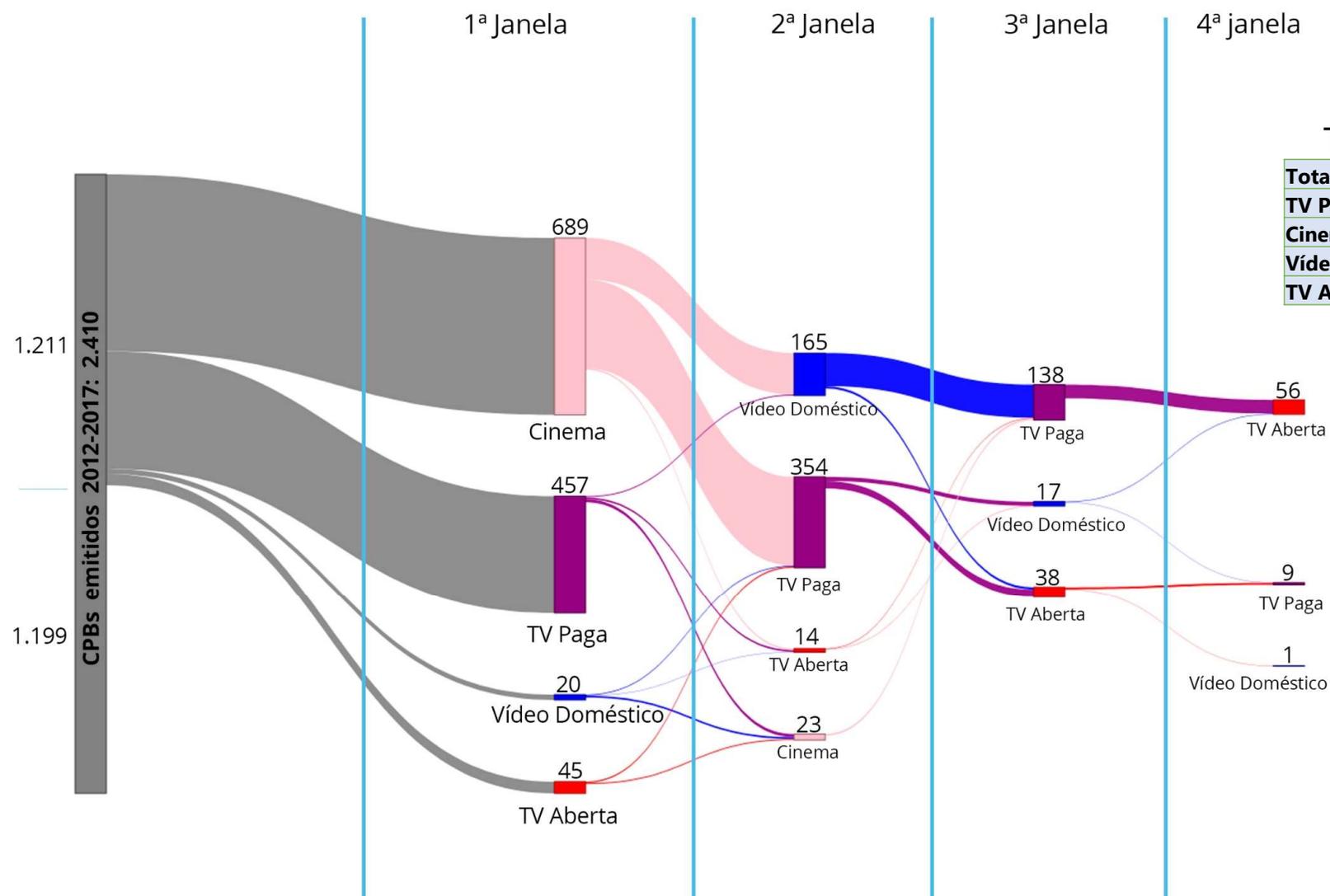


Foram veiculados 4.872 títulos brasileiros, sendo **3.934 obras brasileiras independentes**, em 92 canais monitorados.

Dos 21,3% de horas de programação brasileira veiculada em 2017, **13,8% foram de conteúdo brasileiro independente**.

Episódios de obras seriadas não foram contabilizados como títulos distintos.

Circulação de obras pelos segmentos de mercado (CPB's emitidos entre 2012 e 2017)



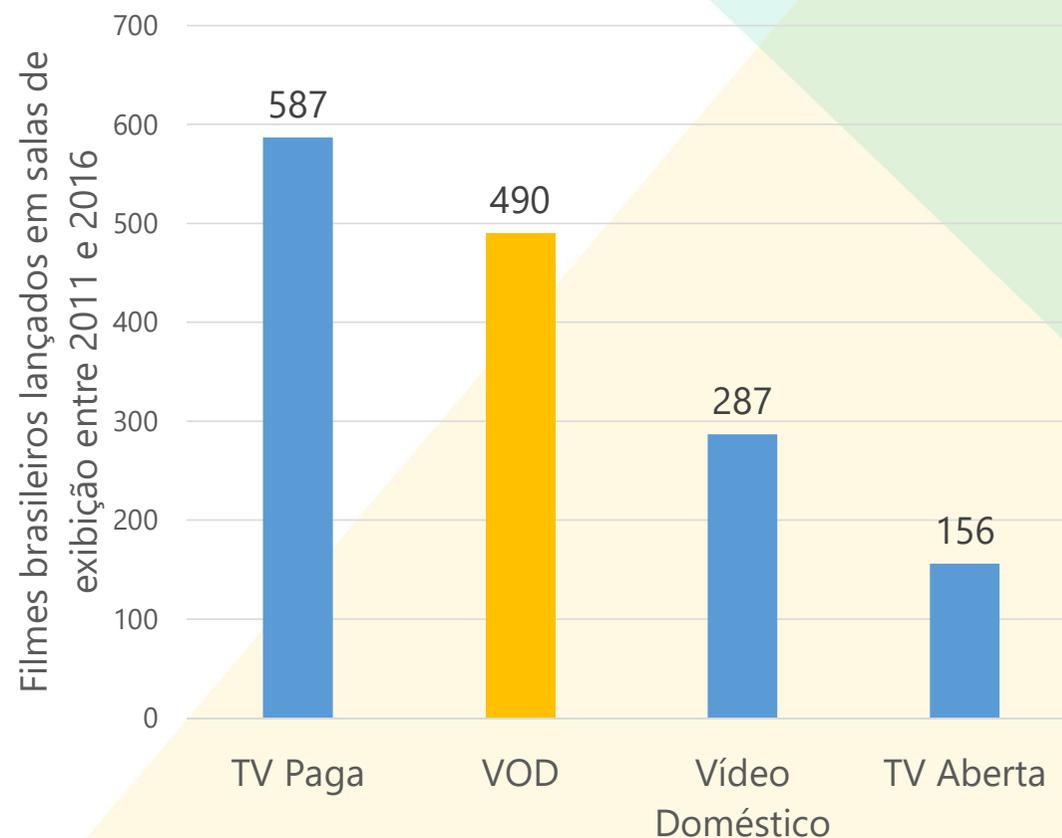
Totais por Segmento

Total CPB's	2410
TV Paga	958
Cinema	712
Vídeo Doméstico	203
TV Aberta	153

Longa-metragem brasileiro no Vídeo por Demanda

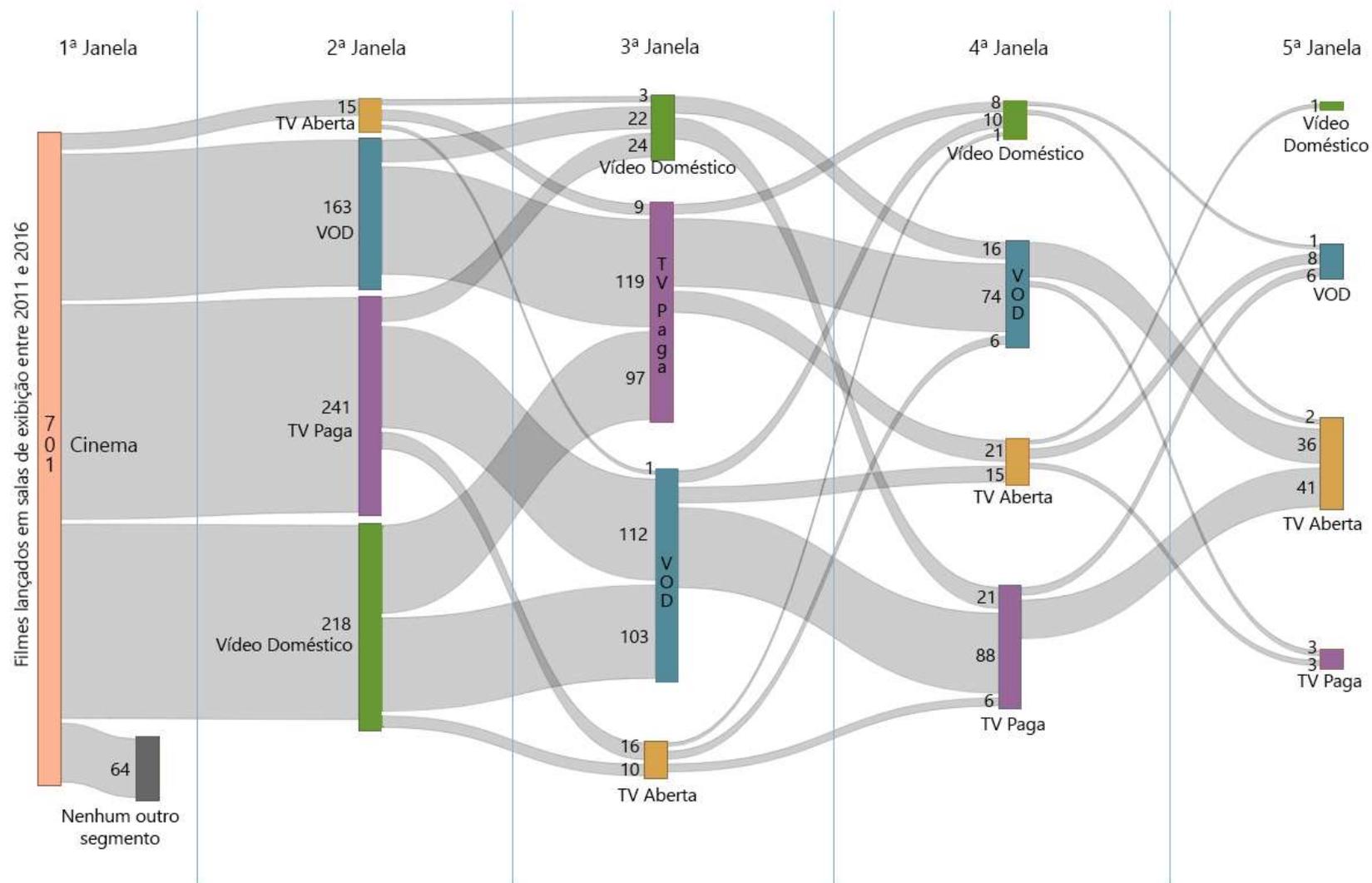
70% dos filmes brasileiros lançados em salas de exibição entre 2011 e 2016 estiveram em algum serviço de VOD entre 2013 e 2018.

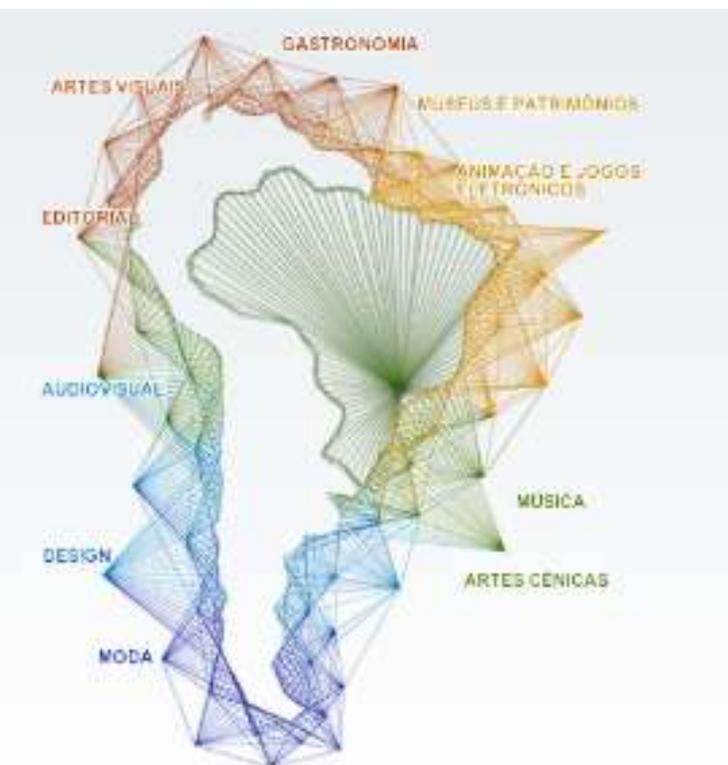
Do total de **701** filmes lançados no período, **490** foram ofertados em serviços de VOD.



Fonte : ANCINE e Business Bureau

Ordenamento e fluxo entre as janelas de exibição dos filmes brasileiros lançados entre 2011 e 2016 nos cinemas





OBRIGADA!

luana.zubelli@ancine.gov.br

Superintendente de Análise de Mercado - ANCINE