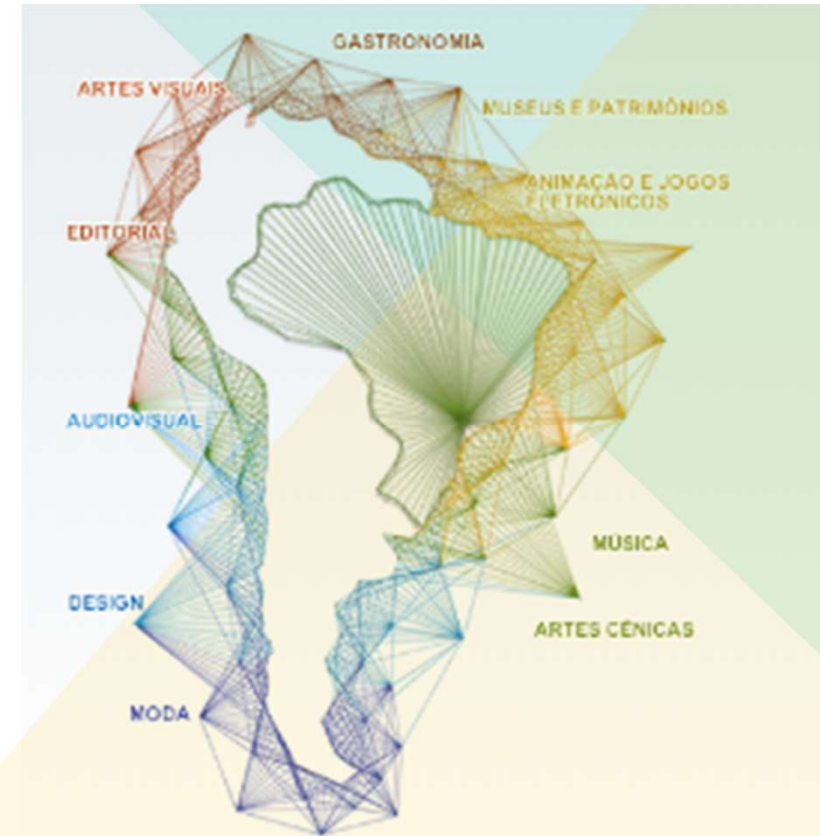


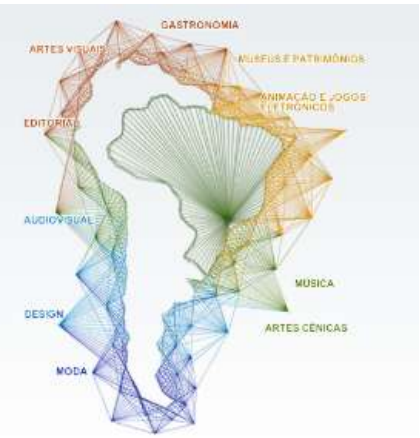
Economia do Audiovisual e Economia Criativa



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

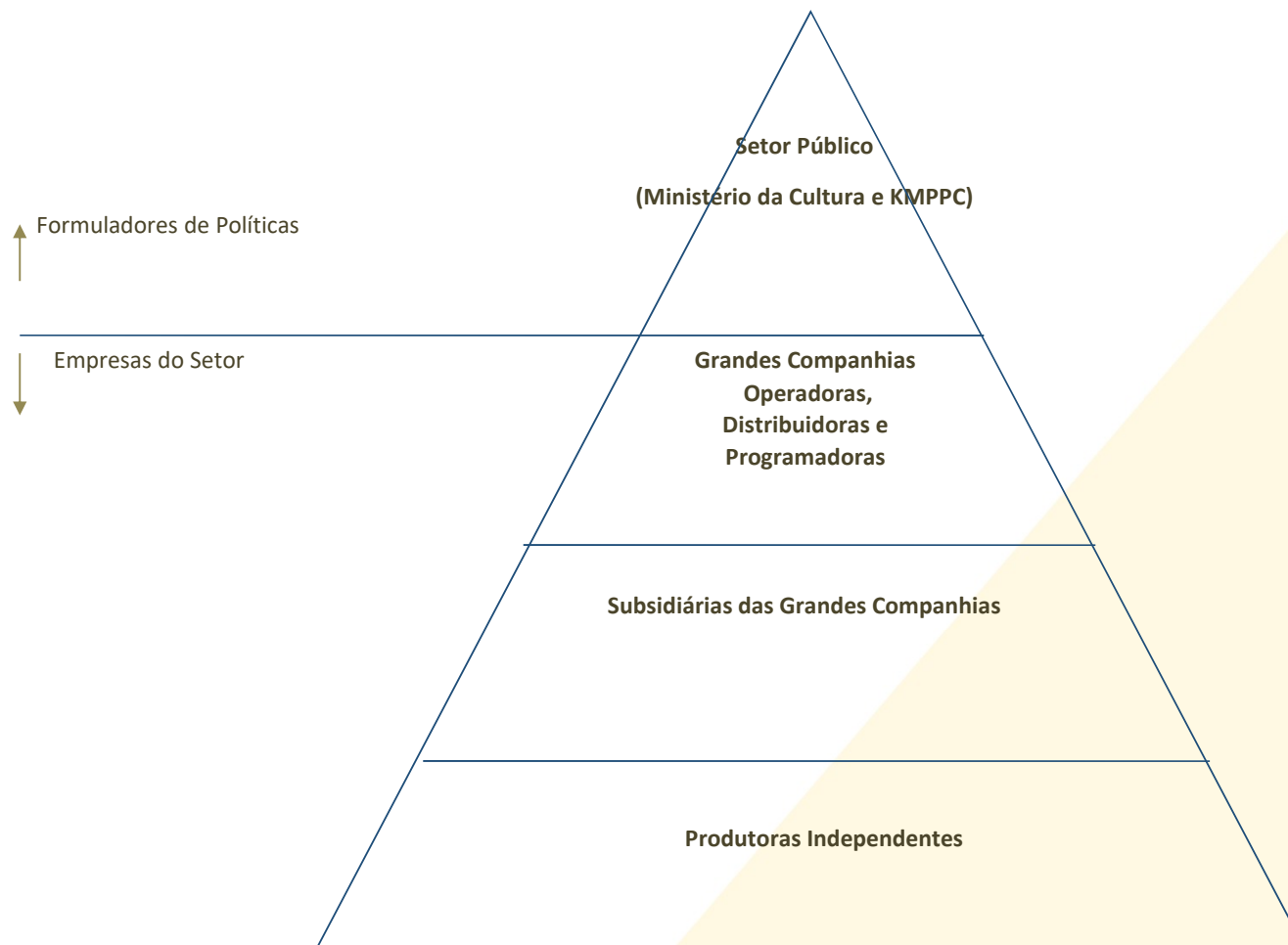
Público Total (2017):
219,9 milhões

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	<p>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.</p> <p>Outras políticas estão voltadas à participação da produção nacional em festivais, novamente sem interesse por colocação comercial do produto nacional.</p>	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	<p>Além da diferenciação da nacionalidade por origem da produção, há políticas que diferenciam a origem do capital por:</p> <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

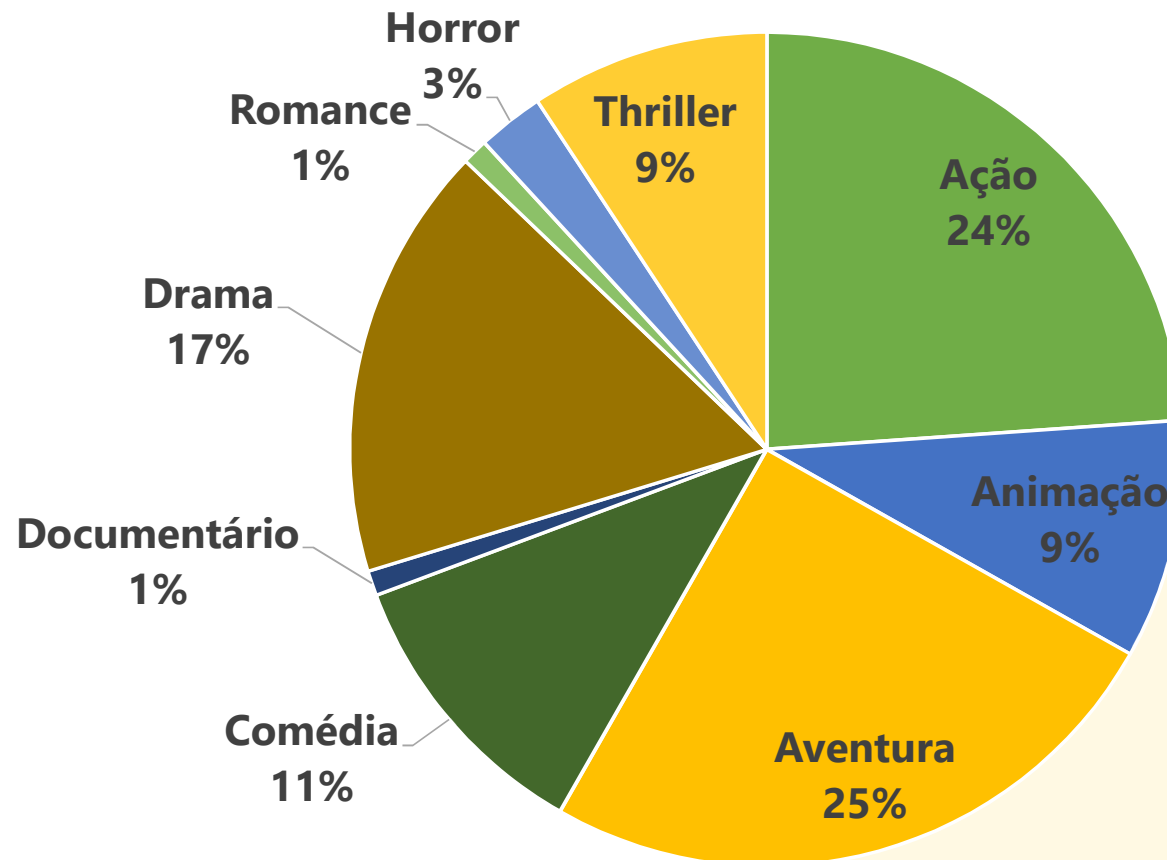
- A trajetória sul-coreana da **indústria criativa do audiovisual** oferece contribuições importantes à análise da elaboração de políticas industriais voltada ao setor. Seu grande e rápido sucesso pode ser explicado por políticas industriais explícitas formuladas pelo governo a partir dos anos 1990.
- 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.

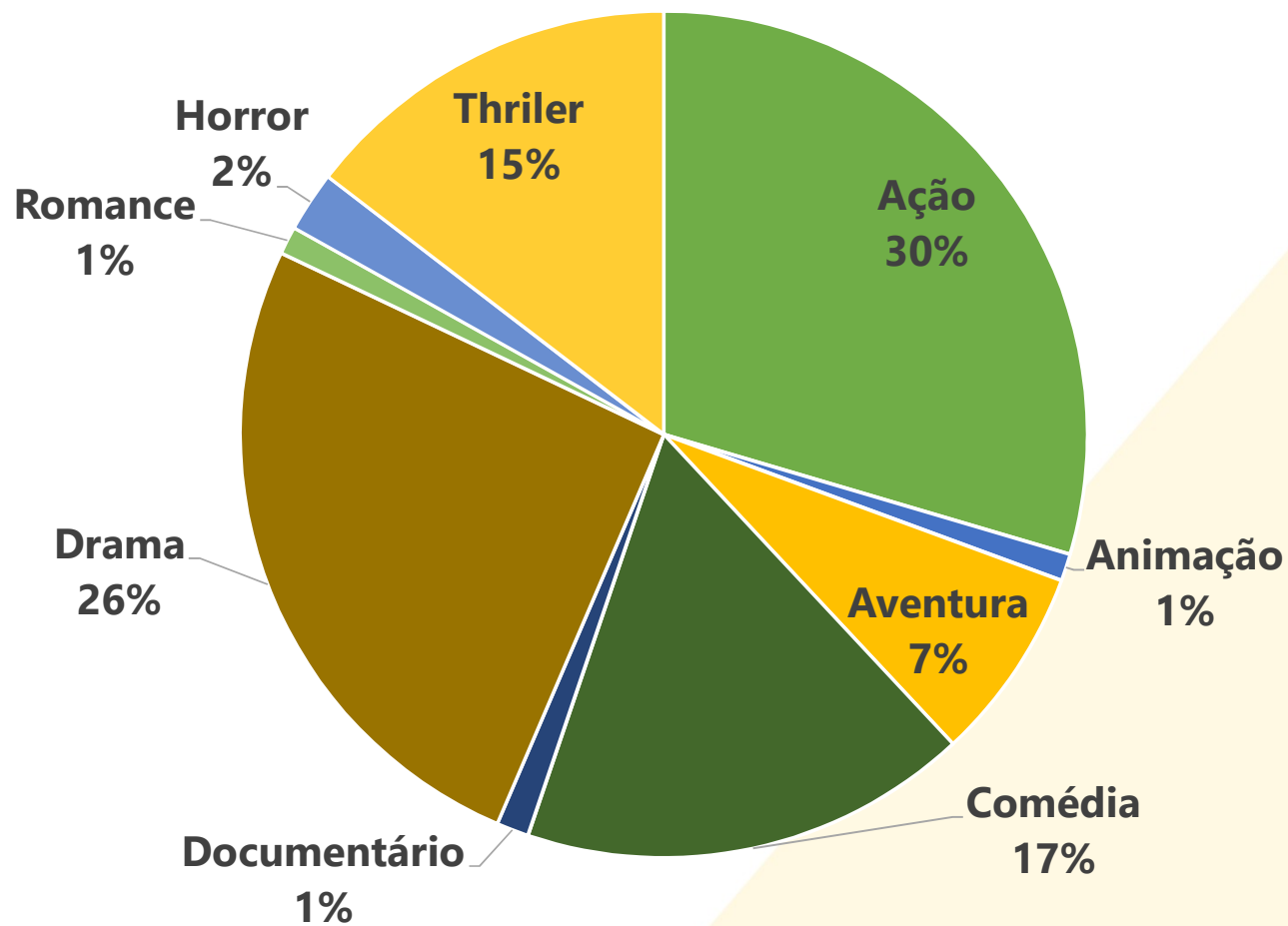
- O grande fator de promoção das políticas públicas ao setor foi a **percepção**, pelo **presidente sul-coreano**, da **importância dessa indústria** no **novo ciclo de inovação** que iria **liderar a economia nacional** após a crise asiática de 1997.
- No setor de economia da cultura, o foco tem sido 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)



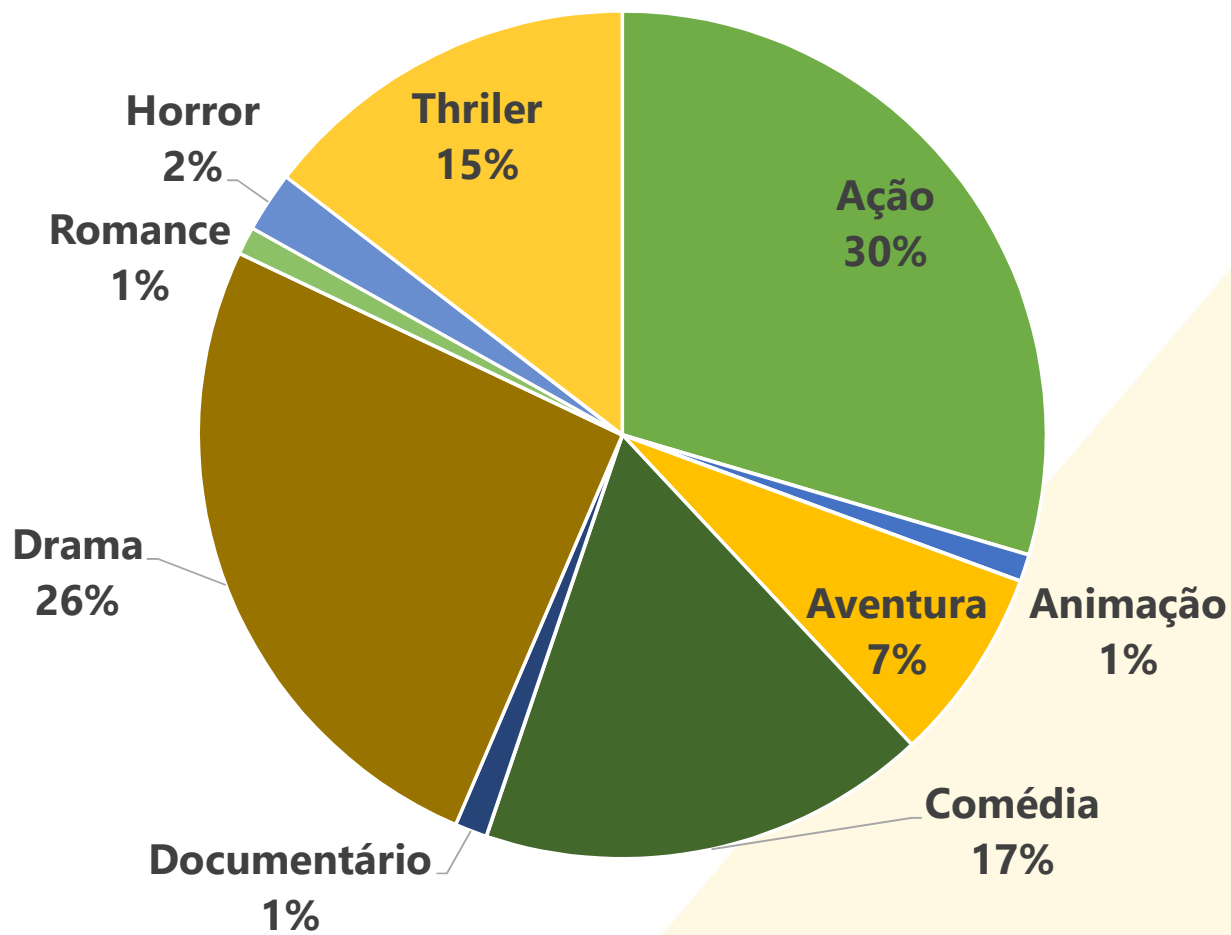
Fonte: Baladez (2018).

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)



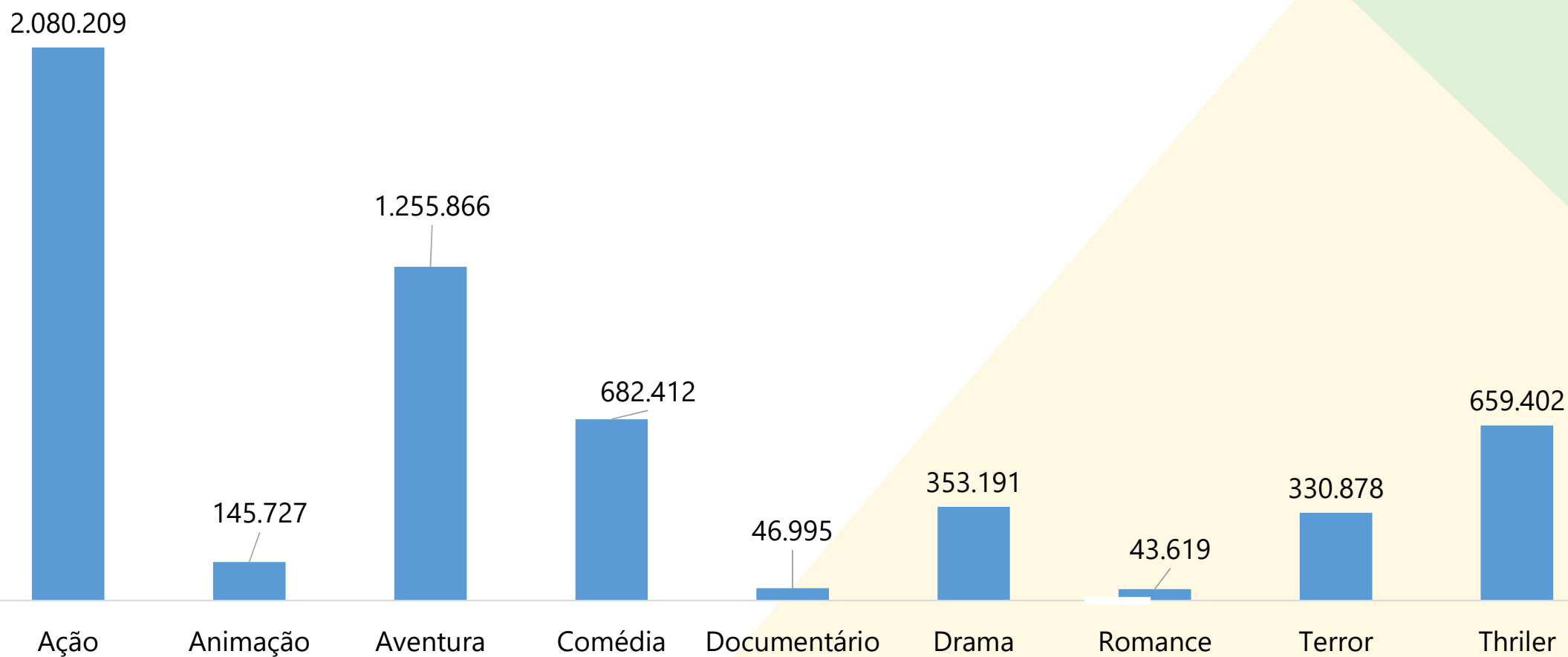
Fonte: Baladez (2018).

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%

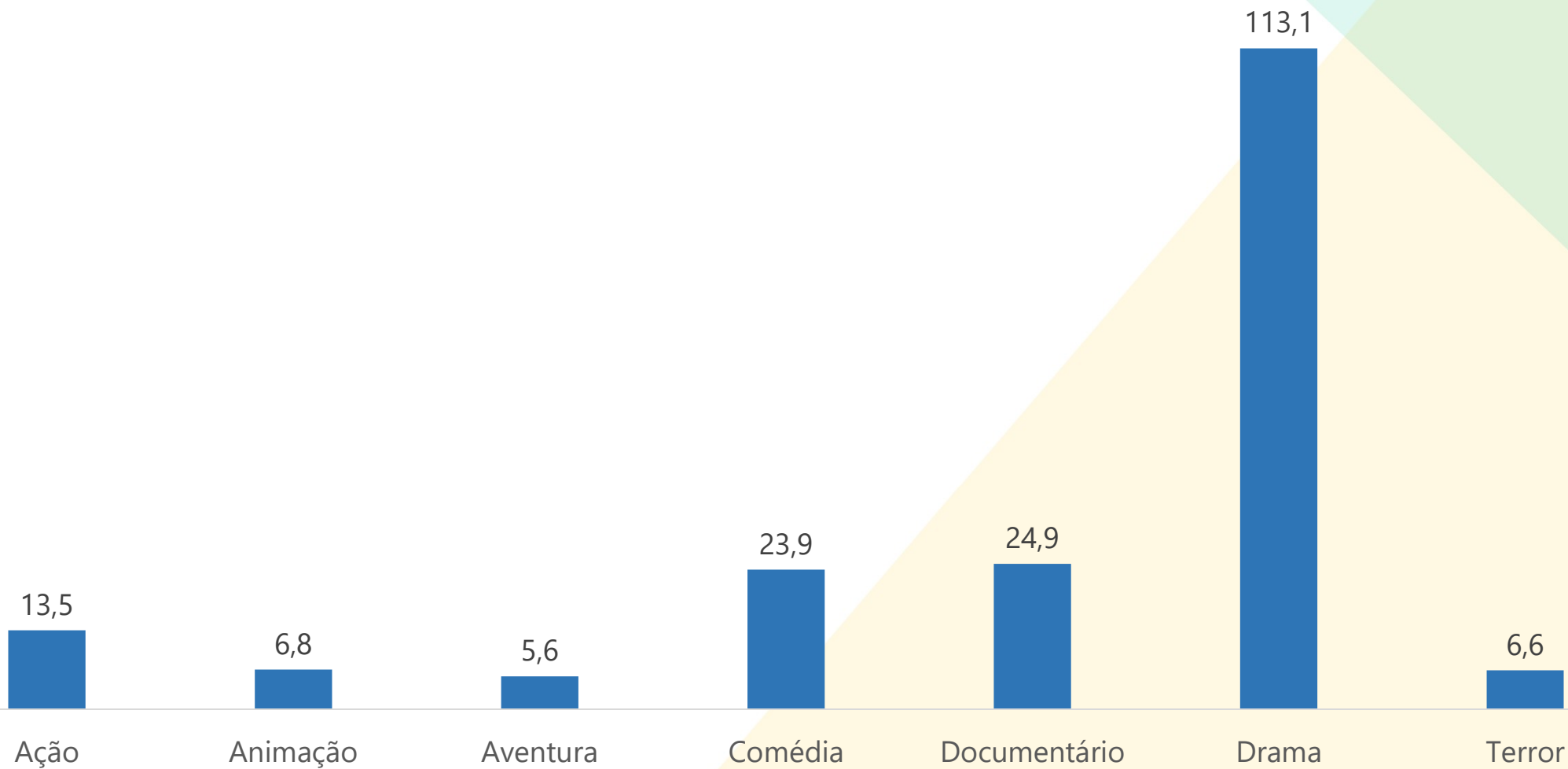
Fonte: Baladez (2018).

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



Fonte: Baladez (2018).

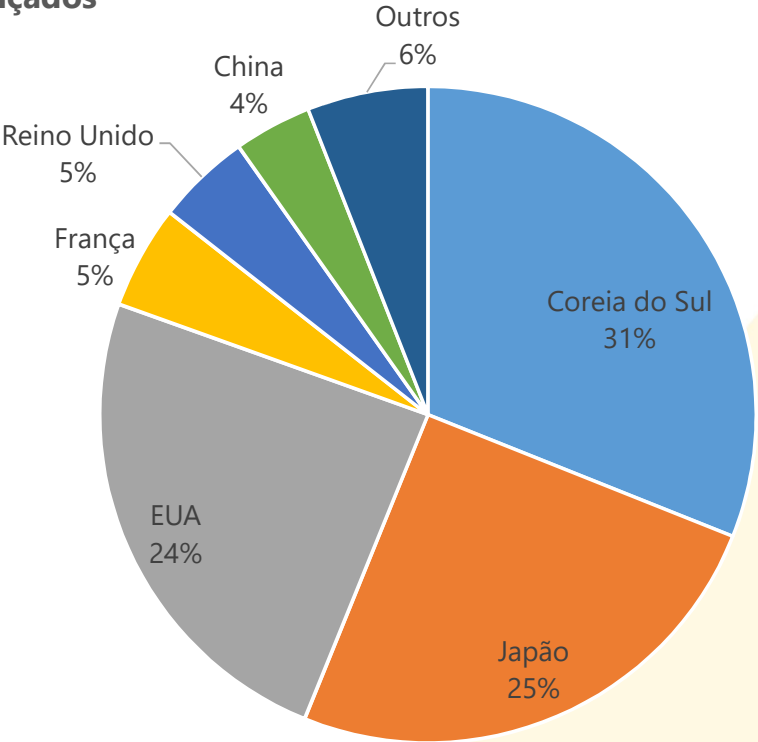
Lançamentos por Ano dos Filmes Nacionais por Gênero Cinematográfico (2009-2016)



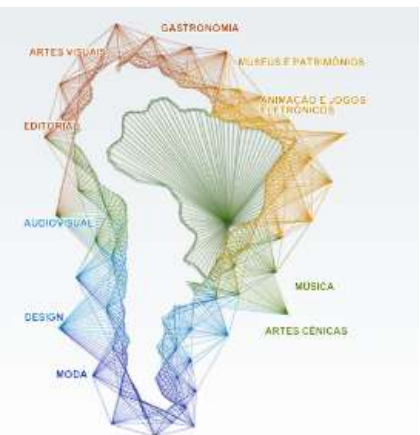
Fonte: Baladez (2018).

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

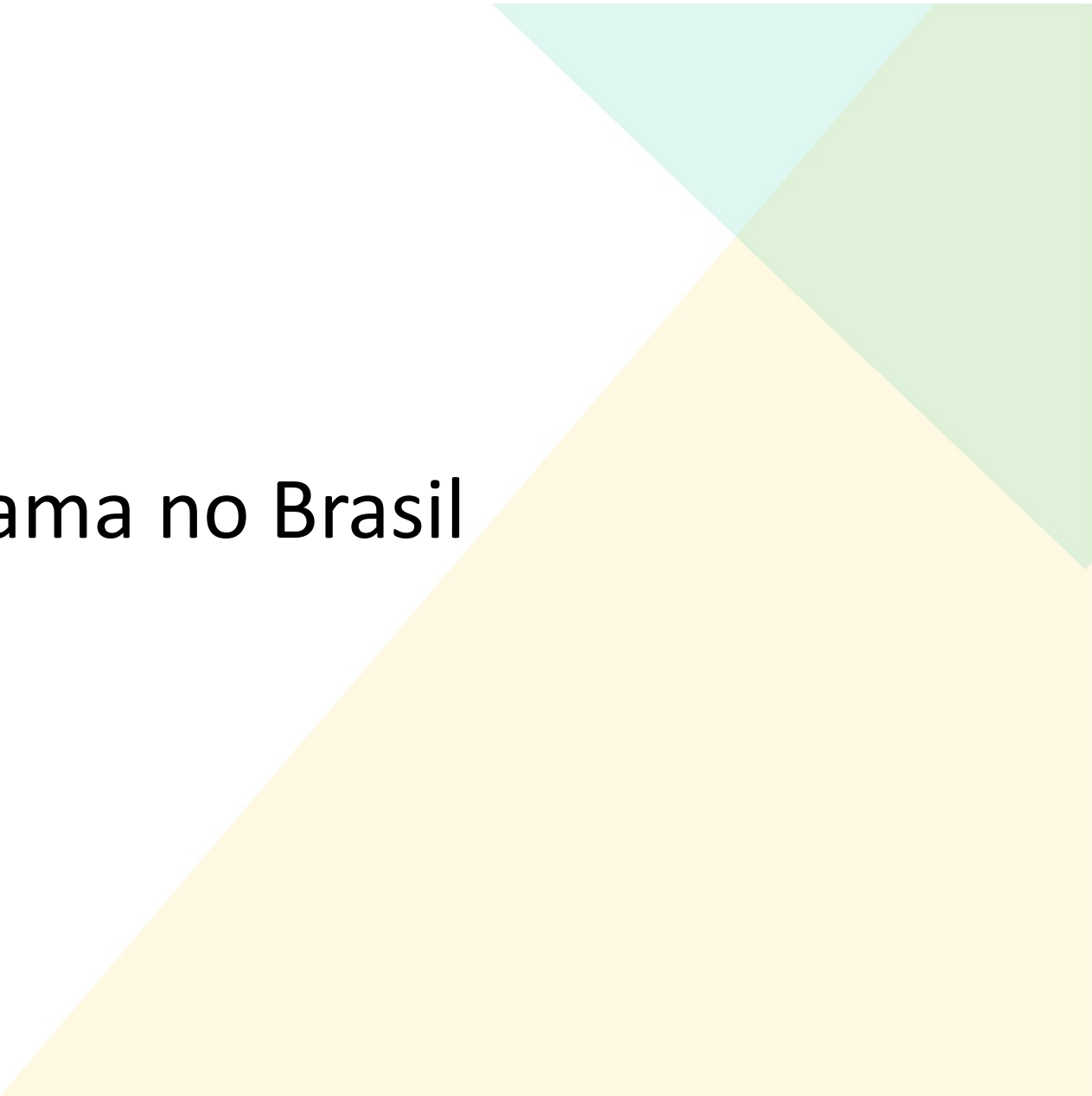
Filmes Lançados



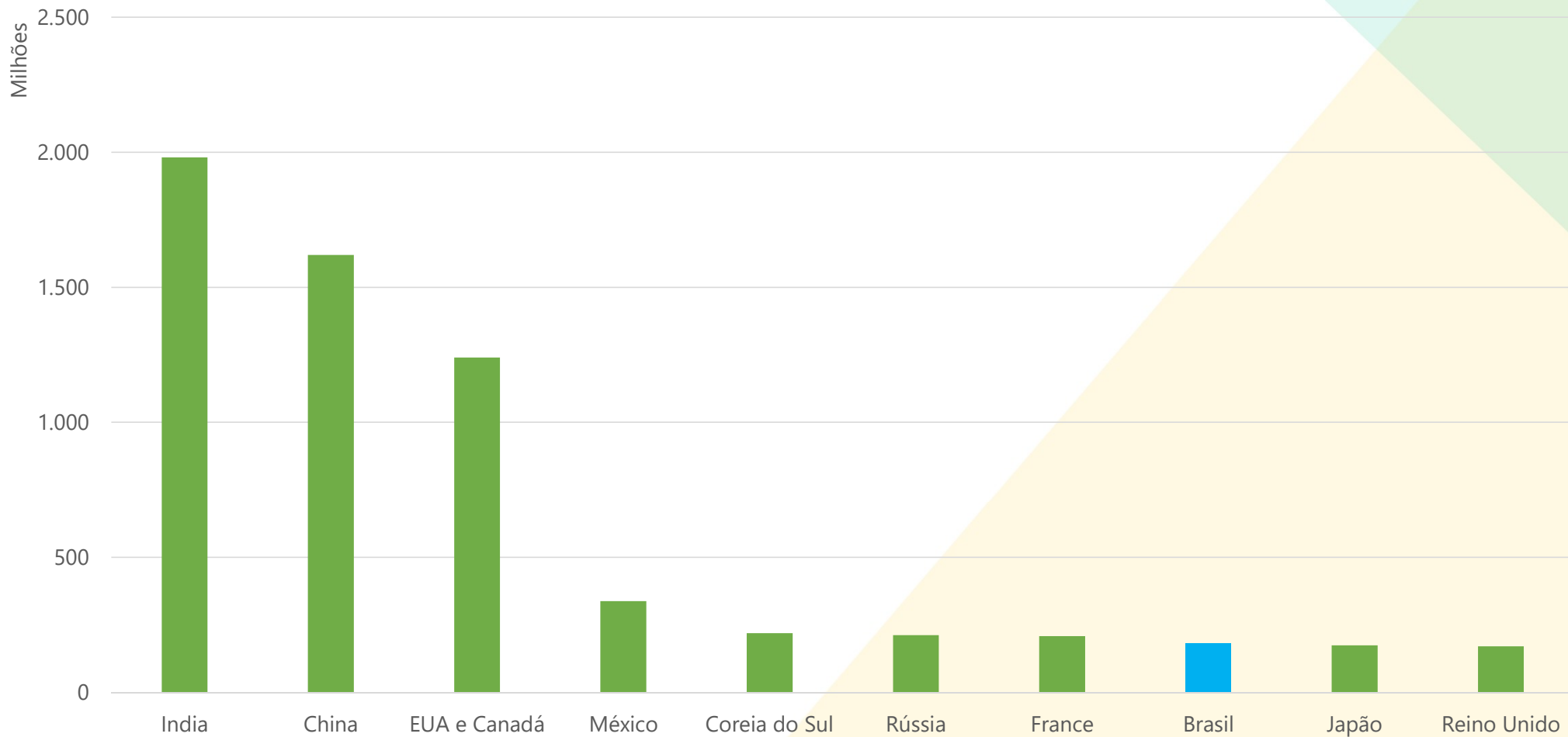
Fonte: Baladez (2018).



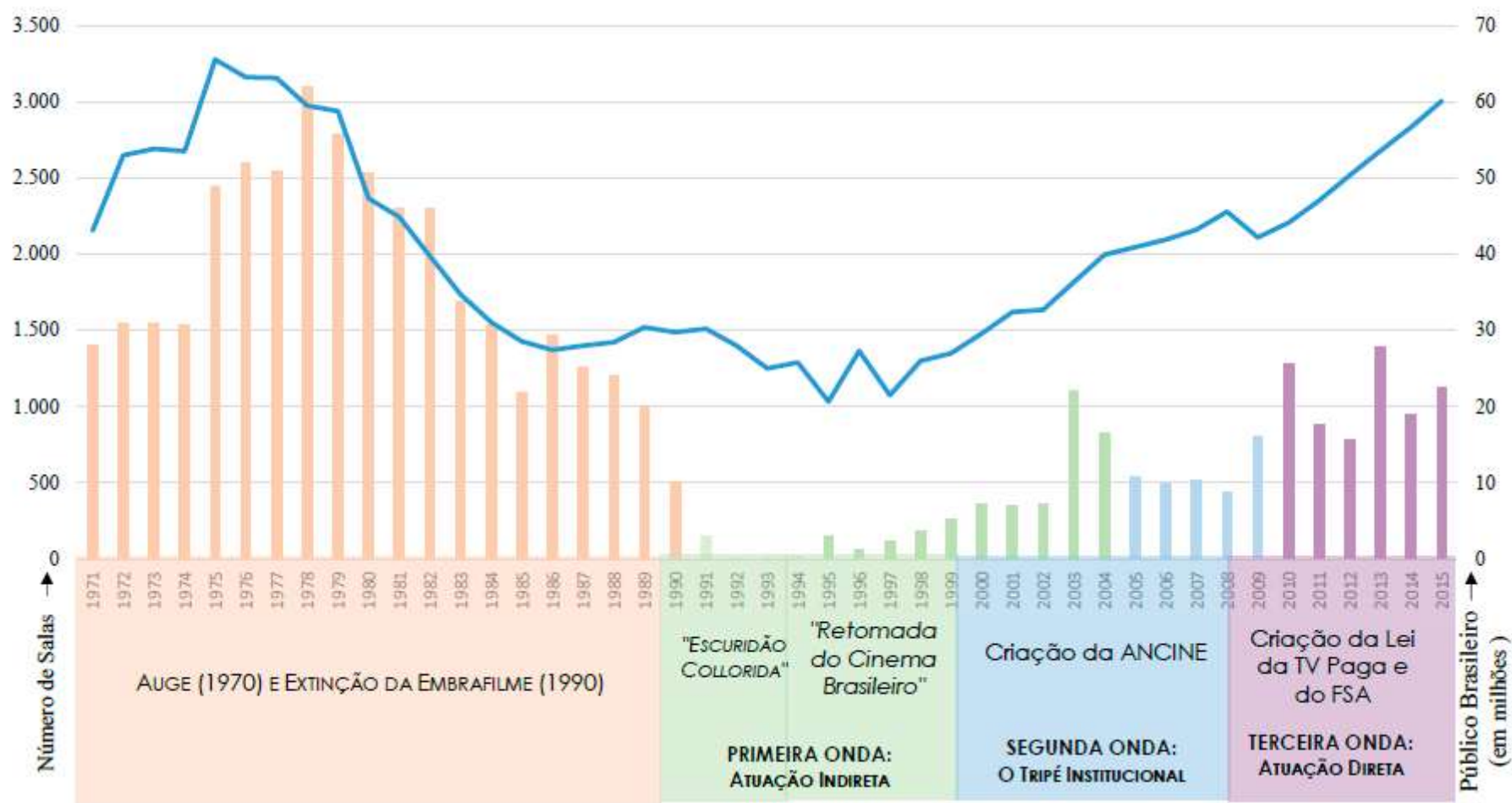
Panorama no Brasil



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

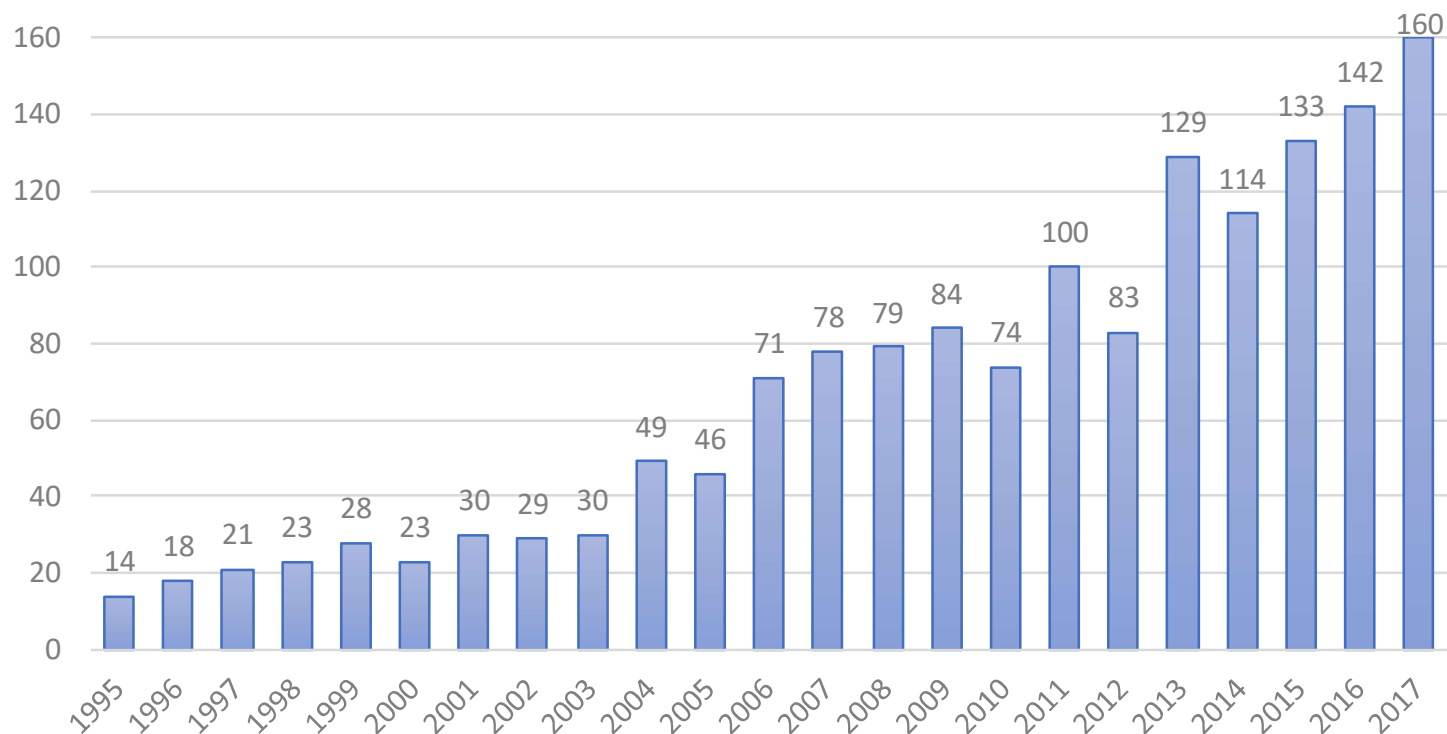
2000 – 2007

Criação da ANCINE

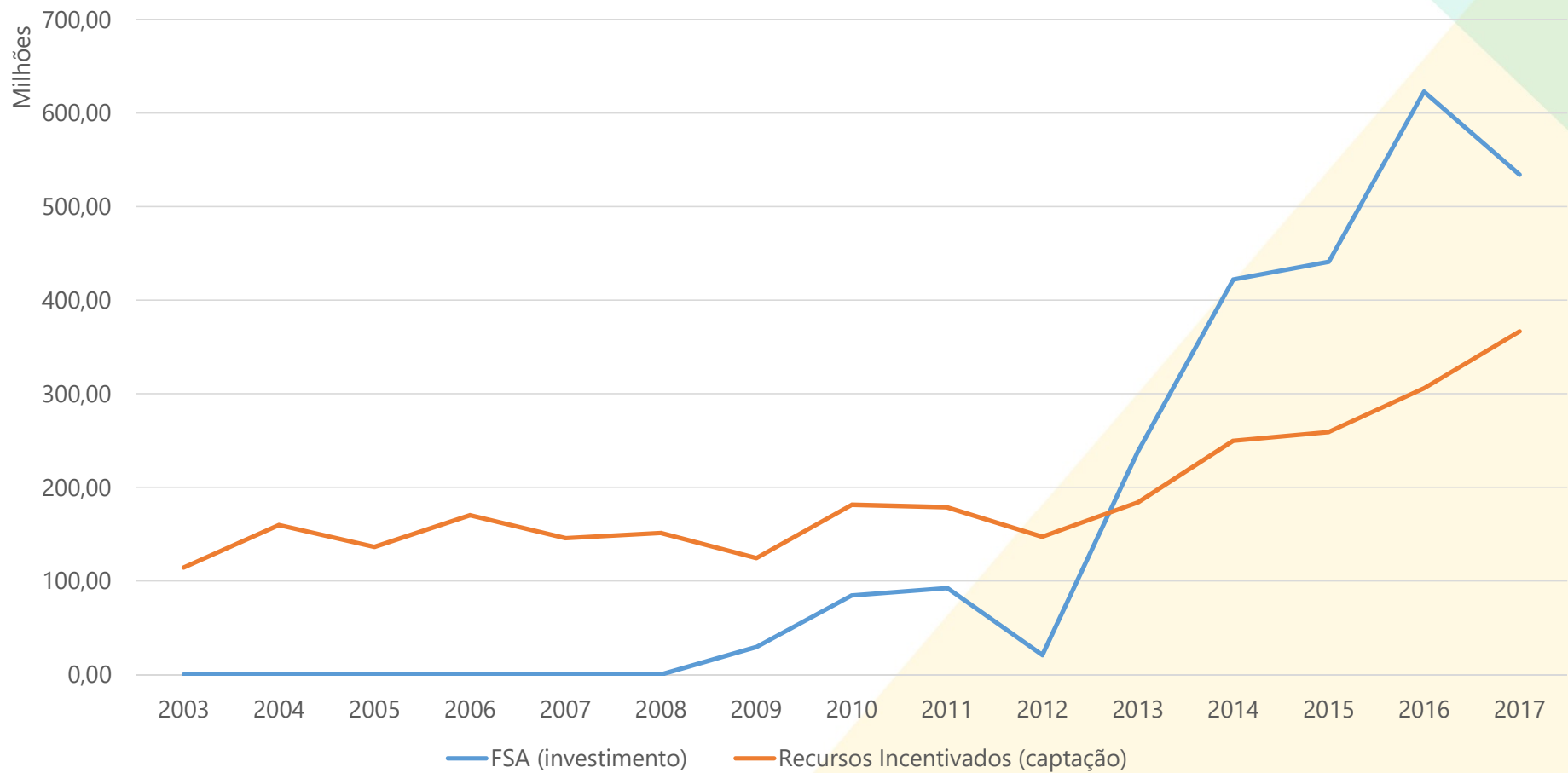
1.098 títulos

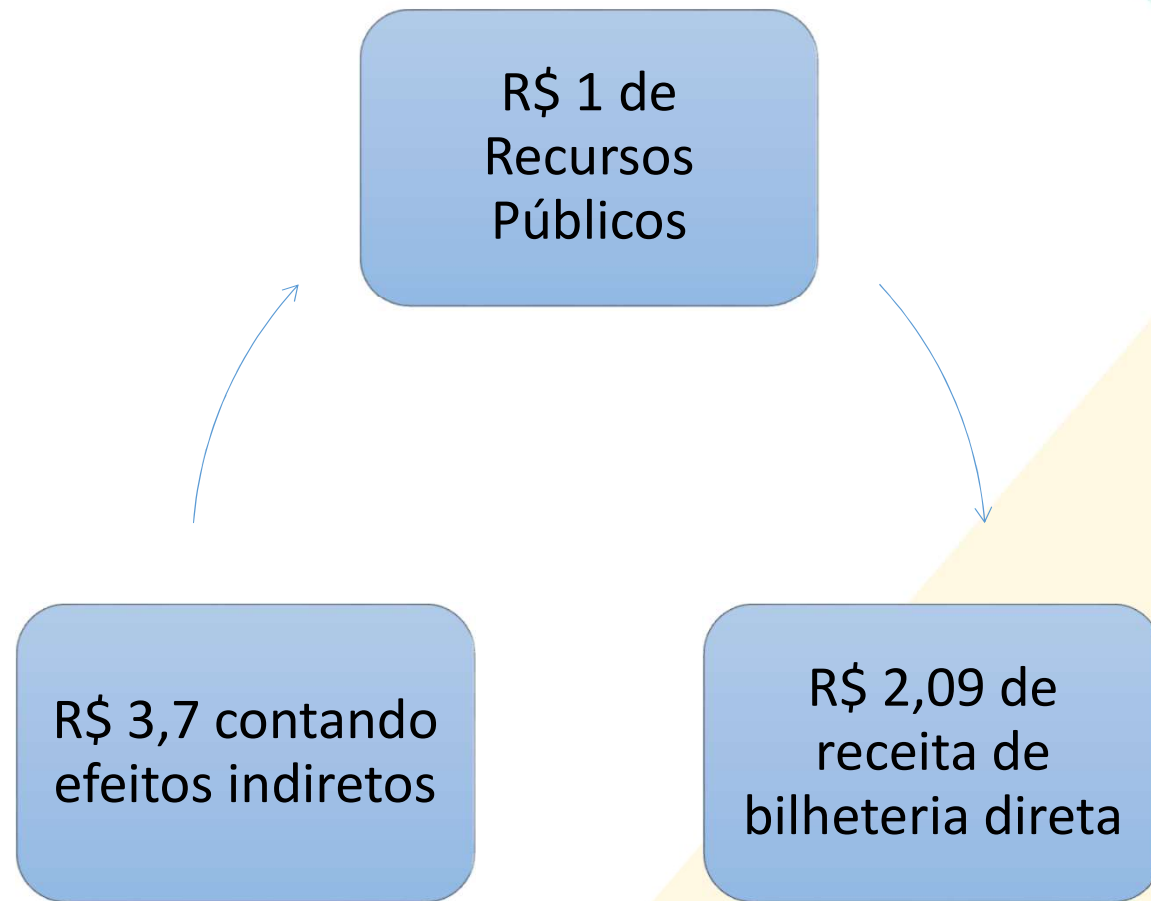
2008 – 2017

FSA e Lei da TV Paga

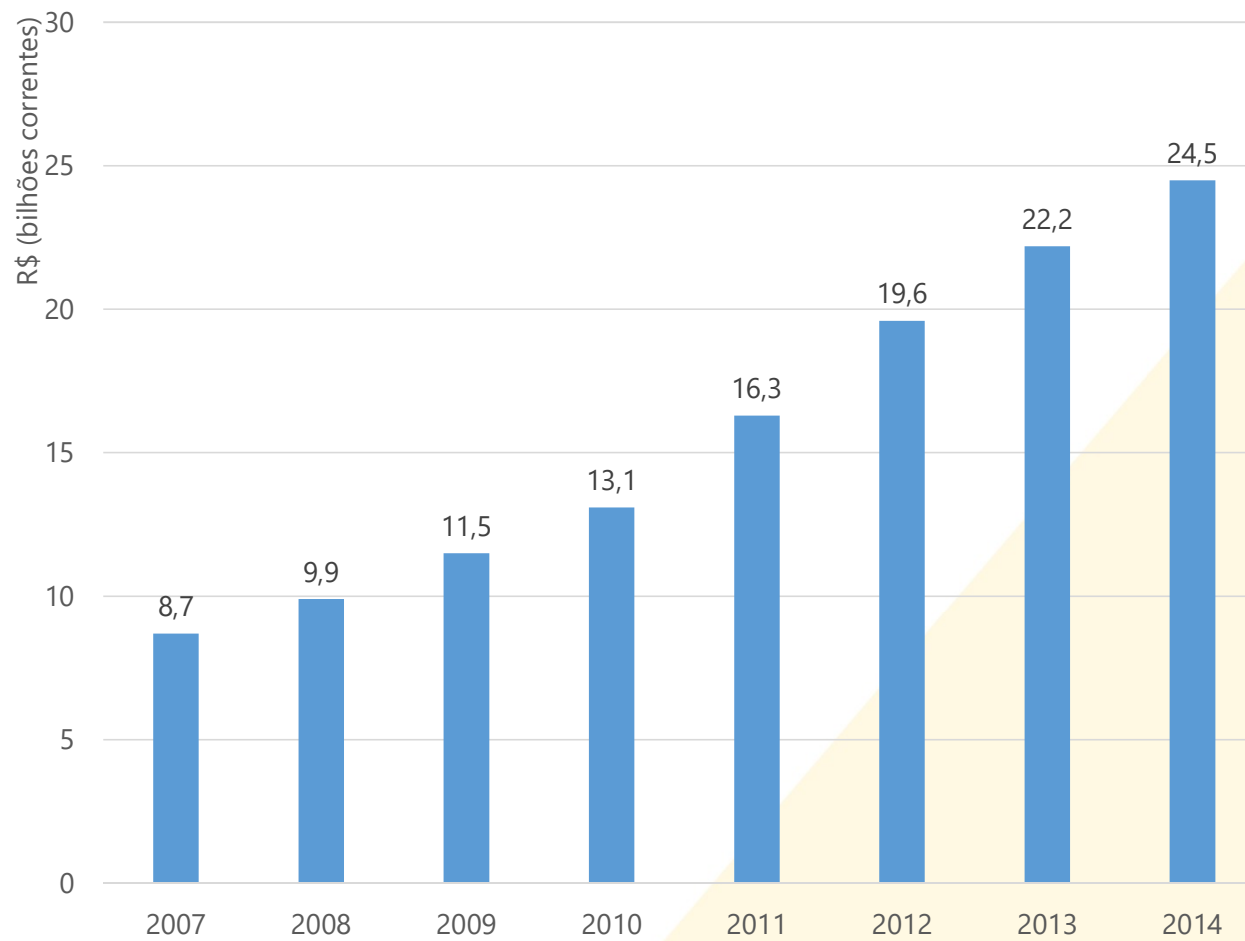


Valores totais de Investimento FSA e Recursos Incentivados (2003 – 2017)

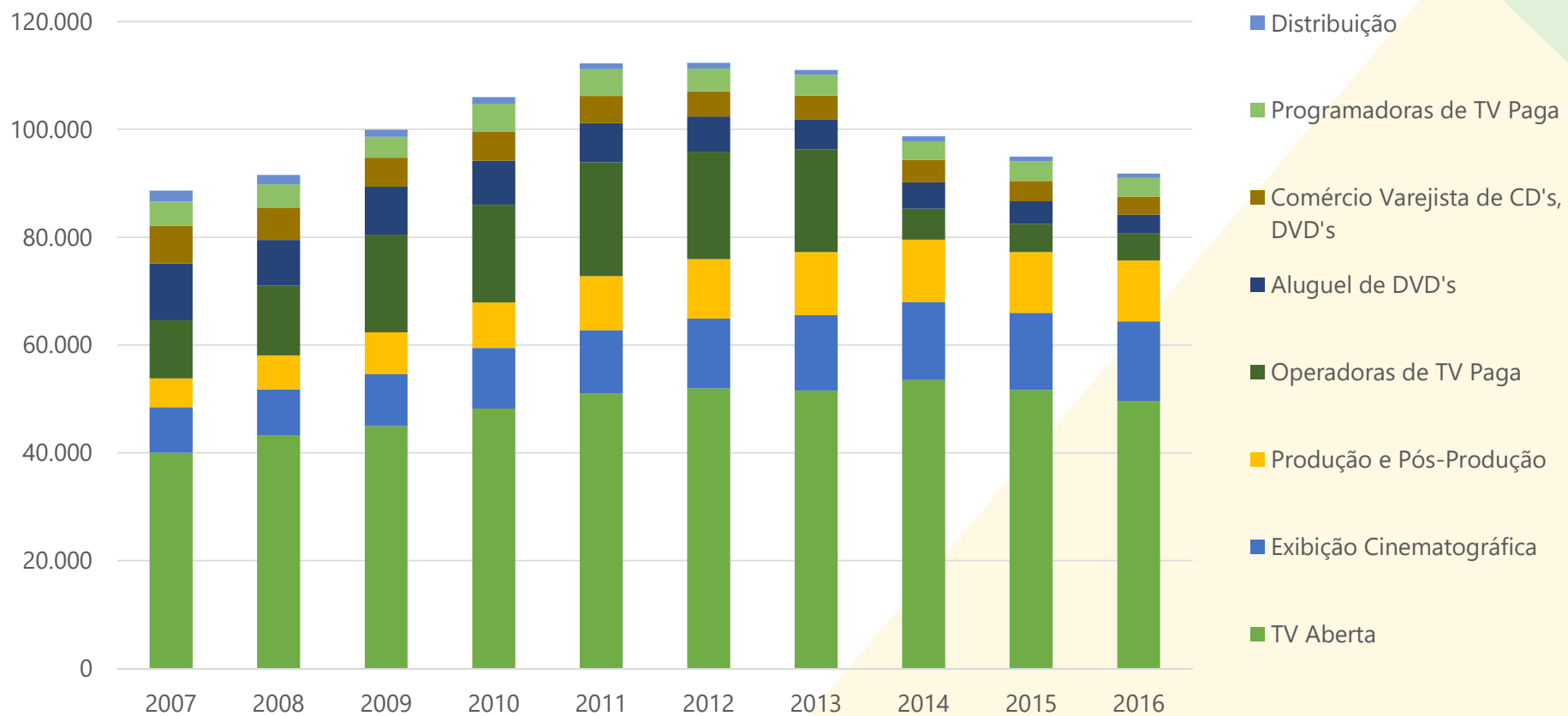




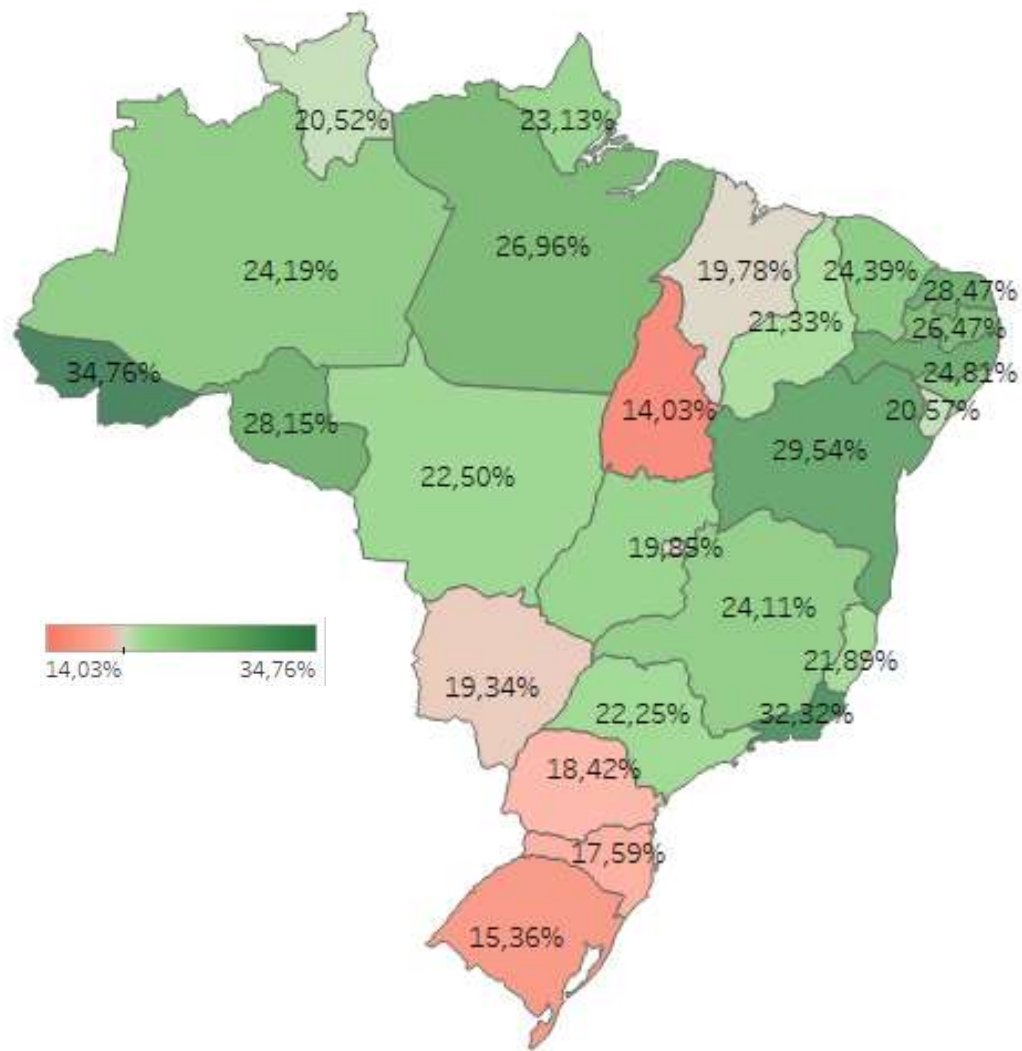
Valor adicionado pelo setor audiovisual



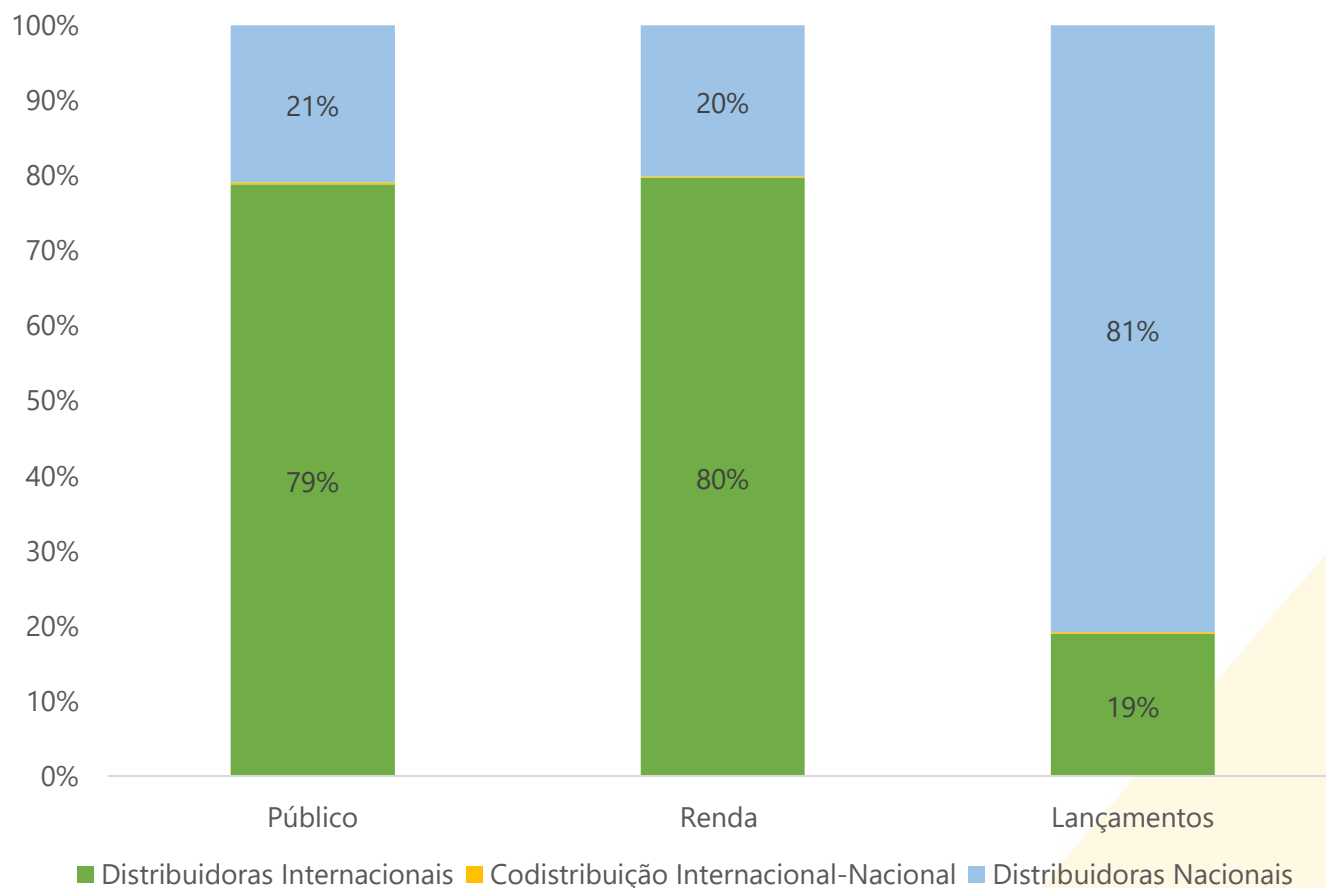
Empregos por atividade econômica do setor audiovisual



Taxa de ocupação dos filmes brasileiros por UF (2018)



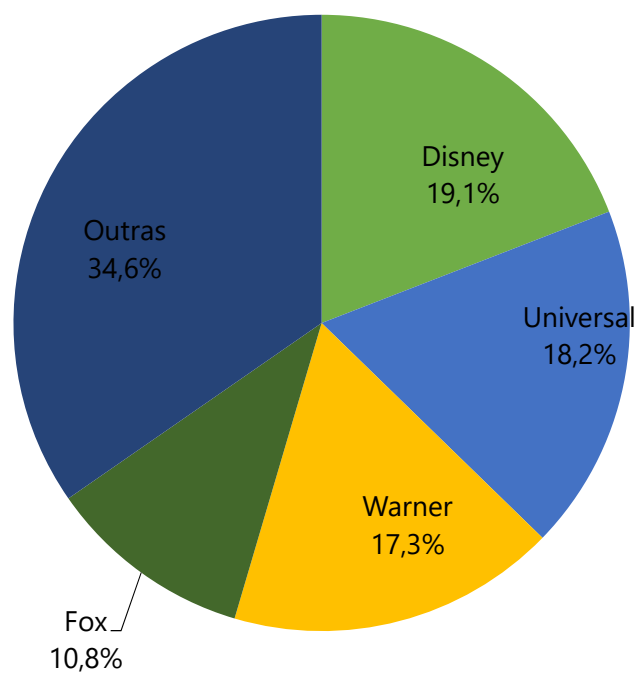
Comparativo do percentual de público, renda e lançamentos por origem da distribuidora (2017)



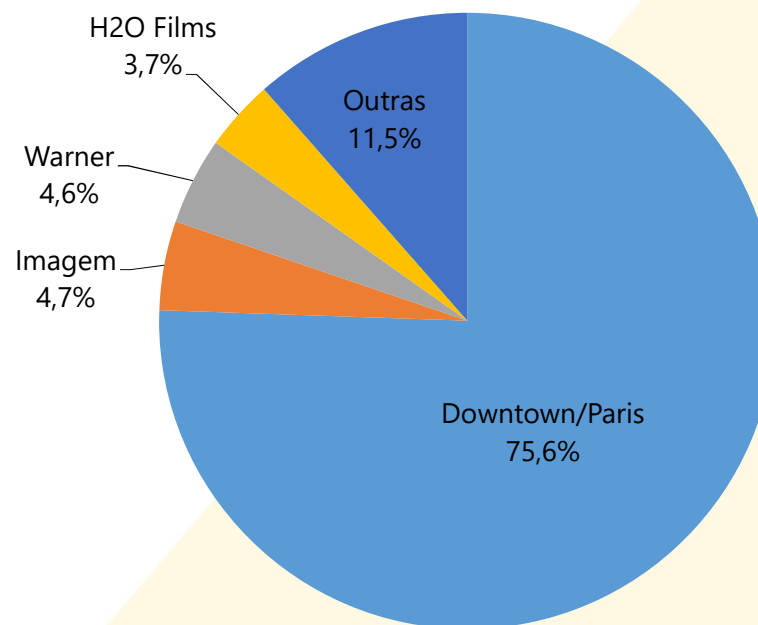
As distribuidoras brasileiras foram responsáveis por 81% dos lançamentos no ano de 2017. Entretanto, essas distribuidoras auferiram 20% da renda bruta no ano.

Percentual de renda das distribuidoras (2017)

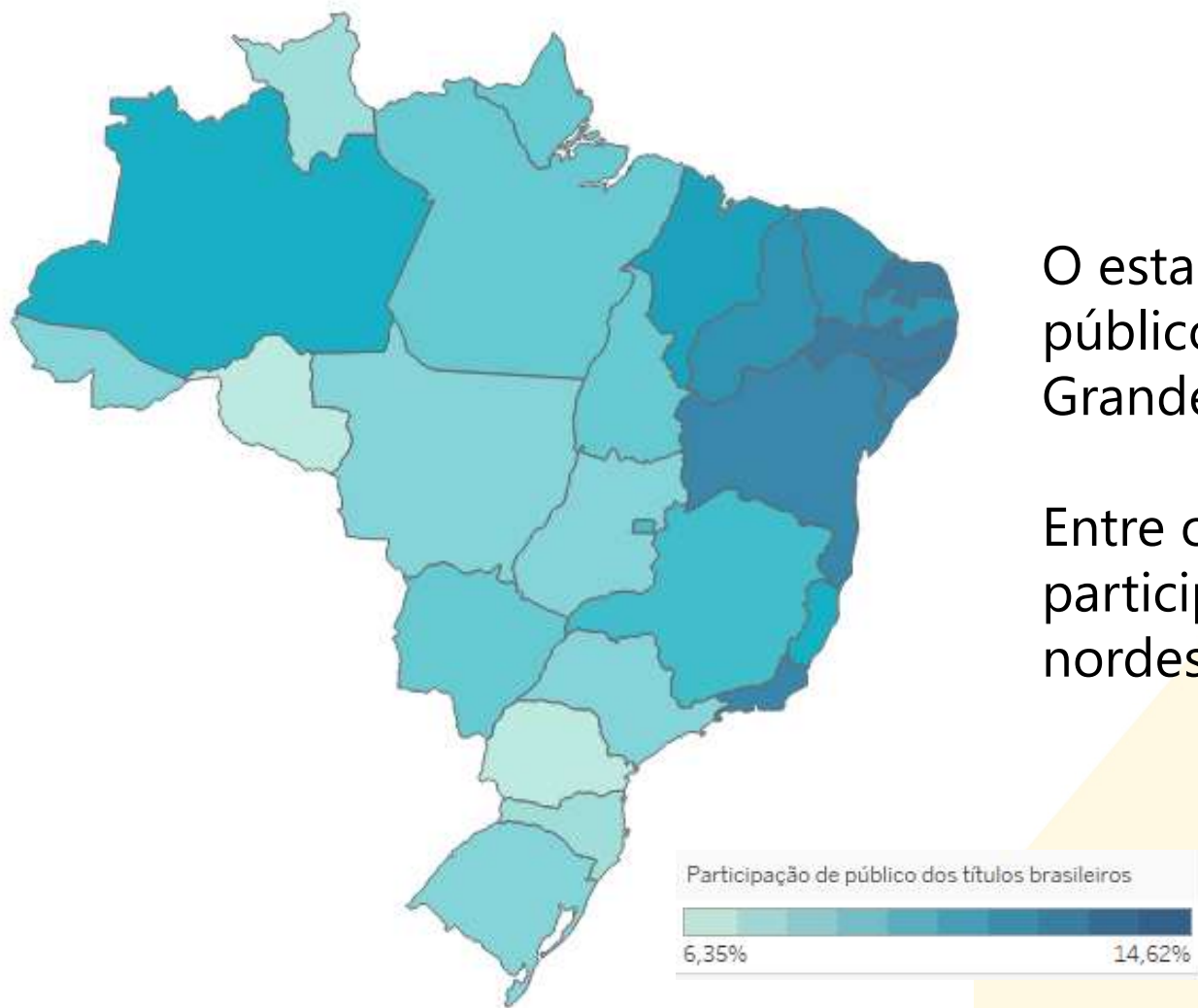
Todos os títulos



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.

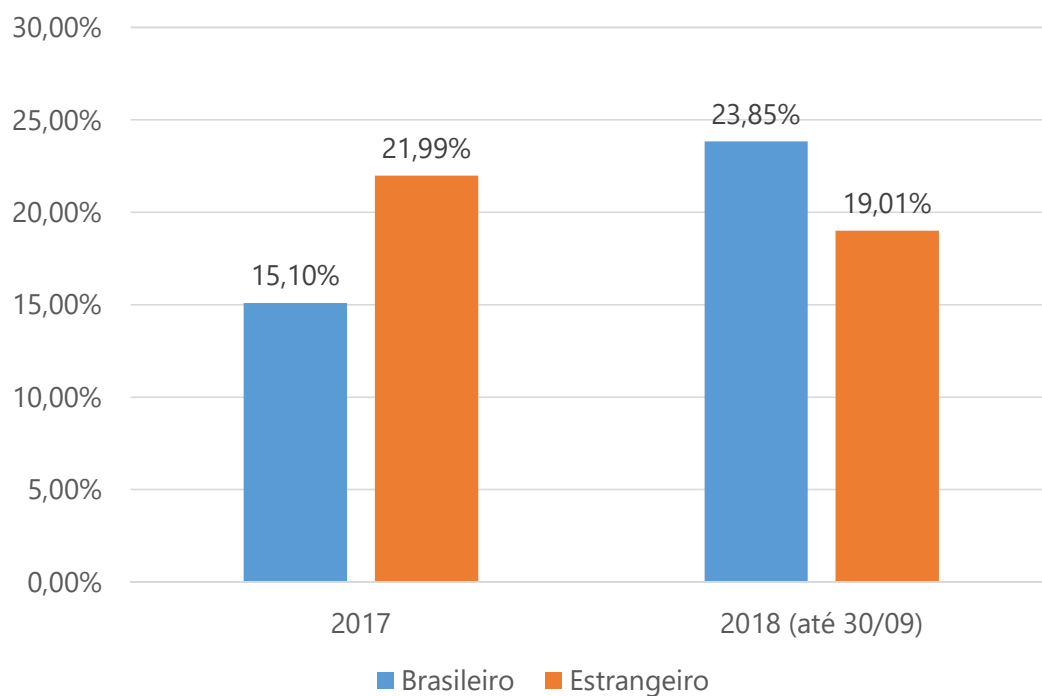
Dados Gerais por Sessão (2018)

	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%

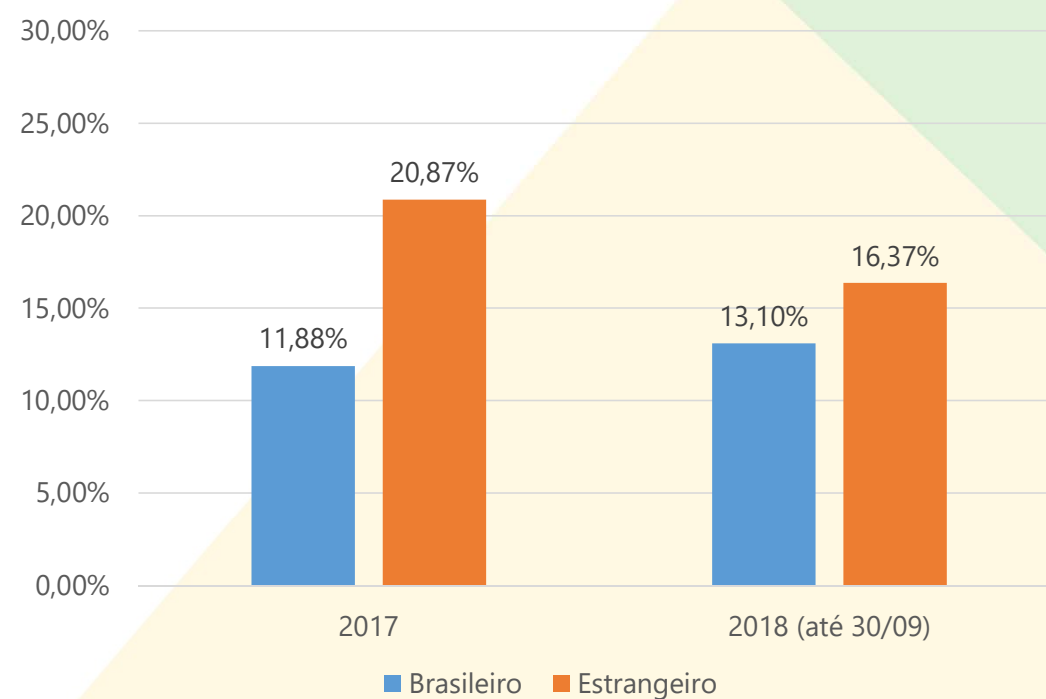
Taxa de ocupação do filme brasileiro e estrangeiro (2017 x 2018)



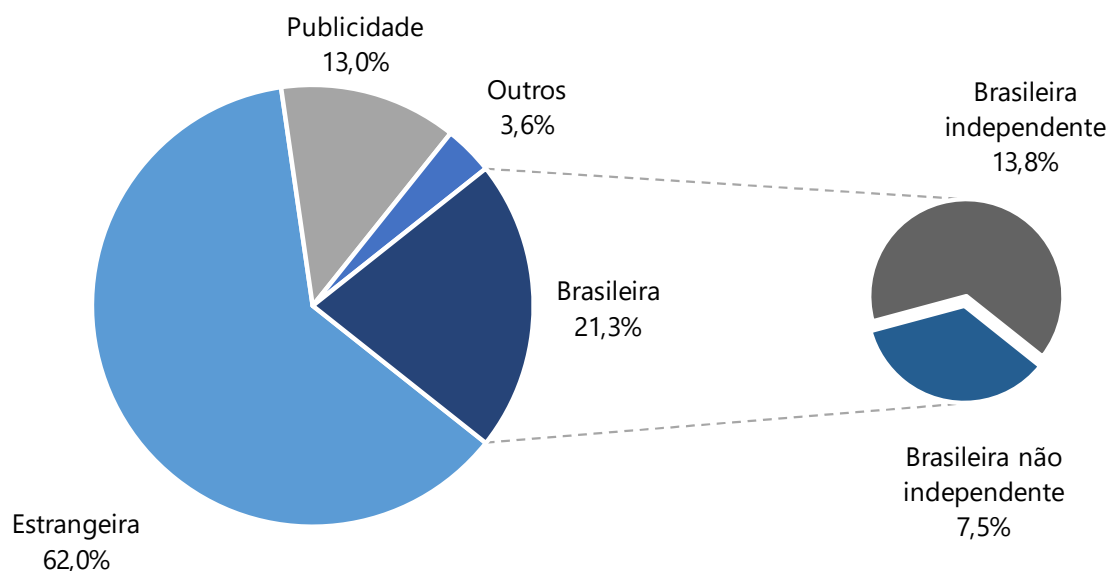
Com outliers



Sem outliers



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

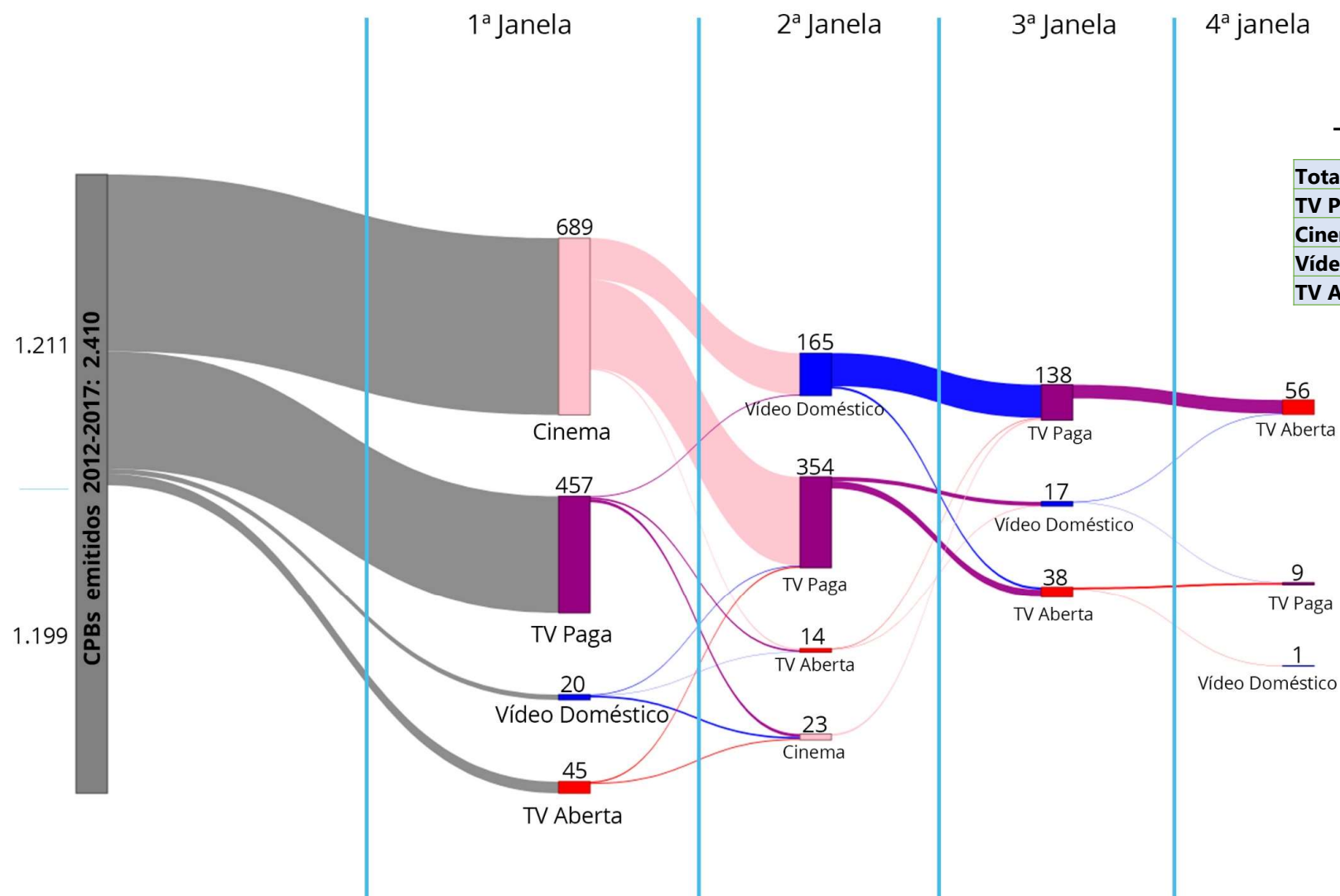


Foram veiculados 4.872 títulos brasileiros, sendo **3.934 obras brasileiras independentes**, em 92 canais monitorados.

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)



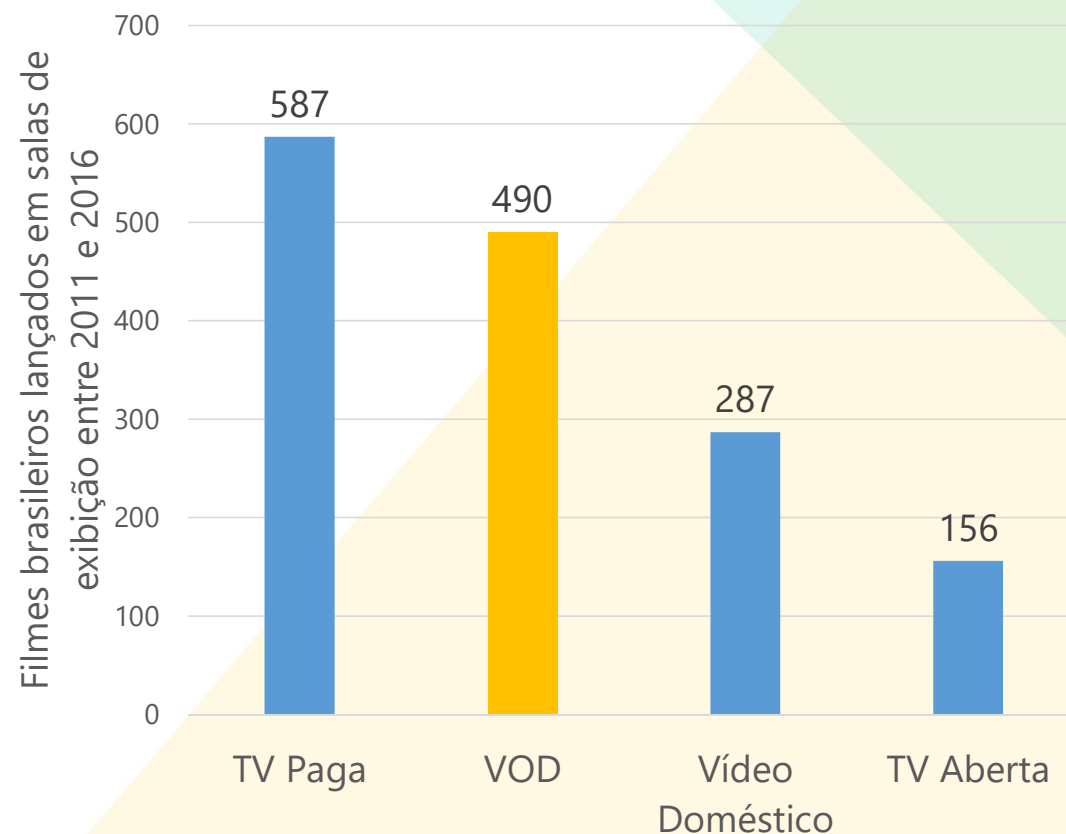
Totais por Segmento

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

Longa-metragem brasileiro no Vídeo por Demanda

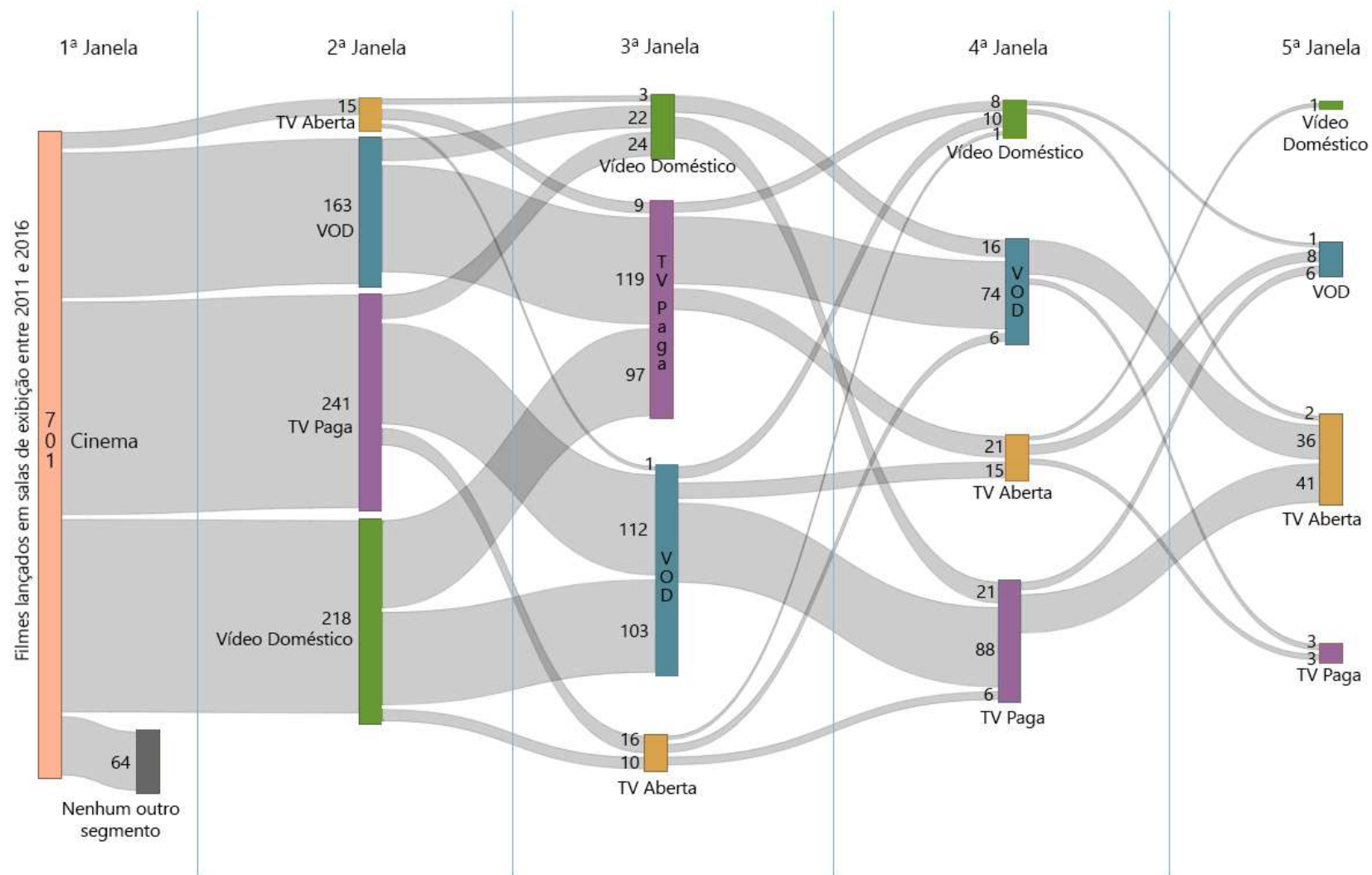
70% dos filmes brasileiros lançados em salas de exibição entre 2011 e 2016 estiveram em algum serviço de VOD entre 2013 e 2018.

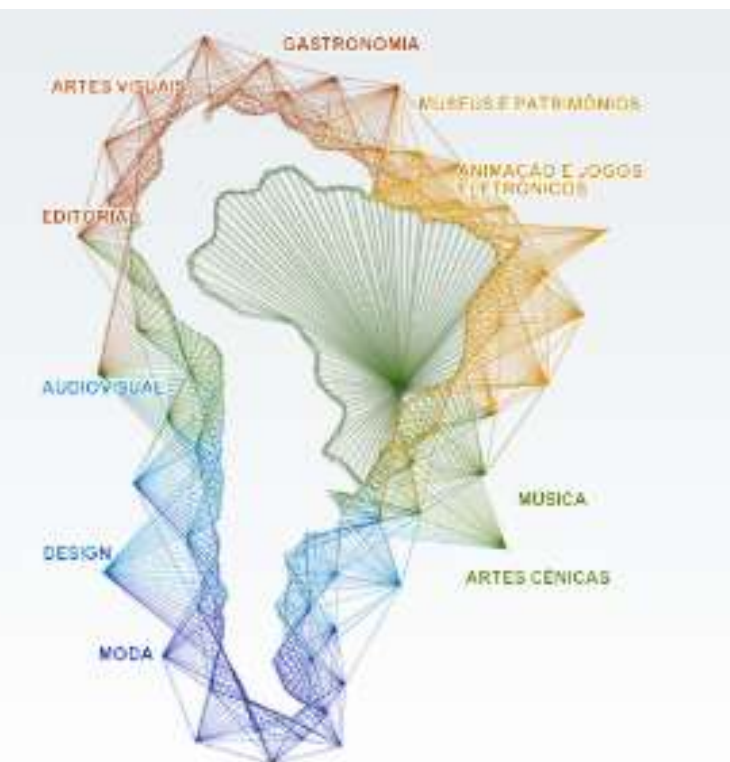
Do total de **701** filmes lançados no período, **490** foram ofertados em serviços de VOD.



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