

Lei do audiovisual: análise da eficiência de captação e produção dos proponentes

Stephanie Karoline da Cruz Assis (UnB) ó Brasil

Email: stephaniekaroline12@hotmail.com

Marcelo Driemeyer Wilbert (UnB) ó Brasil

E-mail: marcelodw@unb.com

Resumo: No início dos anos noventa houve uma reconstrução das políticas públicas com intuito de fomentar o setor audiovisual brasileiro. Assim, em 1993 foi criada a Lei do Audiovisual com a intenção de desenvolver a indústria de cinema no Brasil. Esse trabalho teve como objetivo analisar a eficiência na captação e na geração de renda e no alcance de público no período de 1995 a 2013 das empresas produtoras de audiovisual, que utilizaram do incentivo da Lei do Audiovisual, nos segmentos de exibição e produção cinematográfica. A metodologia utilizada foi a Análise Envoltória de Dados com base em dados dos valores autorizados e captados, da renda obtida e do público. Os resultados revelaram que os proponentes mais eficientes na captação e produção se encontram na região Sudeste. Observou-se que a maioria dos proponentes (83,60%) beneficiados pelo incentivo possui uma ineficiência relativa com relação à geração de renda e alcance de público, o que causa dúvidas à efetividade da Lei do Audiovisual. Constatou-se que a maioria das distribuidoras dos proponentes relativamente eficientes na produção são as distribuidoras de maior porte. Em relação à captação, verificou-se também que somente 4,3% dos projetos conseguem captar mais que 90% dos valores aprovados pelo incentivo fiscal e que a maioria dos projetos captou entre 30% a 50% do valor aprovado. Por fim, observou-se que o tempo médio de captação de recursos é 3,1 anos, o que pode vir a inviabilizar a execução do projeto.

Palavras-chave: Lei do Audiovisual. Renúncia Fiscal. Eficiência. Cinema.

Área: AT 9 ó Contabilidade e Tributação

1. INTRODUÇÃO

No início do ano de 1990 o governo federal extinguiu o Ministério da Cultura, que foi transformado em secretaria de governo. Além disso, foram encerradas instituições que apoiavam o cinema brasileiro como a Empresa Brasileira de Filmes [EMBRAFILME], do Conselho Nacional de Cinema [CONCINE] e da Fundação do Cinema Brasileiro [FCB], trazendo dificuldades para a produção de cinema brasileiro (Ikeda, 2011).

O movimento de retomada do incentivo à cultura é marcado pela a promulgação da Lei do Audiovisual, Lei nº 8.685 (1993), que procurou incentivar a produção de bens culturais no Brasil utilizando para isso instrumentos de incentivo baseados em renúncia fiscal, de modo que o total dos recursos monetários investidos em cultura poderiam ser deduzidos parcial ou integralmente no imposto de renda devido (Portugal *et al.*, 2005).

Desta forma, o Estado continuava sendo o indutor do processo de produção audiovisual, mas introduzia os agentes de mercado como parte intrínseca desse modelo (Ikeda, 2012).

Esses agentes são chamados de proponentes pela Lei do Audiovisual, são as produtoras, as que propõem um projeto.

Em 2013, foi realizado pela Agência Nacional do Cinema [ANCINE] o primeiro Plano de Diretrizes e Metas para o setor Audiovisual. Esse plano tem como finalidade três pontos: 1) ampliação do mercado interno e foco na dinâmica interna como apoio para uma estratégia de desenvolvimento; 2) a universalização do acesso aos serviços audiovisuais; e 3) a modificação do Brasil em forte centro produtor e programador de conteúdos audiovisuais (ANCINE, 2013).

Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas [SEBRAE] (2014), o mercado do audiovisual no Brasil está progredindo. A combinação de projetos governamentais e o crescente aumento de interesse de distribuidoras e canais de televisão nos últimos anos ampliou a quantidade de séries, filmes e animações feitos no país.

Diante do que foi exposto, o presente trabalho visa responder a seguinte questão: Os proponentes da Lei do Audiovisual, as empresas produtoras de audiovisuais, são eficientes na captação e produção de projetos cinematográficos beneficiados por incentivos federais?

Assim o objetivo deste trabalho é analisar a eficiência das empresas produtoras de audiovisual, que utilizaram do incentivo da Lei do Audiovisual, na captação e geração de renda e alcance de público no período de 1995 a 2013, nos segmentos de exibição e produção audiovisual. Como objetivos específicos, se tem: a) Análise da eficiência de captação de recursos; b) Análise de eficiência na geração de renda e do alcance de público; e c) Análise das distribuidoras de audiovisual empregadas pelas produtoras.

A fim de atender aos objetivos propostos, a análise baseou-se em dados obtidos da ANCINE (2015a). Uma breve caracterização foi realizada por meio de estatística descritiva, sendo que a análise de eficiência foi elaborada por meio da Análise Envoltória de Dados.

Para Cesário (2007) uma das atividades culturais mais significativas na atualidade é o consumo e produção de produtos audiovisuais. Além de gerar informação e lazer à população se tornou um ramo estratégico na disseminação e consolidação da cultura local. O presente trabalho se justifica também pela falta de estudos que tratam da eficiência dos proponentes da Lei do Audiovisual, onde será observado se os esforços do governo em criar esses incentivos fiscais potencializou o resultado no mercado audiovisual.

Além desta seção introdutória, na seção dois contém o referencial teórico em que são apresentados os elementos conceituais necessários para o entendimento da Lei do Audiovisual. Na seção seguinte, na metodologia, descreve-se como a pesquisa foi realizada dentro da abordagem do tema por meio de Análise Descritiva e Análise Envoltória de Dados *Data Envelopment Analysis* [DEA]. Na seção quatro são evidenciados e analisados os dados por meio dos métodos estatísticos e por fim, as considerações finais que apontam os principais achados da pesquisa.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Políticas Públicas

O surgimento das políticas públicas se deu como uma alternativa de sincronização dos esforços públicos e privados a fim de atingir o cumprimento de direitos fundamentais, cujo atendimento provavelmente não seria alcançado se deixado a cargo da máquina administrativa (Nascimento, 2013). Segundo Derani (2004) a política pública provém de certo estágio de

desenvolvimento da sociedade, ela se torna resultado de um Estado complexo que passa a exercer uma intervenção direta na estruturação e orientação dos comportamentos sociais.

Segundo Oliveira & Bergue (2012), não existe um conceito definitivo de políticas públicas. O conceito engloba tanto atividade política como educacional e econômico. Logo, para eles, políticas públicas de uma forma ampla, seriam as decisões e as não decisões políticas que influenciam matérias de interesse público.

Segundo Cesário (2007) é por meio da cultura de cada sociedade e do seu contexto histórico-social que são criadas as políticas e leis para o setor audiovisual. No Brasil, as políticas públicas atuais para esse ramo é uma política híbrida, pois de um lado tem os incentivos fiscais que asseguram o direito de produzir, e do outro, camuflam um modelo liberal para o audiovisual, pelo fato de conceder na maioria dos casos a decisão de investir às grandes empresas.

2.2 Intervenção do Estado no mercado Audiovisual

De acordo com Correia (2010) a intervenção do Estado na economia é provocada pela necessidade de reparo no mercado ou pela indispensabilidade de adoção de medidas planejadas na esfera da política econômica. Essa intervenção pode acontecer de duas maneiras, diretamente ou indiretamente, como determina os artigos 173 e 174 da Constituição da República Federativa do Brasil [CF] (1998).

Na forma de intervenção direta, o Estado atua como empresário (Vinha, 2005). Já na intervenção indireta, de acordo com a CF (1998), o Estado age regulando a atividade econômica por meio de fiscalização, incentivo e planejamento. Diante disso, o papel do Estado no desenvolvimento econômico do país é o de fomentar o desenvolvimento, estimulando condutas desejáveis ou desestimulando as indesejáveis (Correia, 2010).

Os mecanismos públicos de fomento para o setor audiovisual no Brasil são desenvolvidos pela União, Estados e Municípios. Na União as ações se dividem entre fomento indireto (incentivos fiscais), fomento direto e o Fundo Setorial do Audiovisual-FSA. Todas essas ações são coordenadas pela ANCINE (Morais, 2015). O Quadro 1 faz uma compilação resumida dos instrumentos de fomento à cultura e ao audiovisual a partir de 1991.

Quadro 1- Tipos de Fomento (Indireto, Direto e Fundo) e suas Atividades.

Ano	Fomento Indireto	Atividades
1991	Lei Rouanet (Lei nº 8.313): institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac).	Cinema
1993	Lei Audiovisual (Lei nº 8.685): cria mecanismos de fomento à atividade audiovisual.	Cinema e TV
2001	Artigo 39 da MP 2228-1/01: trata das isenções da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional (Condecine).	Cinema
Ano	Fomento Direto	Atividades
2005	Prêmio Adicional de Renda (PAR): premia as empresas de acordo com o desempenho comercial dos filmes brasileiros no mercado de salas de exibição no país.	Cinema
2006	Programa ANCINE de Incentivo à qualidade do Cinema Brasileiro (PAQ): concede apoio financeiro às empresas produtoras em razão da premiação ou indicação de longas-metragens brasileiros, de produção independente, em festivais nacionais e internacionais.	Cinema
2012	Programa Cinema Perto de Você- instituída pela lei 12.599, busca ampliar o mercado interno de cinema e acelerar a implementação de salas de exibição no país.	Cinema
Ano	Fundo	Atividades

2006*	Fundo Setorial do Audiovisual (FSA): instituído pela Lei 11.437, é um fundo destinado ao desenvolvimento articulado de toda a cadeia produtiva da atividade audiovisual no Brasil.	Cinema, TV e infraestrutura para o setor audiovisual.
-------	--	---

Fonte: Morais (2015, pp.7-8) adaptado pelo autor.

*As primeiras linhas de financiamento do FSA foram lançadas em 2008.

2.3 Benefício Fiscal

As práticas de benefício fiscal, de acordo com a CF (1998), no artigo 165 e, a Lei Complementar 101 [LRF] (2000) em seu artigo 14, são: isenção, anistias, remissões, subsídios, créditos presumidos, alterações de alíquotas e mudança na base de cálculo. Paranaíba & Miziara (2011) configuram essas práticas de benefícios fiscais em quatro modalidades: desoneração tributária, benefícios creditícios, benefícios tributários e benefícios financeiros.

Benefícios tributários são os previstos na legislação tributária e estão relacionados com a receita. Já os benefícios creditícios e financeiros são aqueles relacionados à despesa (Paranaíba & Miziara, 2011). Quanto à desoneração, Almeida (2000) compreende como toda não tributação não classificada como benefício tributário, logo, não resultante em perda de receita.

Dessa maneira, os benefícios que são associados à tributação podem ser enquadrados como incentivos fiscais ou não. Ele será um incentivo quando fizer com que agentes atuem de uma forma, com o propósito de alcançar um alvo econômico ou social (Almeida, 2000). Assim, os incentivos fiscais acabam sendo um significativo instrumento a serviço das políticas públicas, pelo fato de induzir os particulares à procura de fins coletivos (Nascimento, 2013).

De acordo com Cesário (2007), como não há o recolhimento do dinheiro público pelo governo quando se é aplicado a Lei do Audiovisual, essa Lei acaba se transformando em uma renúncia fiscal por parte do governo, pelo fato dele abrir mão de parte da arrecadação de um imposto para incentivar a atividade cultural. Assim, o dinheiro que seria recolhido acaba se transformando em instrumento de incentivo.

Tendo como base essa política de incentivo, houve aparecimento de novas políticas públicas e novos mecanismos para o desenvolvimento do setor audiovisual, principalmente no setor cinematográfico, onde se tem ampliado o fluxo anual de produções nacionais e o desempenho no mercado interno de cinemas face aos filmes estrangeiros (Matta, 2008).

2.4 Lei do Audiovisual

Os resultados da Lei Rouanet de 1991, após sua regulamentação, foram pouco perceptíveis no setor audiovisual, principalmente no cinematográfico, dado que este setor carece de uma maior capacidade de investimentos. Assim, a aprovação de uma lei específica para tal possibilitaria o acesso de recursos imediato na atividade, de forma a cessar um crescente enfraquecimento do setor decorrente da intensa crise dos anos noventa (Ikeda, 2011).

Assim, em 1993 foi criada uma lei específica de incentivo à atividade audiovisual - Lei 8.685, mais conhecida como a Lei do Audiovisual. Com ela atestou a importância política audiovisual quanto aos outros ramos da cultura, uma vez que se trata do único segmento que dispõe de uma lei de incentivo específica. Isso foi o que a tornou diferente da Lei Rouanet, pelo fato dessa comum a todos os segmentos culturais como teatro, dança, artes plásticas etc. (Ikeda, 2011).

De acordo com Ikeda (2011) a maior diferença entre a Lei Rouanet e o Art.1º da Lei do Audiovisual é que os valores aportados por meio dos fatores de efetivação (mecanismos) não são meramente mais patrocínio ou doação, mas se tornam agora investimentos. Logo, quem antes era ãincentivadorõ na Lei Rouanet passa ser agora ãinvestidorõ com a Lei do Audiovisual. Quanto à natureza jurídica desse investidor pode ser tanto uma pessoa física como jurídica, conforme o caput do Art. 1º da Lei do Audiovisual (1993).

Ikeda (2011) indica algumas vantagens para o investidor sobre a Lei do Audiovisual, tais como: 1) abatimento de 100% do valor investido no imposto de renda a pagar, tendo como limite 3% do imposto devido; 2) o valor do investimento pode ser incluído como ãdespesa operacionalõ o que acarreta uma diminuição do lucro líquido e conseqüentemente do imposto de renda a pagar; 3) associação da marca investidora ao investimento feito, típica operação de patrocínio; e por fim 4) presença nos resultados financeiros do investimento, por meio do percentual sobre os direitos de comercialização.

Os fatores de efetivação de fomento proporcionados pela Lei Audiovisual (1993) estão em seus artigos 1º e 3º. Porém, o Art. 3º só veio a vigorar a partir de 2002, com a introdução de mudanças na legislação com a Medida Provisória 2228-1 (Ikeda, 2011).

De acordo com o artigo 1º da Lei Audiovisual (1993), pessoas físicas e jurídicas podem adquirir Certificados de Investimentos Audiovisuais e abater os recursos gastos nessa operação no valor do Imposto de Renda até o limite de 3% do imposto devido pelas pessoas físicas e 1% do imposto devido pelas pessoas jurídicas que são tributadas pelo lucro real.

Contudo, é interessante destacar que, embora o Art. 1º seja o mais atraente para as empresas, a lei ainda dispõe de mais três mecanismos de incentivo à atividade cinematográfica (Santos Júnior & Gomes, 2014). No artigo 1º-A da Lei Audiovisual (1993) diz que quando não há a possibilidade de utilização dos valores gastos na compra de Certificados de Investimentos Audiovisuais para abater no Imposto de Renda o limite se torna 4% do imposto devido pelas pessoas jurídicas tributadas pelo lucro real, e 6% do imposto devido pelas pessoas físicas.

Já o Art 3º, permite às empresas distribuidoras estrangeiras utilizarem 70% do imposto de renda incidente sobre os créditos e remessas de lucro ao exterior na co-produção de filmes brasileiros. E o Art. 3º - A, semelhante ao Art. 3º, só que é aplicado às empresas de radiodifusão e programadoras nacionais de TV por assinatura.

O pré requisito para a participação de pessoas jurídicas que queiram aproveitar os benefícios trazidos pelo Art 1º e Art 1º-A é que sejam tributadas pelo lucro real. Serão tributadas pelo lucro real, de acordo com a legislação vigente, as empresas que tiverem como receita total no ano-calendário anterior valor superior a 78 milhões, ou este valor proporcional ao número de meses no período, ou as pessoas jurídicas que forem obrigadas a apuração do lucro real em função das atividades exploradas, segundo o Decreto n° 3.000 (1999).

Já os benefícios trazidos pelo Art. 3º serão aproveitados quando a empresa tiver o imposto de renda incidindo sobre capital remetido ao exterior decorrente de exploração de obras audiovisuais estrangeiras em território nacional. Por fim, os benefícios do Art. 3º- A serão usufruídos quando os contribuintes do Imposto de Renda forem beneficiários do crédito, emprego, remessa de quaisquer obras audiovisuais ou eventos, mesmo os de competições desportivas das quais faça parte representação brasileira (Decreto n° 3000, 1993).

Quanto aos requisitos para aprovação de projetos devem ser observadas as seguintes condições: I) compensação de recursos próprios ou de terceiros a 5% do orçamento geral

aprovado, que tenha sido comprovado no final da realização; II) limite de auxílio do art. 1º e do art. 1º-A, no valor de R\$ 4.000.000,00 (quatro milhões de reais) e do art. 3º e art. 3º-A no valor de R\$ 3.000.000,00 (três milhões de reais), podendo esses limites serem utilizados ao mesmo tempo; III) o projeto deverá ser apresentado para ANCINE para ser aprovado, segundo a Lei n. 8.685 (1993).

2.5 Eficiência

Eficiência seria ãa combinação dos insumos e métodos necessários (*inputs*) no processo produtivo de modo que gerem o máximo de produto (*output*) (Peña, 2008, p.85). Ela é a possibilidade de fazer corretamente as coisas, diminuindo a relação insumo-produto e tem por objetivo a melhora na utilização dos recursos, assim se relacionando com os meios. A eficiência pode ser dividida em duas: eficiência técnica e eficiência econômica (Peña, 2008).

Um método de produção possui eficiência técnica quando se utiliza o menor nível de insumos possível para produzir um nível dado de produção, ou quando se consegue o maior nível de produção possível com um dado nível de insumo. Já a eficiência econômica é quando um primeiro método produtivo atinge uma quantidade de produto igual ao do segundo com menor custo, ou quando se tem o mesmo custo para um nível de produção maior. A eficiência econômica é uma ampliação da técnica, pois inclui, além dos aspectos físicos o monetário (Peña, 2008).

É comum o conceito de eficiência ser confundido com os de eficácia, efetividade e produtividade. Eficácia se preocupa em atingir os objetivos (Castro, 2006). Ela ocorre quando os objetivos preestabelecidos são alcançados como resultado da atividade ou do esforço (Padoveze, 1998). A efetividade é quando de forma prolongada uma organização consegue ser eficiente e eficaz (Peña, 2008). Já a produtividade é uma relação de produtos e recursos. Ela expressa a relação entre as entradas e saídas de determinado sistema (Catelli, 1999).

3. METODOLOGIA

O objetivo deste trabalho é analisar a eficiência das empresas produtoras de audiovisual, que utilizaram do incentivo da Lei do Audiovisual (1993), na captação e geração de renda e alcance de público no período de 1995 a 2013, nos segmentos de exibição e produção cinematográfica. Para atingir o objetivo proposto foram analisados dados disponibilizados pela ANCINE (2015a) por meio de estatística descritiva e Análise Envoltória de Dados.

Assim, segundo Silva & Menezes (2001), o presente trabalho é de natureza aplicada, pois objetiva gerar conhecimentos para aplicação prática de problemas específicos. Segundo a forma de abordagem, é classificado como uma pesquisa quantitativa, pelo fato de considerar que tudo pode ser quantificável, ou seja, traduzir em números opiniões e informações para que sejam classificadas e analisadas.

Trata-se de um estudo empírico-analítico, pois ocupa-se com a codificação da face mensurável da realidade social, utiliza-se de técnicas de coleta, tratamento e análise de dados quantitativos. Tem, ainda, caráter exploratório, em virtude de buscar obter maiores informações sobre determinado assunto.

E por fim, do ponto de vista dos procedimentos técnicos, trata-se de um estudo bibliográfico por ter sido desenvolvido a partir de material já elaborado, principalmente livros e artigos científicos (Gil, 2002).

3.1 Dados

Foram coletados dados entre o período de 1993 e 2013, junto à ANCINE por meio de requerimentos feitos via *internet* pelo sítio eletrônico *o*Acesso à Informação*o* e também pelos dados do mercado audiovisual disponibilizados no sítio eletrônico *o*Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual*o* (ANCINE, 2015a). Embora os projetos iniciais sejam datados no ano de 1993, somente em 1995 ocorreram os lançamentos desses projetos de audiovisual para distribuição e exibição, justificando-se a data inicial da amostra. Os dados, na data da coleta da amostra, estavam disponibilizados somente até o ano de 2013.

Quadro 2 ó Variáveis analisadas.

Nome	Definição
Valor aprovado	Valor do incentivo fiscal proposto, aprovado pela ANCINE.
Valor captado	Valor de incentivo fiscal captado junto às empresas contribuintes.
Renda	Renda arrecadada com a distribuição e exibição do projeto.
Público	Público alcançado com a exibição do projeto.
Distribuidora	Distribuidora do projeto (audiovisual).
Unidade da Federação	Unidade da Federação na qual o proponente (produtora) está registrado.

Fonte: Elaboração própria.

A amostra de dados contempla os segmentos de exibição e produção cinematográfica, alcançando 631 projetos lançados no período e que fizeram uso do incentivo fiscal, para um conjunto de 311 proponentes (produtoras de audiovisual). O Quadro 2 detalha as variáveis analisadas neste trabalho.

3.2 Tratamentos dos Dados - Método

A análise dos dados foi feita por meio de estatística descritiva e por meio da Análise Envoltória de Dados (*Data Envelopment Analysis* - DEA). Segundo Pimentel & Casa Nova (2005) o DEA é uma técnica não paramétrica baseada em programação matemática. Com o DEA é possível comparar a eficiência de várias unidades tomadoras de decisão (*Decision Making Unit* - DMU), por meio da consideração explícita do uso de múltiplas entradas (insumos) para a produção de múltiplas saídas (resultados) (Macedo, Casa Nova & Almeida, 2009).

Para que a análise seja feita, é importante que as unidades operacionais, as DMUs, sejam homogêneas, isto é, que utilizem os mesmos recursos na produção dos mesmos produtos (Pimentel & Casa Nova, 2005). Outra consideração importante é quanto ao modelo de DEA a ser utilizado. No presente estudo foi utilizado modelo com retornos variáveis de escala. Esta escolha baseia-se no fato de que a produção de audiovisual é feita por produtoras dos mais variados portes.

De acordo com Macedo, Casa Nova & Almeida (2009), o resultado da eficiência relativa que se obtém utilizando o DEA, varia de 0 a 100% (ou de 0 a 1) para cada uma das unidades tomadoras de decisão. A técnica informa quais unidades são relativamente ineficientes e quais são as em posição de *benchmarking*, onde o score é 1 ou 100%, isto é, que são consideradas eficientes. (Macedo, Casa Nova & Almeida, 2009).

A análise de eficiência está subdividida em Análise da Eficiência de Captação e Análise da Eficiência de Produção.

Na Análise da Eficiência de Captação são confrontados os valores captados acumulados em relação aos valores aprovados acumulados (aprovados pela ANCINE) para cada produtora no período considerado. Nessa análise, foram retirados da amostra os proponentes que

tiveram o valor captado maior que o aprovado, e proponentes que não possuíam informações quanto aos valores aprovados ou aos captados. Assim, a amostra final para essa análise foi de 299 proponentes.

Já na Análise de Eficiência de Produção, a renda gerada acumulada e o público alcançado acumulado são confrontados com o valor dos recursos captados no período para cada produtora. Foram retiradas desta amostra as produtoras para as quais não se tinham as informações completas para valor captado, renda e público. Assim, esta amostra contou com 302 proponentes.

Observa-se que a análise é por produtora (proponente) para todo o período em consideração, 1995 a 2013. Caso a produtora tenha realizado mais de uma produção, estes dados foram agregados ao longo do período. O Quadro 3 ilustra as variáveis utilizadas para cada uma das duas análises de eficiência.

Quadro 3 ó Variáveis da Análise de Eficiência.

Análise	Variável Entrada	Variável Saída
Análise da Eficiência de Captação	Valor autorizado	Valor captado
Análise de Eficiência de Produção	Valor captado	Renda e público

Fonte: Elaboração própria.

Tendo em vista que os valores estavam em diferentes momentos no tempo, foi necessária uma atualização monetária pelo Índice Geral de Preços ó Disponibilidade Interna (IGP-DI) dos valores de aprovação, captação e renda para que houvesse uma análise dos valores reais. Por fim, observa-se que a Análise Envoltória de Dados foi realizada com o auxílio do programa computacional Max DEA 6.2.

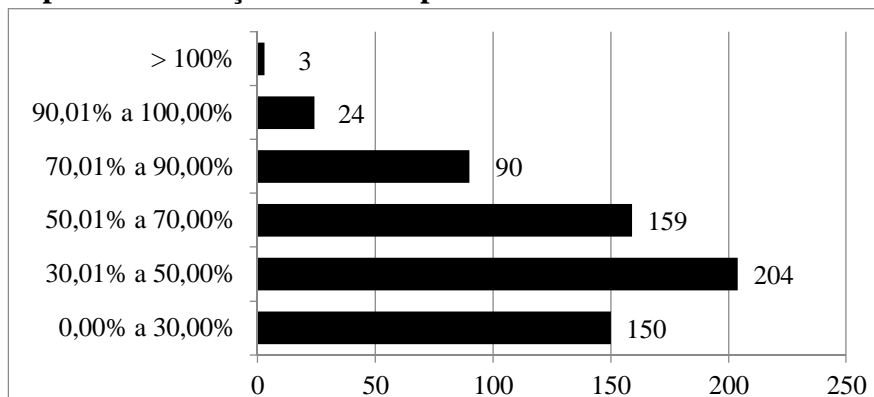
4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

A seguir serão analisados os dados coletados. Em um primeiro momento, é avaliado um conjunto de variáveis por meio de estatística descritiva. Em seguida, são apresentados os resultados das análises de eficiência.

4.1 Estatística Descritiva

Para essa análise, foi feita uma comparação dos valores aprovados e captados de cada projeto. Dos 630 projetos analisados, a maior parte teve captação entre 30% a 50% do valor aprovado, conforme ilustrado na Figura 1. Poucos projetos, 4,3% deles, tiveram uma captação de recursos superior que 90% do valor autorizado pelo órgão público. O tempo médio de captação de recursos para os projetos avaliados foi de 3,1 anos.

Figura 1 ó Quantidades de projetos conforme percentual captado em relação ao valor aprovado.

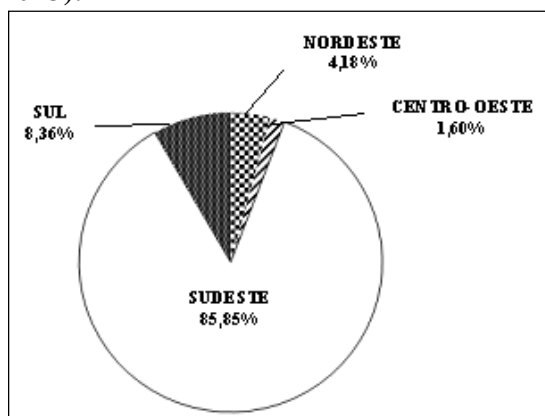


Fonte: Elaboração própria com dados os coletados.

No que tange à participação dos proponentes, ao todo são 311, o estado com maior participação é o Rio de Janeiro com 139 proponentes, 44,7% do total, seguido por São Paulo, com 114 proponentes. Inference-se que esses dois estados são os que concentram a maioria dos proponentes (81,35%). Consequentemente, a região Sudeste é que mais concentra proponentes, como pode ser visto na Figura 2, bem diferente da região Norte, a qual, segundo a amostra utilizada, não tem nenhum proponente.

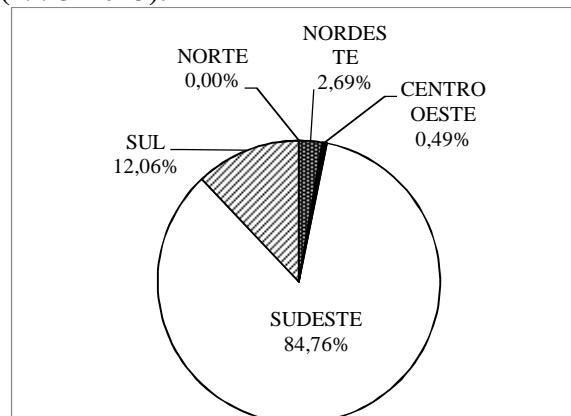
De acordo com Abrantes (2004) a distribuição do setor audiovisual no Brasil, se fosse partir da lógica do que ocorre em outros países, estaria concentrada nos lugares de poder político e econômico, no caso Brasília e São Paulo. Porém, observa-se que apesar da produção audiovisual de fato se concentrar na região Sudeste, o Estado com mais participação nesse setor é o Rio de Janeiro. Já Brasília, sede do poder político e econômico, possui um dos menores percentuais de proponentes, apenas 1,28%. Para Abrantes (2004) essa distribuição é resultado das relações de poder existentes nesse setor, que acabam se concentrando na região Sudeste. Segundo Fernandes (2010) os estados com pouca participação de proponentes precisam investir em captação e profissionalização, afim de que mais empresas produtoras estejam capazes de utilizar os mecanismos federais de incentivo.

Figura 2 - Proponentes por Região (1993-2013).



Fonte: Elaboração própria com os dados coletados.

Figura 3 - Investidores por Região (1993-2013).



Fonte: Elaboração própria com os dados coletados.

Em relação à distribuição de investidores nos projetos culturais amparados pelo dispositivo legal abordado neste trabalho, a Figura 3 ilustra que a maior concentração se dá na Região Sudeste, com 84,76% do total dos investidores. Fernandes (2010) confirma esta concentração das empresas com perfil para investir em projetos culturais na Região Sudeste. Conforme a Figura 2, este número guarda relação com o fato de que 85,85% dos proponentes são da Região Sudeste. O segundo lugar é ocupado pelos investidores da Região Sul, com 8,36%, seguido pelo Nordeste com 4,18%, pelo Centro Oeste com 1,60%.

Na região Sudeste, o Estado do Rio de Janeiro é que concentra o maior número de investidores (49,78%), quase a metade de todas as outras regiões. Para Abrantes (2004) o fato das produtoras de cinema estarem localizadas no Rio de Janeiro facilita a proximidade com os financiadores.

No que tange as distribuidoras, a diferença da segunda colocada para a primeira é de 51 filmes distribuídos a mais pela RioFilme, a primeira colocada. A Tabela 1 apresenta a relação das dez maiores distribuidoras, que concentraram aproximadamente 48,3% do total dos projetos distribuídos no período analisado.

Tabela 1 ó Ranking das Distribuidoras em Quantidade de Filmes e Renda (1993-2013).

Ranking de Quantidade de Fimes		Ranking por Renda	
Distribuidoras	Quantidade	Distribuidoras	Renda Total [R\$ de 1995]
RioFilme	81	Fox	6.767.335,41
Fox	30	Columbia	6.096.181,93
Columbia	30	Warner	4.483.697,26
Warner	30	Downtown/Paris/Riofilme	3.679.474,14
Pandora	28	Downtown/Paris	3.438.806,33
Imagem	26	Lumière	2.612.174,45
Imovision	25	Zazen	2.564.734,79
Downtown	19	Imagem	1.597.150,37
Espaço Filmes	18	Buena Vista	1.539.672,61
Buena Vista	17	Sony/Disney (Columbia) / Downtown	796.557,57

Fonte: Elaboração própria com os dados coletados.

Entretanto, pela análise feita, nem sempre as que mais distribuem são as com maior faturamento como pode ser visto na Tabela 1. Apesar da produtora RioFilme ter a maior quantidade de filmes distribuídos, não apareceu entre as 10 primeiras distribuidoras que tiveram a maior renda. Por mais que a RioFilme tenha distribuído 81 filmes, ela conseguiu ter renda menor que diversas distribuidoras, por exemplo, a Zazen que teve quatro filmes distribuídos.

De acordo com Leitão (2012) a participação no mercado das distribuidoras num determinado ano pode ter sido resultado de sucesso de um determinado filme, e não necessariamente seu poder de mercado. A Zazen é a prova disso. Apenas um filme a tornou rentável. O filme *Tropa de Elite 2 (Ex-Crime Organizado)* foi responsável por quase 97% de toda renda da distribuidora Zazen. Ele foi o filme com maior renda de 1993 até 2013 (ANCINE, 2015a).

4.2 Análise de Eficiência ó Captação e Produção

A análise de eficiência está dividida em dois enfoques, a análise de eficiência de captação em que se considera a eficiência da captação de recursos aprovados como renúncia fiscal. O segundo, o da eficiência da produção, considera a geração de renda e público em face aos recursos empregados na produção do audiovisual.

4.2.1 Análise da Eficiência de Captação

Na Tabela 2 são apresentadas as produtoras de audiovisuais, proponentes do incentivo fiscal pela Lei do Audiovisual, que foram consideradas eficientes na captação de recursos. Isto é, foram os proponentes que dado os montantes de recursos aprovados, obtiveram maior êxito na captação destes recursos junto às empresas. Na análise de eficiência de captação, das 299 produtoras analisadas, 6 foram consideradas eficientes.

Tabela 2 - Proponentes Eficientes (*score* = 1) na Captação de Recursos.

Proponente	Montante autorizado médio (R\$)	Montante captado médio (R\$)	Renda média (R\$)	Público médio	Número de projetos
Diler & Associados LTDA (RJ) Meios de Produção e Comunicação LTDA (RJ)	200.389,70	130.696,15	204.534,68	1.030.136,04	24
Mirada Filmes LTDA (RJ)	209.026,85	191.203,56	13.137,01	43.531,00	1
Mirada Filmes LTDA (RJ)	2.689,63	1.398,45	37,08	162,00	1
N.D.R. Filmes Produções LTDA (SP)	119.594,41	117.110,35	4.764,25	14.224,00	1
O2 Produções Artísticas e Cinematográficas LTDA (SP)	17.022,75	136.516,72	73.909,49	18.917,60	5
Sequência 1 LTDA (SP)	15.498,47	15.254,78	2.197,10	2.197,10	1
Média	94.036,96	98.696,66	49.763,27	184.861,29	5,5
Mediana	68.308,58	123.903,25	8.950,63	16.570,8	1
Desvio padrão	95.530,70	74.539,12	80.794,62	414.390,65	9,20

Fonte: Elaboração própria com base nos dados coletados.

Observa-se também na Tabela 2, que as produtoras eficientes na captação são da região Sudeste, três produtoras do Rio de Janeiro e as outras três de São Paulo. Em relação aos valores autorizados e captados, constata-se que o método selecionou como eficientes na captação proponentes de portes diferentes. Isto se deve ao uso do DEA com a abordagem de retornos variáveis de escala, de modo que são identificadas produtoras eficientes para cada escala de valores. De modo semelhante, constata-se que entre as produtoras eficientes na captação, os números referentes à renda e ao público também representam escalas diferentes.

A questão do número de projetos acumulados no período de 1995 a 2013 chama atenção. Neste período, a Diler & Associados LTDA (RJ) apresentou 24 projetos de incentivo pela Lei do Audiovisual e a Cinematográficas LTDA (SP) contou com 5 projetos. Assim, quando se calcula a renda média e o público médio para estas duas produtoras, os valores obtidos aproximam-se das demais eficientes em captação.

Chama atenção também a produtora Mirada Filmes LTDA, que apresenta valores autorizados e captados, bem como valor de renda e público, que destoam das demais. Esta produtora foi reconhecida como eficiente pela técnica já que para a sua faixa de valores de recursos (escala), apresentou uma maior eficiência.

Para os proponentes ineficientes foi escolhido o *score* limite de 0,10, a fim de restringir o conjunto das mais ineficientes em um universo de 299 proponentes. Assim, os proponentes que apresentaram *score* abaixo deste valor são considerados os mais ineficientes na captação de recursos. As produtoras pouco eficientes na captação apresentam valores captados muito menores do que os valores autorizados pela renúncia fiscal. A Tabela 3 apresenta a relação das 13 proponentes com *score* abaixo de 0,10.

Tabela 3 - Proponentes Ineficientes (score limite 0,10) na Captação de Recursos.

Proponente	Montante autorizado médio (R\$)	Montante captado médio (R\$)	Renda média (R\$)	Público médio	Número de projetos
Andrea Chiavacci (RJ)	27.385,15	2.319,12	18.051,01	50.000	1
Canal Azul Consultoria Audiovisual LTDA (SP)	47.646,45	249,77	249,77	994	4
Cinema Do Século XXI Produções Artísticas LTDA (SP)	107.956,54	9.592,90	5.291,18	16.621	1
Estúdio, Pesquisa e Criações Artísticas LTDA (RJ)	17.118,08	535,10	170,81	1.030	1
Flávio Cândido Da Silva (RJ)	58.593,56	128,81	630,08	2.330	1
Jandaira Produções Artísticas Ltda (RJ)	140.962,05	4.212,25	220,73	823	1
JBR Filmes LTDA (RJ)	482.983,23	36.029,09	1.405,04	5.871	1
José Ronaldo Lopes Duque (GO)	289.313,58	22.085,61	1.200,81	5.676	1
Kabuki Produções Culturais (RJ)	76.011,49	7.245,32	2.897,23	7.616	1
M. Altberg Cinema e Vídeo LTDA (RJ)	272.875,76	23.101,48	394,65	767	1
Plateau Marketing e Produções Cultural LTDA (SP)	49.770,58	1.466,44	922,11	5.244	1
Sentimental Filme LTDA (SP)	14.956,61	492,40	700,58	2.591	1
T.A.O. Produções Artísticas LTDA.ó ME (SP)	33.354,19	3.096,17	161,84	1.488	1
Média	124.532,87	8.504,19	2.484,30	7.773	1,23
Mediana	58.593,56	3.096,17	700,58	2.591	1
Desvio padrão	140.738,83	11.399,40	4.894,49	13.418	0,83

Fonte: Elaboração própria com base nos dados coletados.

Deste conjunto de produtoras mais ineficientes na captação, observam-se produtoras com valores autorizados e captados que representam várias escalas de produção. O mesmo ocorre para os valores de renda e público. Chama atenção a produtora Canal Azul Consultoria Audiovisual LTDA (SP), que no período de análise apresentou quatro projetos. As demais produtoras mais ineficientes na captação apresentaram apenas um projeto nestes 19 anos.

4.2.2 Análise da Eficiência de Produção

Na Tabela 4 são apresentadas as produtoras que fizeram uso do incentivo fiscal da Lei do Audiovisual e que foram identificadas como eficientes na produção de audiovisual no período de 1995 a 2013. Das 302 produtoras consideradas nesta análise, quatro delas foram consideradas eficientes na produção de audiovisual. Isto é, dado os recursos captados, foram as produtoras mais eficientes na geração de renda e no alcance de público.

Das produtoras consideradas eficientes na produção, chama atenção a Diller & Associados LTDA, que também esteve entre as eficientes na captação. Outro aspecto é que se observa uma maior uniformidade entre as produtoras eficientes na produção, excetuando-se o caso do proponente Flávio Cândido da Silva.

Dois proponentes obtiveram *scores* abaixo de 1 e por isto não estão na fronteira de eficiência, mas que apresentaram *scores* muito próximos de 1. Assim, pode-se considerar que as quatro produtoras da Tabela 5 poderiam ser complementadas pelas produtoras Casé Filmes LTDA (*score* = 0,9881), Total Entertainment LTDA (*score* = 0,9878) e Conspiração Filmes S/A (*score* = 0,8729).

Tabela 4 - Proponentes Eficientes (score = 1) na Produção de Audiovisual.

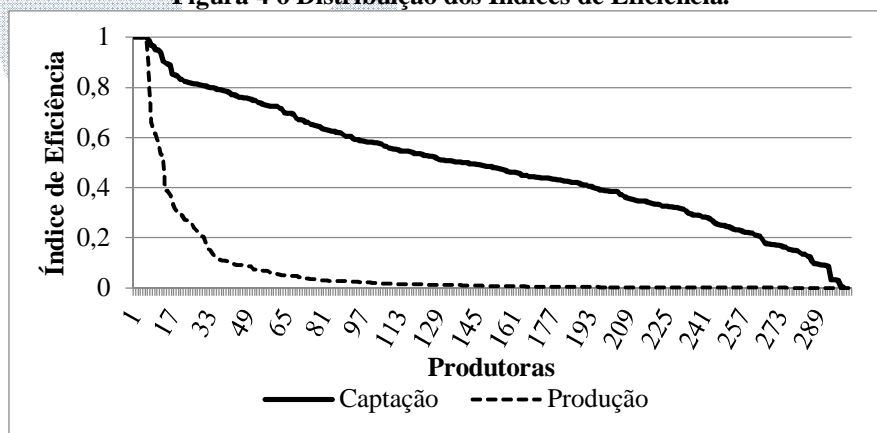
Proponente	Montante autorizado médio	Montante captado médio	Renda média	Público médio	Número de projetos
Diller & Associados LTDA (RJ)	200.389,70	130.696,15	204.534,68	1.030.136	24
Flávio Cândido da Silva (RJ)	58.593,56	128,81	630,08	2.330	1
Migdal Produções Cinematográficas LTDA (RJ)	172.482,18	36.972,66	991.390,15	4.600.145	1
Zazen Produções Audiovisuais LTDA (RJ)	217.545,18	72.357,20	630.162,27	2.794.529	5
Média	162.252,66	60.038,71	456.679,30	2.106.785	8
Mediana	186.435,94	54.664,93	417.348,48	1.912.332	3
Desvio padrão	71.557,78	55.574,15	442.556,90	2.023.012	11

Fonte: Elaboração própria com base nos dados coletados.

Essa análise da eficiência de produção possibilitou algumas informações interessantes. Utilizando-se o mesmo *score* limite de 0,10 para delimitar os proponentes mais ineficientes, obteve-se um conjunto de 260 proponentes mais ineficientes, sendo, portanto, mais da metade dos proponentes ineficientes na geração de renda e público. Assim, obteve-se dos dados que os proponentes classificados como ineficientes na produção correspondem a 83,6%.

A Figura 4 ilustra a distribuição dos índices de eficiência de captação e de produção. Pode-se observar na figura que poucas produtoras apresentaram índices de eficiência de produção elevados. Observando os desvios padrão nas Tabelas 3 e 5 constata-se que no caso da eficiência de produção, existe uma maior dispersão entre as produtoras.

Figura 4 ó Distribuição dos Índices de Eficiência.



Fonte: Elaboração própria.

Este resultado sugere um maior cuidado com a captação dos recursos autorizados pelo incentivo fiscal e uma maior preocupação com a geração de renda e o alcance de público. Afinal, é razoável supor que os proponentes beneficiados pela Lei do Audiovisual tenham o foco na produção de arte e cultura, não no lucro. Para Gomes (2010) um filme pode ser encarado como representação do contexto da sua produção, como um agente da história e não unicamente como um produto. Por outro lado, o autor argumenta que o poder econômico e político manipulam a arte. O papel da publicidade e da indústria cultural possuem estratégias que objetivam seduzir os consumidores e aumentar os lucros, mantendo assim a ordem mercantil vigente.

Por fim, no que tange às distribuidoras dos proponentes eficientes na geração de renda e alcance de público (Tabela 6), infere-se que em sua maioria são as distribuidoras que tiveram a maior renda conforme visto na Tabela 2.

Tabela 6 ó Distribuidoras das Produtoras Eficientes na Produção Acumulada.

Proponente	Distribuidora (quantidade de filmes distribuídos)
Diller & Associados LTDA.	Fox (3); Buena vista :4; Califórnia: 1; Columbia: 4, Disney :2; Downtown/Riofilme: 1; e Warner :9
Flávio Cândido da Silva	RioFilme
Migdal Produções Cinematográficas LTDA.	Downtown/Paris
Zazen Produções Audiovisuais LTDA.	Zazen: 4 e Universal :1

Fonte: Elaboração própria.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objetivo a análise da eficiência das empresas produtoras de audiovisual, que utilizaram do incentivo da Lei do Audiovisual, na captação e geração de renda e alcance de público no período de 1993 a 2013, nos segmentos de exibição e produção cinematográfica.

Em relação à captação de recursos, poucos são os projetos (4,3%) que levantaram mais do que 90% dos recursos aprovados pelo incentivo fiscal. A maioria dos projetos logrou êxito em captar entre 30% a 50% do valor aprovado (32,4%). Observou-se que o tempo médio de captação de recursos é 3,1 anos, o que pode vir a inviabilizar a execução do projeto.

Observou-se que a maioria dos proponentes e dos investidores está localizada na região Sudeste e que não existem proponentes nem investidores na região norte. Este fato teve reflexos na análise de eficiência de captação e de produção.

Na análise de eficiência de captação se constatou que as produtoras mais eficientes estavam localizadas nos estados do Rio de Janeiro e São Paulo. Além disso, essa região também é a que mais possui proponentes relativamente ineficientes na captação. E na análise de eficiência de produção, geração de renda e alcance de público, as produtoras mais eficientes também estavam localizadas na região Sudeste.

Porém, uma diferença encontrada na análise de eficiência de produção é de que a maioria das produtoras (cerca de 83,6%) teve índice de eficiência muito baixo. Isto é, constatou-se na análise de eficiência de produção uma grande concentração de produtoras pouco eficientes. Na análise de eficiência de captação há uma distribuição mais linear. Isto sugere uma maior preocupação com a captação dos recursos do que necessariamente em gerar renda e público.

No estudo de eficiência realizada por meio da Análise Envoltória de Dados, é importante lembrar que a análise considera apenas as produtoras e os projetos de audiovisual que fizeram uso do incentivo fiscal oferecido pela Lei do Audiovisual. Isto é, não foram contemplados projetos audiovisuais que não tenham obtido incentivos pela Lei do Audiovisual.

Outra ponderação importante é de que os resultados obtidos pela Análise Envoltória de Dados são relativos, sensíveis à amostra utilizada. Caso sejam introduzidos ou retirados proponentes da amostra, caso seja alterado o período considerado, os resultados podem mudar consideravelmente.

Em relação às distribuidoras, constatou-se que existe uma relação entre produtoras eficientes na produção e as distribuidoras com rendas mais elevadas. Porém, a renda das distribuidoras nem sempre reflete a participação delas no mercado. Elas podem ter tido arrecadação notável por ter sucesso num determinado filme que distribuiu, como no caso da Zazen com o filme *Tropa de Elite 2*.

Diante do exposto, a análise realizada surge a seguinte dúvida: será que os objetivos das políticas públicas para o setor audiovisual estão sendo atingidos? E desta forma, constituindo uma sugestão para pesquisas futuras. Como a maioria dos proponentes foi classificada como ineficiente na produção, fica a dúvida se a Lei do Audiovisual tem atingido seus objetivos como, por exemplo, de disseminar da cultura.

Como sugestões para pesquisas futuras têm-se: a) analisar a eficiência por projeto (filme); b) levantamento das dificuldades na captação de recursos; c) analisar a questão da baixa geração de renda e de alcance de público.

REFERÊNCIAS

Abrantes, M. (2004, setembro). Geografia da indústria audiovisual no Brasil. Anais do IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom. Porto Alegre, RS, Brasil.

Almeida, F. C. R. (2000). Uma abordagem estruturada da renúncia de receita pública federal. *Revista do Tribunal de Contas da União*, 31(84), 19-62. Recuperado em 02 outubro, 2015, de <http://portal2.tcu.gov.br/portal/pls/portal/docs/2055468.PDF>

Agência Nacional do Cinema. (2013). *Plano de diretrizes e metas para o audiovisual: o Brasil de todos os olhares para todas as telas*. Recuperado em 23 agosto, 2015, de <http://www.ancine.gov.br/sites/default/files/folhetos/PDM%202013.pdf>

Agência Nacional do Cinema. (2015). Instrução Normativa n. 125, de 22 de dezembro de 2015. Regulamenta a elaboração, a apresentação e o acompanhamento de projetos de obras audiovisuais. Recuperado em 10 de janeiro, 2016, de <http://ancine.gov.br/legislacao/instrucoes-normativas-consolidadas/instru-o-normativa-n-125-de-22-de-dezembro-de-2015>

Agência Nacional do Cinema. (2015a). OCA é Observatório Brasileiro do Cinema e Audiovisual. Recuperado em 16 setembro, 2015, <http://www.oca.ancine.gov.br>

Baleia, R. (2014). *Zona Franca de Manaus protegida até 2017?* Recuperado em 10 outubro, 2015, de <http://exame.abril.com.br/revista-exame/edicoes/1057/noticias/cem-anos-de-protecao> >

Castro, R. B. (2006, setembro). Eficácia, eficiência e efetividade na administração pública. *Anais do 30º Encontro Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração*, Salvador, BA, Brasil, 26.

Catelli, A. (1999). *Controladoria: uma abordagem da gestão econômica - GECON*. São Paulo: Atlas.

Cesário, L. B. (2007). Reflexões sobre as atuais políticas públicas para o cinema no Brasil em meio à transnacionalização da cultura. *Sessões do Imaginário*, 12(18), 31-39. Recuperado em 15 maio, 2015, de

<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/viewFile/2586/2007>.

Constituição da República Federativa do Brasil de 1998. (1998). Brasília. Recuperado em 10 maio, 2015, de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.htm

Correia, E. A. (2010). *A efetividade dos incentivos fiscais ambientais por meio de políticas públicas para a redução das desigualdades regionais*. Dissertação de mestrado, Universidade de Marília, Marília, SP, Brasil.

Decreto nº 3.000, de 26 de março de 1999. (1999). Regulamenta a tributação, fiscalização, arrecadação e administração do Imposto sobre Renda e Proventos de Qualquer Natureza. Brasília, DF. Recuperado em 20 maio, 2015, de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/d3000.htm

Derani, C. (2004). Política Pública e a Norma Política. *Revista da Faculdade de Direito UFPR*, 41, 19-28. Recuperado em 18 maio, 2015, de <http://ojs.c3sl.ufpr.br/ojs/index.php/direito/article/viewFile/38314/23372>

Fernandes, D. P. (2010). *Diversidade cultural e concentração da indústria audiovisual no eixo Rio- São Paulo: Análise do contexto e implicações para o desenvolvimento cultural brasileiro*. Dissertação de mestrado, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

Gil, A. C. (2002). *Como elaborar projetos de pesquisa* (4a ed.). São Paulo: Atlas.

Gomes, C. C. S. (2010). *O cinema para além do entretenimento: novas fontes para os estudos históricos*. Recuperado em 15 setembro, 2015, de <http://www.mnemocine.com.br/index.php/cinema-categoria/25-historia-no-cinema-historia-do-cinema/112-o-cinema-para-alem-do-entretenimento-novas-fontes-para-os-estudos-historicos>

Ikeda, M. (2011). *O modelo das leis de incentivo fiscal e as políticas públicas cinematográficas a partir da década de noventa*. Dissertação de mestrado, Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

Ikeda, M. (2012, maio). Uma análise das leis de incentivo fiscal para o cinema brasileiro sob a ótica da captação de recursos incentivados. *Anais do III Seminário Internacional de Políticas Culturais*, Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 1. Lei n. 8.685, de 20 de julho de 1993 (1993). Cria mecanismos de fomento à atividade audiovisual e dá outras providências. Brasília, DF. Recuperado em 05 de abril de 2015, de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8685.htm

Lei nº 8.685, de 20 de julho de 1993. (1993). Cria mecanismos de fomento à atividade audiovisual e dá outras providências. Brasília, DF. Recuperado em 05 de abril de 2015, de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8685.htm

Lei Complementar nº 101, de 4 de Maio de 2000. (2000). Estabelece normas de finanças públicas voltadas para a responsabilidade na gestão fiscal e dá outras providências. Brasília, DF. Recuperado em 10 maio, 2015, de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/LCP/Lcp101.htm

Leitão, C. C. A. (2012, Julho). *Indústria cinematográfica: a experiência brasileira e argentina*. Programa de Intercâmbio da Secretaria de Acompanhamento Econômico do Ministério da Fazenda, Brasília, DF, Brasil.

Macedo, M. A. S., Casa Nova, S. P. C. & Almeida, K. (2009) Mapeamento e análise biométrica da utilização da Análise Envoltória de Dados (DEA) em estudos em contabilidade e administração. *Revista Contabilidade Gestão e Governança*. 12(3), 87-101.

Matta, J. P. R. (2008). Políticas públicas federais de apoio à indústria cinematográfica brasileira: um histórico de ineficácia na distribuição. *Revista Desenbahia*, 8, 55-69.

Morais, K. (2015, Abril). A política de fomento ao audiovisual no Brasil e o lugar da TV. *Anais do VI Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política*, Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 22-25.

Nascimento, C. R. V.. (2013). Políticas Públicas e Incentivos Fiscais. Rio de Janeiro. *Revista de Finanças Públicas, Tributação e Desenvolvimento*, 1(1), 1-18. Recuperado em 18 maio, 2015, de <http://www.e-publicacoes.uerj.br/ojs/index.php/rfptd/article/view/5125>

Oliveira, M., & Bergue, S. T. (2012). *Políticas Públicas: definições, interlocuções e experiências*.(2012). Dados eletrônicos. Caxias do Sul: Educ. Recuperado em 3 setembro, 2015, de: https://www.ucs.br/site/midia/arquivos/POLITICAS_PUBLICAS_EDUCS_EBOOK_2.pdf

Padoveze, C. L.. (1998). *Sistema de Informações Contábeis: fundamentos e análise*. São Paulo: Atlas.

Paranaíba, A. C. & Miziara, F. (2011). Incentivos Fiscais: uma hermenêutica tributária das políticas de desenvolvimento industrial regional. Anais do III Seminário de Pós Graduação da Agronomia, Goiânia, GO, Brasil. Recuperado em 07 junho, 2015, de <http://www.sbpcnet.org.br/livro/63ra/conpeex/mestrado/trabalhos-mestrado/mestrado-adriano-carvalho.pdf>

Peña, C. R. (2008) Um modelo de avaliação da eficiência da administração pública através do método análise envoltória de dados. *Revista de Administração Contemporânea - RAC*, 12(1). p.83-106.

Pimentel, R. C. & Casa Nova, S. P. C. (2005, novembro). Modelo integrado de avaliação da rentabilidade e liquidez: estudo da aplicação da data envelopment analysis (dea) a empresas brasileiras. Anais do X Congresso Internacional de Custos, Florianópolis, SC, Brasil, 28..

Portugal, M. S., Schuler, F., Porsse, A. A., Palermo, P. U., Longhi, P., & Capra Filho, L. A. (2005). *Incentivo à cultura e efeitos econômicos: análise da produção cinematográfica no Rio Grande do Sul*. (Texto para discussão, Nº 2005/06). Porto Alegre, RS: Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

Santos Júnior, I. A. N. & Gomes, C. A. S.(2014). Cinema brasileiro: um estudo comparativo entre a captação de recursos mediante mecanismos de incentivo público *versus* arrecadação nas bilheterias nacionais. *Sociedade, Contabilidade e Gestão*, 9(3), 24-41.

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. (2014). *Mercado audiovisual cresce, mas ainda falta profissionalismo*. Recuperado em 17 de agosto, 2015, de <http://economia.terra.com.br/vida-de-empresario/mercado-audiovisual-cresce-mas-ainda-falta-profissionalismo,2a5651ca8b964410VgnVCM20000099cceb0aRCRD.html>

Silva, E. L. & Menezes, E. M.. (2001). *Metodologia da Pesquisa e Elaboração de Dissertação*. (3a ed.). Florianópolis: Laboratório de Ensino a Distância da UFSC.

Vinha, T. D. (2005). Estado e Economia: o intervencionismo estatal no atual cenário jurídico-econômico brasileiro. *Hórus- Revista de Humanidades e Ciências Sociais Aplicadas*, 3, 1-15. Recuperado em 6 maio, 2015, de <http://portaladm.estacio.br/media/3708898/artigo-thiago.pdf>

