

**Gerência de Estudos e Pesquisas  
Secretaria de Políticas Culturais  
Ministério da Cultura**

**Plano Nacional de Cultura:  
Estudo sobre a indústria cinematográfica brasileira**

**Autor: Felipe de Oliveira Ribeiro SPC-MinC**

Brasília, agosto de 2007

## Sumário

**Introdução** pág.03

- 1 **Cadeia Produtiva e financiamento do setor Cinematográfico** pág.04
- 2 **Análise da Produção Nacional e do emprego na área de cinema** pág.06
  - 2.1 *Indicador de Participação do Cinema Nacional* pág.07
- 3 **Análise pormenorizada da participação de produtoras e distribuidoras** pág.08
  - 3.1 *Indicador de Produtividade do Cinema* pág.08
  - 3.2 *Análise com relação as produtoras* pág.10
  - 3.3 *Análise pormenorizada da produtividade dos filmes de ação/ficção* pág.14
  - 3.4 *Indicador de participação por sucesso* pág.17
  - 3.5 *Análise com relação as distribuidoras* pág.22
- 4 **Filmes do Gênero Documentário** pág.23
  - 4.1 *Distribuidoras de filmes do gênero documentário* pág.24
  - 4.2 *Produtividade das empresas de filmes do gênero documentário* pág.25
- 5 **Exibição no Brasil** pág. 25
  - 5.1 *Equipamentos cinematográficos* pág.25

**Anexos** pág.32

**Conceitos Estatístico-Matemáticos para o entendimento do trabalho** pág.32

**Lista de Indicadores** pág. 35

**Bibliografia** pág. 36

## Introdução

O mercado cinematográfico brasileiro é caracterizado, assim como na maior parte dos países em desenvolvimento, pelo amplo domínio do produto importado americano. Diante deste modelo hegemônico, evidencia-se a dificuldade dos países periféricos para estruturar sua produção em busca de uma possível auto-sustentabilidade.

Além da concorrência com a globalizada indústria de produção norte-americana, a produção nacional encontra barreiras quase intransponíveis na distribuição e exibição dos seus filmes.

A partir dos anos 70, houve uma brutal queda do número de salas de cinema. O declínio se deve a fatores diversos, como o aumento do preço dos ingressos e a redução do poder de compra; a modificação dos hábitos de consumo, com a difusão dos shoppings centers; a profusão em massa da televisão; o aumento dos índices de violência, entre outros. Com o fechamento de cinemas de rua nas capitais e de estabelecimentos em outras cidades, o mercado ficou restrito, na sua maior parte, às grandes cidades e seus shoppings centers.

A partir de meados da década de 90, quando o Brasil tinha pouco mais de mil salas - na década de 70 superava as três mil salas -, o setor de exibição começou, lentamente, a dar sinais de recuperação com a entrada dos multiplex por operadoras estrangeiras. Esse fator aumentou a concorrência do setor, então praticamente estagnado, e forçou as empresas sobreviventes a buscarem a modernização das salas. Houve uma recuperação do mercado nacional balizado nos processos políticos, mas desta vez inserindo o filme como um produto audiovisual, dadas as necessidades do mercado e a possibilidade de recuperar seus custos ao longo da cadeia produtiva e de suas diferentes janelas de exibição.

Em todo o mundo, de um modo geral, apenas 25% da receita total de um filme vem da sua renda nas salas de exibição. Os outros 75% vêm dos chamados *mercados ancilares* (que correspondem às inúmeras formas alternativas de difusão que hoje conhecemos), sobretudo das televisões aberta e a cabo, mas também do homevideo, do laserdisc, do DVD, da crescente utilização da Internet e do futuro digital.

A partir de 2000, com o advento da Lei do Audiovisual, houve uma retomada da produção de filmes de longa-metragem. A difusão, porém, ainda é uma questão complexa no Brasil. O Governo tem procurado estabelecer parcerias com as tvs aberta e a cabo, além da própria Ancine, no sentido de ajudar no aprimoramento da difusão de filmes nacionais. Conforme veremos, a participação do cinema nacional nas salas de exibição vem aumentando ao longo dos anos, assim como o público que assiste a filmes nacionais.

Com relação à geografia do setor cinematográfico no Brasil, o sudeste aparece como o principal centro produtor: o Rio tem 70% de captação, 66% dos filmes, e 68% do público; São Paulo 26%, 29% e 31%. Essa média diz respeito aos filmes realizados entre janeiro de 1996 e junho de 2003. Às vésperas de 2007, entretanto, essa tendência começou a se reverter, mesmo que de forma amena.

O Brasil possui uma sala de cinema para cada 105 mil habitantes. Essas salas estão normalmente concentradas em cidades com mais de 400 mil habitantes. As redes norte-americanas tendem a concentrar seus esforços de exibição em filmes do gênero *blockbuster*, restando aos mercados alternativos os chamados filmes de arte, que correspondem a 10% do mercado (2003).

## **1- Cadeia produtiva e financiamento do setor cinematográfico**

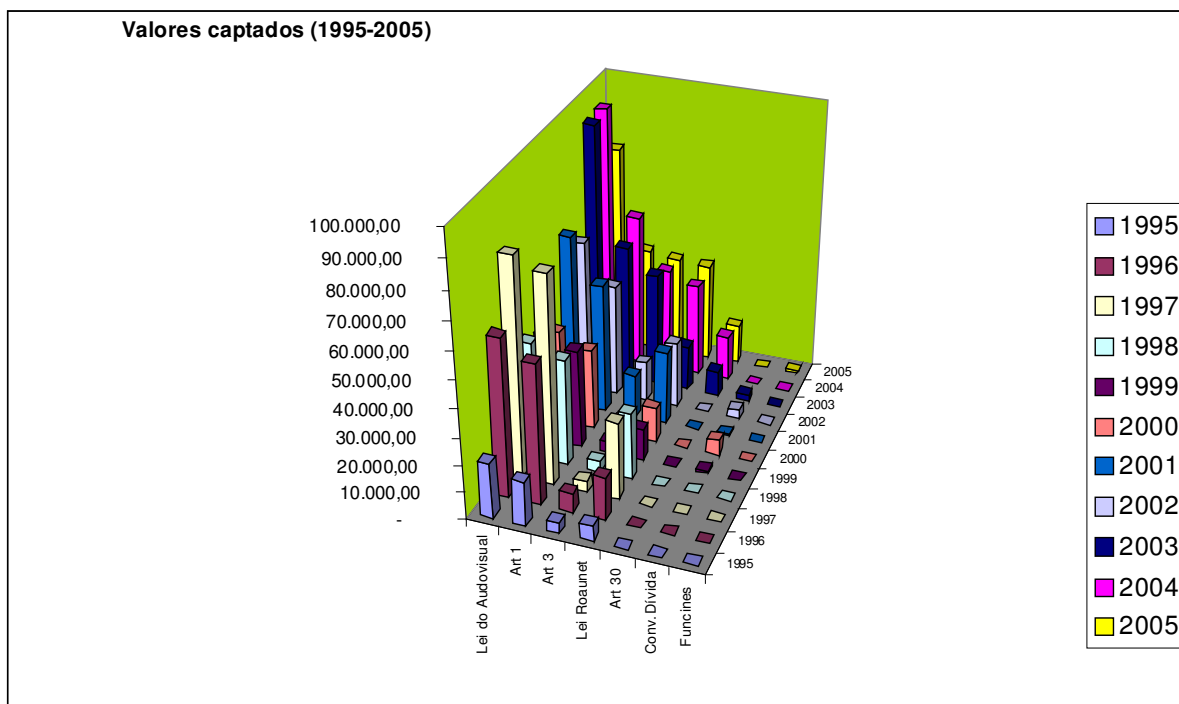
Com o propósito de entender e aprimorar o mercado cinematográfico, iniciaremos a nossa análise fazendo uma passagem pela cadeia produtiva do setor, composta por diversos agentes, dos quais os principais são as produtoras, as distribuidoras e as exibidoras.

### **Cadeia produtiva principal**

produtoras ----- distribuidoras-----exibidoras

Uma análise mais detalhada nos mostra, como veremos adiante, um mercado *concentrado*, praticamente monopolizado pelas grandes produtoras e distribuidoras, as quais se mantêm basicamente através de recursos captados, dado que a maior parte

das empresas necessita de incentivos governamentais para continuarem produzindo e distribuindo os filmes nacionais. Através da Lei do Audiovisual são feitas as maiores captações de recursos, conforme vemos no gráfico a seguir:



Fonte: MinC

Percebe-se que os recursos, ao longo dos anos, foram sendo captados vista o Art 1. A tendência, porém, está se revertendo e, no ano de 2005, os recursos captados pela Lei Roaunet e vista Art 3 ficaram semelhantes aos recursos captados via Art 1; em todos os anos, porém, a Lei do Audiovisual foi responsável pela maior parte dos recursos (40 a 45%).

Um diagnóstico importante é a exígua participação do Fundo Nacional de Cinema (Funcines) na distribuição dos recursos, o que nos alerta para a necessidade de aprimorar a sua gestão no que concerne ao financiamento da indústria cinematográfica.

Discutiremos, ao longo da análise em economia da cultura, indicadores referentes a essa concentração monopolizada e possíveis alternativas para uma melhor estrutura de mercado para o setor. Para tal, a base está no fomento, nas

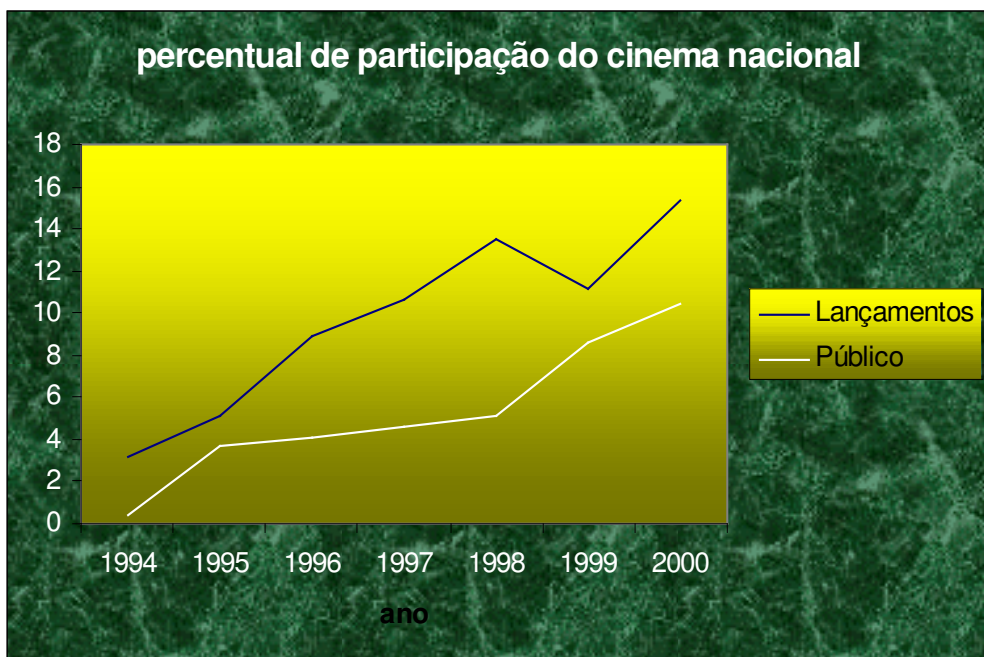
características e no aprimoramento das leis e dos mecanismos de incentivo.

Menores empresas (tanto produtoras como distribuidoras) detêm, conforme veremos a seguir, uma pequeníssima fatia de participação no mercado, exceto no gênero documentário, já que neste, geralmente, apenas um filme é produzido pelas empresas.

A questão da distribuição e exibição ao público também ganha importância na medida em que a renda produzida e a saúde financeira do setor - não só com relação ao lucro das empresas, mas também em função da empregabilidade - vêm da participação do público, que é o consumidor final.

## 2- Análise da produção Nacional e do emprego na área de cinema

Ano	Lançamentos		Público
1994	3,14		0,36
1995	5,13		3,71
1996	8,88		4,11
1997	10,68		4,59
1998	13,47		5,15
1999	11,11		8,57
2000	15,29		10,43
aumento	12,15%		10,07%
<b>Empregos Culturais do cinema</b>			
	formal	informal	Total
1992	10071	5302	15373
2001	10866	5565	16431
aumento	7,89%	4,96%	6,88%
Fonte: IPEA			



Fonte: Filme B / Ancine

Analisaremos, adiante, as variáveis produção e emprego em termos de cadeia produtiva e economia da cultura.

## 2.1 Indicador de Participação do Cinema Nacional

Em relação à produção, um bom indicador refere-se ao percentual de participação de novos lançamentos e à variação ao longo do período (1994-2000).

Em relação aos empregos, temos duas áreas: empregos formais e informais. No entanto, faremos a avaliação através dos empregos totais, pois a profissão não é bem regulamentada e delinear tal diferença se torna extremamente complexo no momento.

Um problema que encontraremos é a discrepância dos dados: para empregos, temos dados de 1992 e 2001; enquanto para produção, conforme mencionamos, temos dados do período de 1994 a 2000. Dessa forma, calcularemos o indicador por aproximação e previsão média. A previsão é simples.

- 1 Em relação ao emprego, houve uma variação total de 6,88% entre 1992 e 2001, o que nos leva a uma variação média anual de aproximadamente 0,7%.

2 Em relação à produção, a variação total foi de 12,15%, o que nos leva a uma variação média anual de 1,74%.

Criamos um indicador que mede o quanto o aumento da participação nacional na produção de novos lançamentos reflete na geração de empregos, o qual denominaremos *Indicador de Impacto de Cinema ( I. I. C.)*. Esse indicador é medido pelo seguinte quociente:

= variação percentual do emprego na área / produção e eficiência medidas pela participação dos novos lançamentos no circuito brasileiro

Calculamos o indicador segundo os dados acima:

$$IIC = 0,7 / 1,74 = 0,40$$

Ou seja, para cada aumento em 1% da participação nacional, que mede a produção e a eficiência da indústria nacional, o aumento na geração de empregos é de apenas 0,40%.

O objetivo do Governo e das políticas culturais é justamente aumentar o indicador, estruturando o setor para a criação de empregos.

### **3- Análise pormenorizada da participação das produtoras e distribuidoras do setor**

#### **3-1 IPC- Indicador de Produtividade do Cinema**

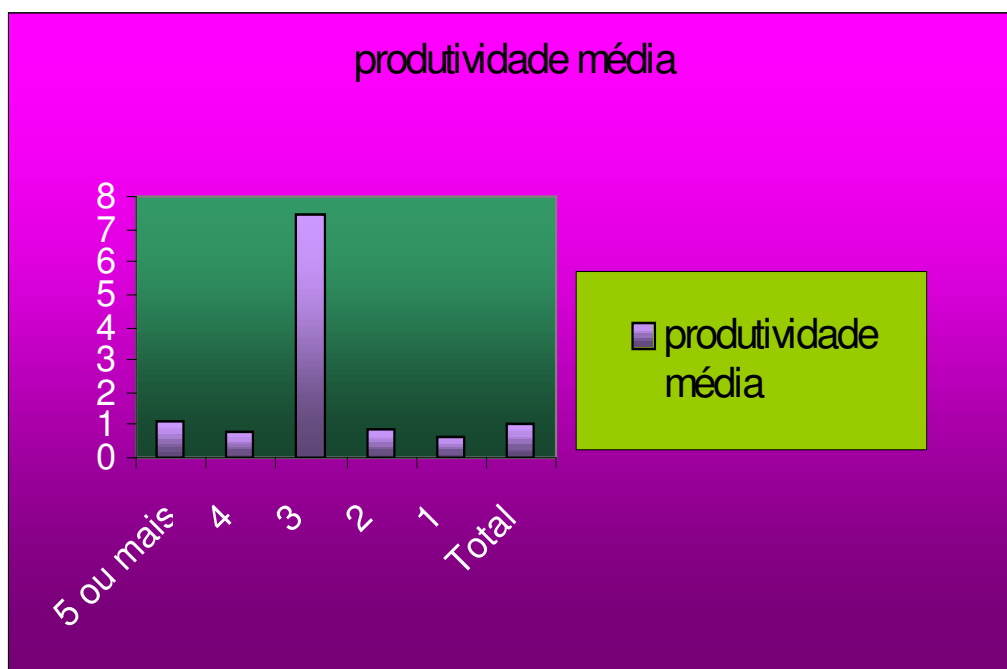
Criamos um indicador de produtividade que é medido pelo quociente entre a renda obtida e os recursos captados. Ele mede o sucesso do empreendimento cinematográfico. Lembramos que a produtividade entre as distribuidoras e produtoras é a mesma em termos totais, pois os valores captados e a renda auferida são distribuídos entre as duas por filme.

Veja abaixo os resultados (analisados da mesma forma que anteriormente) e um gráfico que representa a análise:

Não há nenhuma relação entre o tamanho das empresas e o seu grau de produtividade, já que as empresas que produziram apenas um filme e detêm uma

mínima participação na renda têm uma produtividade de 1,03, enquanto as empresas que produziram três filmes neste período têm uma produtividade de 7,45. As 6 maiores produtoras que detêm quase um terço do mercado, as quais produziram 5 ou mais filmes, têm uma produtividade de 1,11.

Este indicador mostra que a cada R\$ 1,00 de recursos captados tem-se uma renda de R\$ 1,04 no total, ou seja, a produtividade é de 4%.

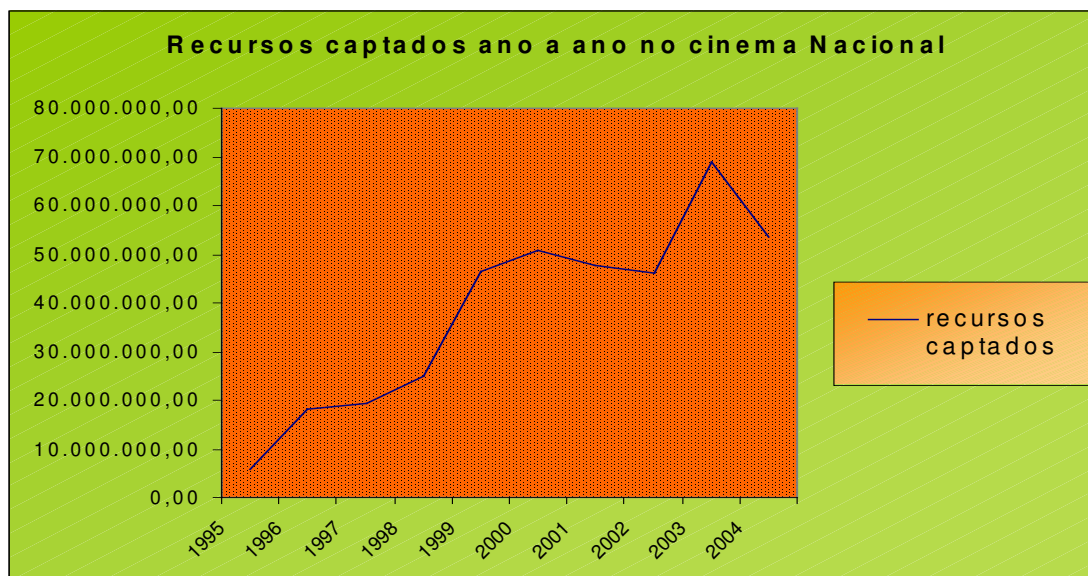


Fonte: Filme B/ Ancine

Este indicador serve, portanto, para medir a eficiência e o sucesso do empreendimento cinematográfico; serve, ainda, de base para a gestão do cinema e dos filmes. Cabe, porém, uma ressalva: é necessário uma análise da quantidade de filmes dos quais a empresa participou, pois algumas empresas com apenas um filme produzido tiveram grande êxito. Diante deste quadro, é preciso levar em consideração apenas amostras de empresas como na análise que fizemos. Chamaremos este índice de *Indicador de Produtividade do Cinema (IPC)*.

### 3-2 Análise das Produtoras

#### Filmes do gênero ação e ficção

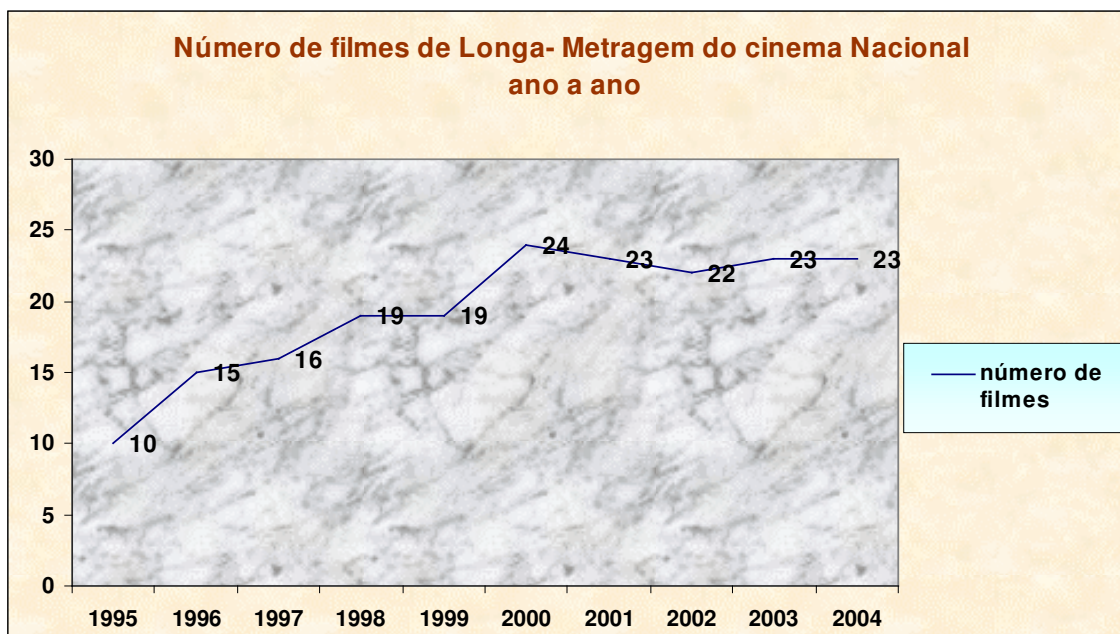


Fonte: Filme B/ Ancine

Vemos que os recursos captados ano a ano aumentaram de 1995 a 2004. Esse aumento não ocorreu de forma linear e teve um comportamento cíclico.

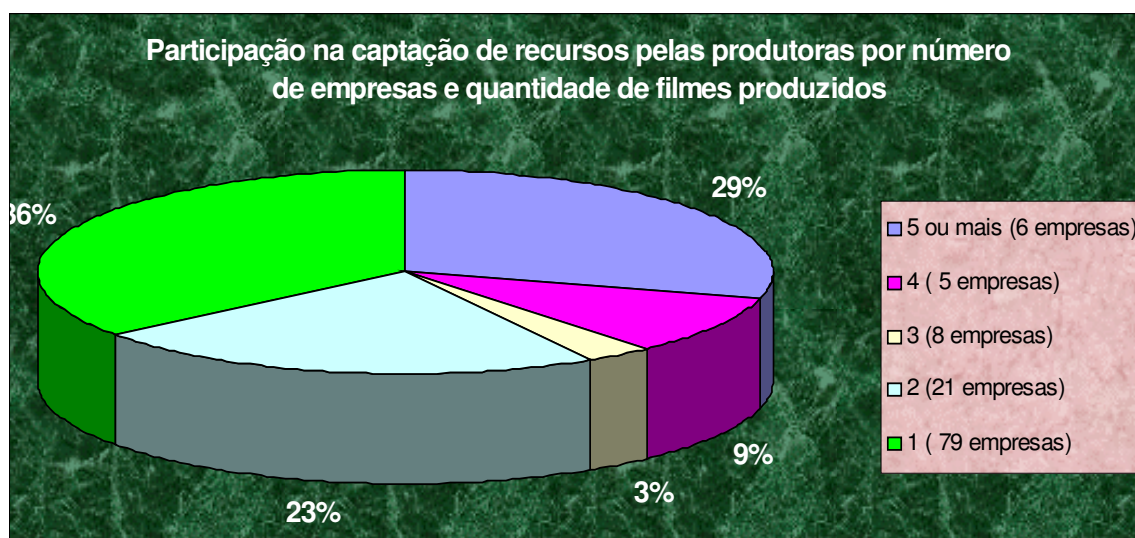
De 2000 a 2002 e de 2003 a 2004, houve uma queda com relação ao total de recursos captados. Verifica-se, em 2003, o seu ápice, com 70 milhões de reais captados; já em 2004, verifica-se um declínio na captação, que não ultrapassa 55 milhões de reais.

O lado positivo é que, apesar das contínuas oscilações, os recursos captados apresentam tendência à alta. Essa alta, porém, está condicionada à manutenção das políticas de fomento por parte do Governo, que são baseadas na captação via Lei do Audiovisual, art 1, art 3, na Lei Rouanet, entre outras, as quais devem ser criadas ou incrementadas.



Fonte: Filme B / Ancine

De 1995 a 2000, o número de filmes produzidos teve um significativo aumento. Do ano 2000 em diante, a produção manteve-se num mesmo patamar, ou seja, cerca de 23 filmes anuais.

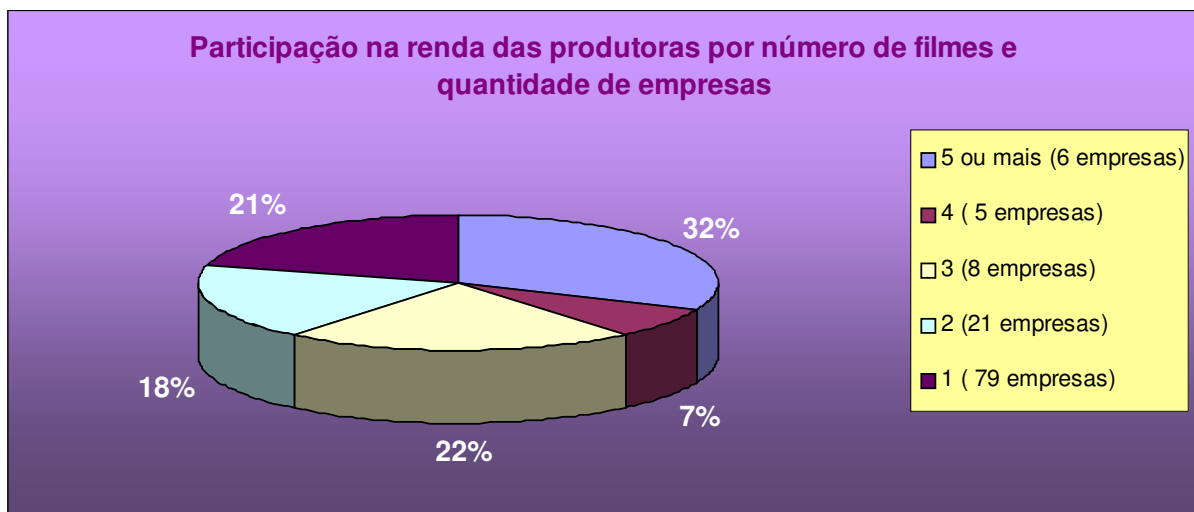


Fonte: Filme B/ Ancine

No Gráfico acima, vemos o tamanho da no que diz respeito à participação das produtoras. Entre 1995 e 2005, apenas 6 empresas produziram cinco ou mais filmes; elas detêm uma participação de 29% do mercado (quase um terço). Estas 6 empresas, cabe salientar, representam apenas 5% do total.

Em um outro extremo, 79 empresas (2% do total) tiveram uma participação em termos de recursos captados pouco superior a um terço ( 36%).

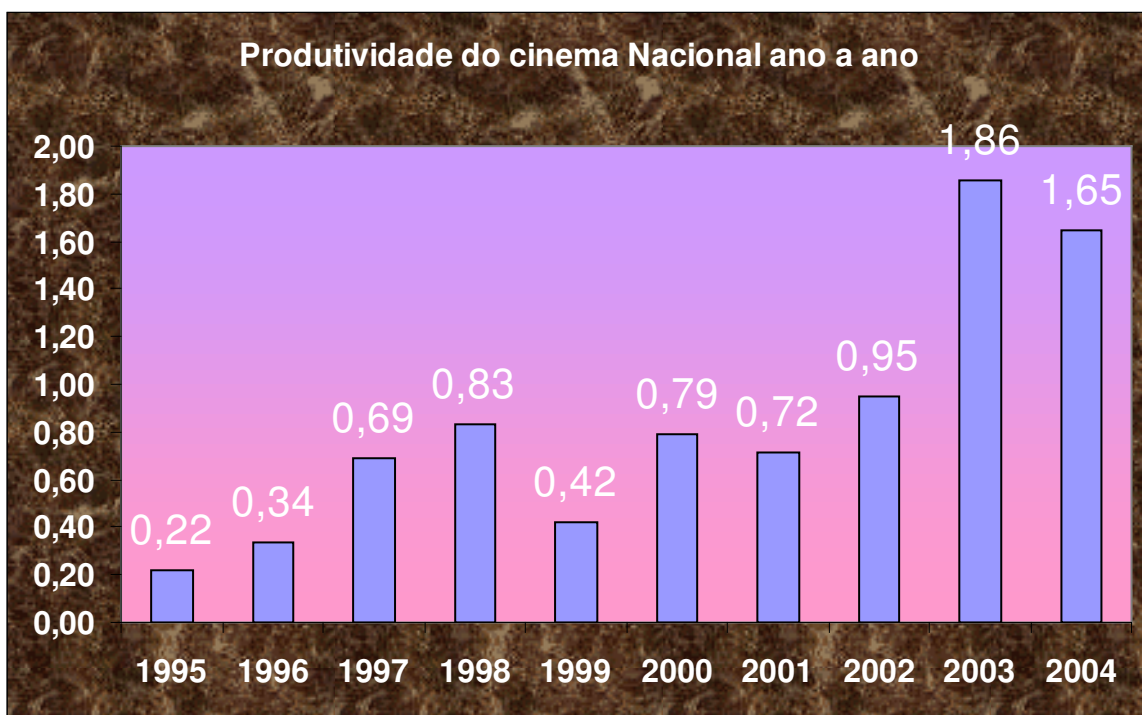
Daí a necessidade de um aprimoramento da política de fomento e da legislação vigente.



Fonte: Filme B/ Ancine

Com relação à participação na renda, a situação é ainda mais dramática. Apenas 6 empresas detêm 32% da renda, enquanto 100 empresas, as quais produziram apenas 1 ou 2 filmes neste período, detêm juntas menos de 40% da renda -para sermos exatos, 39%. Não obstante, essas 100 empresas detêm uma participação de aproximadamente 84% do total.

Resumindo, em termos de produtoras, 5% das empresas detêm 32% da renda, enquanto as empresas que produziram um ou dois filmes representam 84% do mercado e detêm apenas 39% da renda.



**Fonte: Filme B/ Ancine**

A produtividade ( renda / recursos captados ) apresenta um comportamento cíclico, embora nos anos de 2003 e 2004 ela tenha sido superior a 1,00 – respectivamente 1,86 e 1,65. Com o aumento de público e a manutenção da política do Governo, a tendência é que tal produtividade se mantenha cada vez melhor.

Lembramos que somente com uma produtividade acima de 1,00 é que as produtoras estão perto de auferir lucro já no momento da exibição. Esta análise não pode definir, entretanto, se de fato obtiveram lucro, pois nem sempre os recursos captados representam o custo total da produção. As produtoras podem ter acessado outras fontes de fomento que não o Governo (apoio privado e recursos próprios) aumentando, assim, o custo total da produção.

Quando analisamos individualmente, ano a ano, as produções cinematográficas, percebemos que apenas uma pequena parte delas tiveram produtividade superior a 1,00. Esta pequena parcela, no entanto, concentrou sucessos tão grandes que puxou a média ano a ano para cima.

### 3.3 Análise pormenorizada da produtividade dos filmes de ação/ ficção

Tabela 1

<b>FILMES QUE CAPTARAM RECURSOS E TIVERAM PRODUTIVIDADE <math>\geq 1,00</math></b>			
	<b>CLASSIFICAÇÃO POR ORDEM DECRESCENTE DE PRODUTIVIDADE</b>		<b>PRODUTIVIDADE</b>
1	<b>OS NORMAIS ( 2003)</b>	<b>José Alvarenga</b>	<b>13,24</b>
2	<b>IRMÃOS DE FÉ ( 2004)</b>	<b>Moacyr Góes</b>	<b>6,70</b>
3	<b>AVASSALADORAS( 2002)</b>	<b>Mara Mourão</b>	<b>6,38</b>
4	<b>CARANDIRU ( 2003)</b>	<b>Hector Babenco</b>	<b>6,17</b>
5	<b>PEQUENO DICIONÁRIO AMOROSO ( 1996)</b>	<b>Sandra Werneck</b>	<b>5,86</b>
6	<b>O NOVIÇO REBELDE( 1997)</b>	<b>Tizuka Yamazaki</b>	<b>5,56</b>
7	<b>XUXA POPSTAR ( 2000)</b>	<b>Paulo Sérgio Almeida e Tizuka Yamasaki</b>	<b>5,06</b>
8	<b>SEXO, AMOR E TRAIÇÃO( 2004)</b>	<b>Jorge Fernando</b>	<b>4,36</b>
9	<b>O QUATRILHO (1994)</b>	<b>Fábio Barreto</b>	<b>3,99</b>
10	<b>MARIA - A MÃE DO FILHO DE DEUS ( 2003)</b>	<b>Moacyr Góes</b>	<b>3,57</b>
11	<b>XUXA E OS DUENDES (2001)</b>	<b>Paulo Sérgio Almeida e Rogério Gomes</b>	<b>3,32</b>
12	<b>XUXA ABRACADABRA ( 2003)</b>	<b>Moacyr Góes</b>	<b>3,31</b>
13	<b>CINEGIBI, O FILME - A TURMA DA MÔNICA ( 2004)</b>	<b>José Márcio Nicolosi</b>	<b>3,12</b>
14	<b>OLGA ( 2004)</b>	<b>Jayme Monjardim</b>	<b>3,06</b>
15	<b>DIDI QUER SER CRIANÇA (2004)</b>	<b>Alexandre Boury e Reynaldo Boury</b>	<b>2,89</b>
16	<b>DIDI - O CUPIDO TRAPALHÃO ( 2003)</b>	<b>Paulo Aragão e Alexandre Boury</b>	<b>2,74</b>
17	<b>XUXA REQUEBRA ( 1999)</b>	<b>Tizuka Yamazaki</b>	<b>2,69</b>
18	<b>CENTRAL DO BRASIL ( 1998)</b>	<b>Walter Salles</b>	<b>2,63</b>
19	<b>CIDADE DE DEUS ( 2002)</b>	<b>Fernando Meirelles</b>	<b>2,58</b>
20	<b>O HOMEM QUE COPIAVA( 2002)</b>	<b>Jorge Furtado</b>	<b>2,42</b>
21	<b>BICHO DE SETE CABEÇAS( 2000)</b>	<b>Lais Bodanski</b>	<b>2,32</b>

22	<b>HOUVE UMA VEZ DOIS VERÕES( 2002)</b>	<b>Jorge Furtado</b>	<b>2,22</b>
23	<b>XUXA E OS DUENDES 2 ( 2002)</b>	<b>Paulo Sérgio Almeida e Rogério Gomes</b>	<b>2,08</b>
24	<b>ILHA RÁ-TIM-BUM ( 2003)</b>	<b>Eliana Fonseca</b>	<b>1,98</b>
25	<b>DEUS É BRASILEIRO ( 2003)</b>	<b>Cacá Diegues</b>	<b>1,94</b>
26	<b>AMARELO MANGA ( 2002)</b>	<b>Cláudio Assis</b>	<b>1,92</b>
27	<b>O INVASOR ( 2001)</b>	<b>Beto Brant</b>	<b>1,56</b>
28	<b>AMORES POSSIVEIS ( 2001)</b>	<b>Sandra Werneck</b>	<b>1,34</b>
29	<b>O TRAPALHÃO E A LUZ AZUL ( 1999)</b>	<b>Tizuka Yamazaki</b>	<b>1,25</b>

Tabela 2

<b>CLASSIFICAÇÃO POR ORDEM DECRESCENTE DE PÚBLICO</b>			
1	<b>CARANDIRU ( 2003)</b>	<b>Hector Babenco</b>	<b>4.693.853</b>
2	<b>CIDADE DE DEUS ( 2002)</b>	<b>Fernando Meirelles</b>	<b>3.307.746</b>
3	<b>OLGA ( 2004)</b>	<b>Jayme Monjardim</b>	<b>3.076.297</b>
4	<b>OS NORMAIS ( 2003)</b>	<b>José Alvarenga</b>	<b>2.977.641</b>
5	<b>XUXA E OS DUENDES (2001)</b>	<b>Paulo Sérgio Almeida e Rogério Gomes</b>	<b>2.657.091,00</b>
6	<b>XUXA POPSTAR ( 2000)</b>	<b>Paulo Sérgio Almeida e Tizuka Yamasaki</b>	<b>2.394.326,00</b>
7	<b>MARIA - A MÃE DO FILHO DE DEUS ( 2003)</b>	<b>Moacyr Góes</b>	<b>2.322.290,00</b>
8	<b>XUXA E OS DUENDES 2 ( 2002)</b>	<b>Paulo Sérgio Almeida e Rogério Gomes</b>	<b>2.301.152,00</b>
9	<b>SEXO, AMOR E TRAIÇÃO( 2004)</b>	<b>Jorge Fernando</b>	<b>2.219.423</b>
10	<b>XUXA ABRACADABRA ( 2003)</b>	<b>Moacyr Góes</b>	<b>2.214.481,00</b>
11	<b>O AUTO DA COMPADECIDA ( 2000)</b>	<b>Guel Arraes</b>	<b>2.157.166</b>
12	<b>XUXA REQUEBRA ( 1999)</b>	<b>Tizuka Yamazaki</b>	<b>2.074.461,00</b>
13	<b>DIDI - O CUPIDO TRAPALHÃO ( 2003)</b>	<b>Paulo Aragão e Alexandre Boury</b>	<b>1.758.579,00</b>
14	<b>SIMÃO, O FANTASMA TRAPALHÃO( 1998)</b>	<b>Paulo Aragão</b>	<b>1.658.136</b>
15	<b>DEUS É BRASILEIRO ( 2003)</b>	<b>Cacá Diegues</b>	<b>1.635.212</b>

16	<b>CENTRAL DO BRASIL ( 1998)</b>	<b>Walter Salles</b>	<b>1.593.967</b>
17	<b>O NOVIÇO REBELDE( 1997)</b>	<b>Tizuka Yamazaki</b>	<b>1.501.035</b>
18	<b>CARLOTA JOAQUINA( 1994)</b>	<b>Carla Camurati</b>	<b>1.286.000</b>
19	<b>O QUATRILHO (1994)</b>	<b>Fábio Barreto</b>	<b>1.117.154,00</b>
20	<b>DIDI QUER SER CRIANÇA (2004)</b>	<b>Alexandre Boury e Reynaldo Boury</b>	<b>982.175,00</b>

Tabela 3

<b>Classificação por ordem decrescente de renda</b>		
1	<b>CARANDIRU ( 2003)</b>	<b>R\$ 29.623.481,00</b>
2	<b>OLGA ( 2004)</b>	<b>R\$ 20.363.415,00</b>
3	<b>OS NORMAIS ( 2003)</b>	<b>R\$ 19.852.517,00</b>
4	<b>CIDADE DE DEUS ( 2002)</b>	<b>R\$ 19.539.624,00</b>
5	<b>SEXO, AMOR E TRAIÇÃO( 2004)</b>	<b>R\$ 15.775.132,00</b>
6	<b>MARIA - A MÃE DO FILHO DE DEUS ( 2003)</b>	<b>R\$ 12.798.413,00</b>
7	<b>XUXA E OS DUENDES (2001)</b>	<b>R\$ 11.691.200,00</b>
8	<b>XUXA ABRACADABRA ( 2003)</b>	<b>R\$ 11.677.129,00</b>
9	<b>O AUTO DA COMPADECIDA ( 2000)</b>	<b>R\$ 11.496.994,00</b>
10	<b>XUXA E OS DUENDES 2 ( 2002)</b>	<b>R\$ 11.485.979,00</b>
11	<b>DEUS É BRASILEIRO ( 2003)</b>	<b>R\$ 10.655.438,00</b>
12	<b>XUXA POPSTAR ( 2000)</b>	<b>R\$ 9.625.191,00</b>
13	<b>DIDI - O CUPIDO TRAPALHÃO ( 2003)</b>	<b>R\$ 8.984.535,00</b>
14	<b>XUXA REQUEBRA ( 1999)</b>	<b>R\$ 8.173.376,00</b>
15	<b>CENTRAL DO BRASIL ( 1998)</b>	<b>R\$ 8.087.276,00</b>
16	<b>CARLOTA JOAQUINA( 1994)</b>	<b>R\$ 6.430.000,00</b>
17	<b>SIMÃO, O FANTASMA TRAPALHÃO( 1998)</b>	<b>R\$ 6.118.522,00</b>
18	<b>O NOVIÇO REBELDE( 1997)</b>	<b>R\$ 6.019.150,00</b>
19	<b>IRMÃOS DE FÉ ( 2004)</b>	<b>R\$ 5.652.025,00</b>
20	<b>DIDI QUER SER CRIANÇA (2004)</b>	<b>R\$ 5.583.242,00</b>
21	<b>O HOMEM QUE COPIAVA( 2002)</b>	<b>R\$ 4.692.436,00</b>
22	<b>O QUATRILHO (1994)</b>	<b>R\$ 4.513.302,00</b>
23	<b>ZOANDO NA TV ( 1998)</b>	<b>R\$ 3.463.297,00</b>
24	<b>O TRAPALHÃO E A LUZ AZUL ( 1999)</b>	<b>R\$ 2.947.356,00</b>

25	AMORES POSSIVEIS ( 2001)	R\$ 2.658.663,00
26	BICHO DE SETE CABEÇAS( 2000)	R\$ 2.184.514,00
27	PEQUENO DICIONÁRIO AMOROSO ( 1996)	R\$ 2.100.685,00
28	CINEGIBI, O FILME - A TURMA DA MÔNICA ( 2004)	R\$ 1.823.899,00
29	AVASSALADORAS( 2002)	R\$ 1.722.883,00
30	MENINO MALUQUINHO( 1994)	R\$ 1.532.509,00
31	CARAMURU ( 2001)	R\$ 1.500.740,00
32	ILHA RÁ-TIM-BUM ( 2003)	R\$ 991.184,00
33	AMARELO MANGA ( 2002)	R\$ 769.750,00
34	O INVASOR ( 2001)	R\$ 669.762,00
35	UM ANJO TRAPALHÃO( 2000)	R\$ 513.632,00

### 3.4 Indicador de participação por sucesso

Convém ressaltar que a melhor medida para o mercado consumidor é o público, pois a renda auferida não segue esta variável ( o público) quando agregamos os anos, já que os preços dos ingressos sofreram aumentos em determinados anos. Assim, se quisermos avaliar o alcance do filme em relação ao público, devemos nos orientar pela tabela 2. Com relação àqueles filmes que tiveram eficiência, o melhor indicador é o da produtividade (tabela 1).

Para definirmos se um filme logrou ou não sucesso, utilizaremos os dados da tabela 3, que nos indica a bilheteria. Definiremos como *sucesso*:

Os filmes que alcançaram uma bilheteria igual ou superior a R\$ 1.000.000,00.

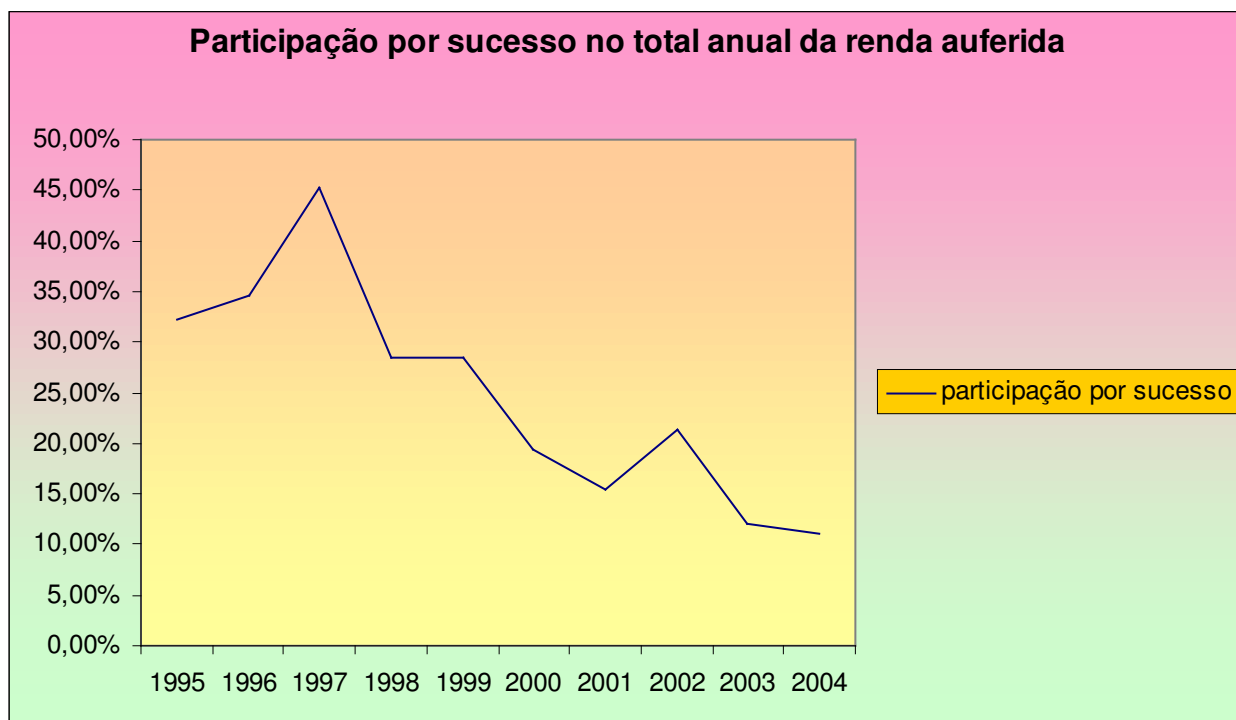
<b>Sucesso ano a ano e participação dos sucessos na renda total anual</b>	
<b>1994</b>	
CARLOTA JOAQUINA( 1994)	R\$ 6.430.000,00
O QUATRILHO (1994)	R\$ 4.513.302,00
MENINO MALUQUINHO( 1994)	R\$ 1.532.509,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 10.943.302,00</b>
<b>Participação no ano de 1994</b>	<b>84,51%</b>

<b>Participação por sucesso</b>	<b>32,12%</b>
<b>1996</b>	
<b>PEQUENO DICIONÁRIO AMOROSO ( 1996)</b>	<b>R\$ 2.100.685,00</b>
<b>Total</b>	<b>R\$ 6.074.591,00</b>
<b>Participação no ano de 1996</b>	<b>34,58%</b>
<b>Participação por sucesso</b>	<b>34,58%</b>
<b>1997</b>	
<b>O NOVIÇO REBELDE( 1997)</b>	<b>R\$ 6.019.150,00</b>
<b>Total</b>	<b>R\$ 13.286.957,00</b>
<b>Participação no ano de 1997</b>	<b>45,30%</b>
<b>Participação por sucesso</b>	<b>45,30%</b>
<b>1998</b>	
<b>CENTRAL DO BRASIL ( 1998)</b>	<b>R\$ 8.087.276,00</b>
<b>SIMÃO, O FANTASMA TRAPALHÃO( 1998)</b>	<b>R\$ 6.118.522,00</b>
<b>ZOANDO NA TV ( 1998)</b>	<b>R\$ 3.463.297,00</b>
<b>Total</b>	<b>R\$ 17.669.095,00</b>
<b>Total em 1998</b>	<b>R\$ 20.691.189,00</b>
<b>Participação no ano de 1998</b>	<b>85,39%</b>
<b>Participação por sucesso</b>	<b>28,46%</b>
<b>1999</b>	
<b>XUXA REQUEBRA ( 1999)</b>	<b>R\$ 8.173.376,00</b>
<b>O TRAPALHÃO E A LUZ AZUL ( 1999)</b>	<b>R\$ 2.947.356,00</b>
<b>Total</b>	<b>R\$ 11.120.732,00</b>
<b>Total em 1999</b>	<b>R\$ 19.568.558,00</b>
<b>Participação no ano de 1999</b>	<b>56,83%</b>
<b>Participação por sucesso</b>	<b>28,41%</b>
<b>2000</b>	
<b>O AUTO DA COMPADECIDA ( 2000)</b>	<b>R\$ 11.496.994,00</b>
<b>XUXA POPSTAR ( 2000)</b>	<b>R\$ 9.625.191,00</b>
<b>BICHO DE SETE CABEÇAS( 2000)</b>	<b>R\$ 2.184.514,00</b>
<b>Total</b>	<b>R\$ 23.306.699,00</b>
<b>Total em 2000</b>	<b>R\$ 40.049.573,00</b>
<b>Participação no ano de 2000</b>	<b>58,19%</b>
<b>Participação por sucesso</b>	<b>19,40%</b>
<b>2001</b>	
<b>XUXA E OS DUENDES (2001)</b>	<b>R\$ 11.691.200,00</b>
<b>AMORES POSSIVEIS ( 2001)</b>	<b>R\$ 2.658.663,00</b>
<b>CARAMURU ( 2001)</b>	<b>R\$ 1.500.740,00</b>

<b>Total</b>	<b>R\$ 15.850.603,00</b>
<b>Total em 2001</b>	<b>R\$ 34.127.960,00</b>
<b>Participação no ano de 2001</b>	<b>46,44%</b>
<b>Participação por sucesso</b>	<b>15,48%</b>
<b>2002</b>	
<b>CIDADE DE DEUS ( 2002)</b>	<b>R\$ 19.539.624,00</b>
<b>XUXA E OS DUENDES 2 ( 2002)</b>	<b>R\$ 11.485.979,00</b>
<b>O HOMEM QUE COPIAVA( 2002)</b>	<b>R\$ 4.692.436,00</b>
<b>AVASSALADORAS( 2002)</b>	<b>R\$ 1.722.883,00</b>
<b>Total</b>	<b>R\$ 35.718.039,00</b>
<b>Total em 2002</b>	<b>R\$ 43.803.924,00</b>
<b>Participação no ano de 2002</b>	<b>81,54%</b>
<b>Participação por sucesso</b>	<b>21,37%</b>
<b>2003</b>	
<b>CARANDIRU ( 2003)</b>	<b>R\$ 29.623.481,00</b>
<b>OS NORMAIS ( 2003)</b>	<b>R\$ 19.852.517,00</b>
<b>MARIA - A MÃE DO FILHO DE DEUS ( 2003)</b>	<b>R\$ 12.798.413,00</b>
<b>XUXA ABRACADABRA ( 2003)</b>	<b>R\$ 11.677.129,00</b>
<b>DEUS É BRASILEIRO ( 2003)</b>	<b>R\$ 10.655.438,00</b>
<b>DIDI - O CUPIDO TRAPALHÃO ( 2003)</b>	<b>R\$ 8.984.535,00</b>
<b>Total</b>	<b>R\$ 93.591.513,00</b>
<b>Total em 2003</b>	<b>R\$ 128.473.979,00</b>
<b>Participação no ano de 2003</b>	<b>72,85%</b>
<b>Participação por sucesso</b>	<b>12,14%</b>
<b>2004</b>	
<b>OLGA ( 2004)</b>	<b>R\$ 20.363.415,00</b>
<b>SEXO, AMOR E TRAIÇÃO( 2004)</b>	<b>R\$ 15.775.132,00</b>
<b>IRMÃOS DE FÉ ( 2004)</b>	<b>R\$ 5.652.025,00</b>
<b>DIDI QUER SER CRIANÇA (2004)</b>	<b>R\$ 5.583.242,00</b>
<b>CINEGIBI, O FILME - A TURMA DA MÔNICA ( 2004)</b>	<b>R\$ 1.823.899,00</b>
<b>Total</b>	<b>R\$ 47.373.814,00</b>
<b>Total em 2004</b>	<b>R\$ 88.133.076,00</b>
<b>Participação no ano de 2004</b>	<b>53,75%</b>
<b>Participação por sucesso</b>	<b>11,16%</b>

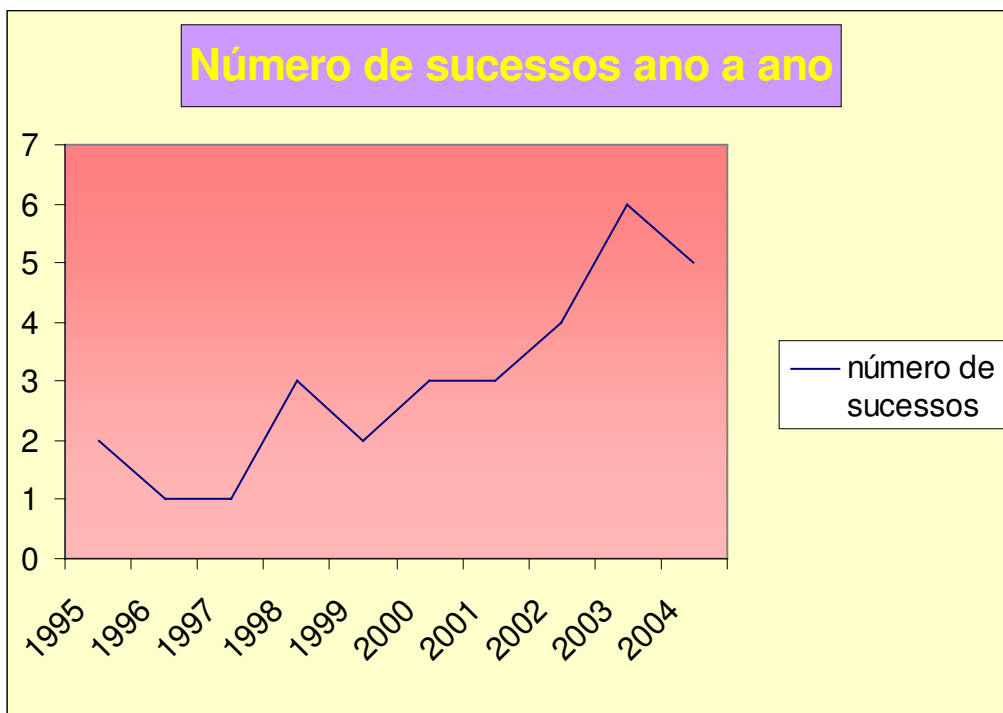
Neste contexto, percebemos que, ano a ano, apenas alguns sucessos são suficientes para que a produtividade anual se eleve. Em 2003, por exemplo, os 6 maiores sucessos - de um total de 23 filmes - foram responsáveis por 72,85% da renda do ano.

Criamos um indicador que mensura quanto foi a participação na renda total anual por sucesso. No caso de 2003, dividimos esta participação de 72,85% pelo número de sucessos no ano (no caso seis) e chegamos à participação por sucesso na renda anual de 12,14%. No gráfico abaixo plotamos esta participação por sucesso ano a ano, analisando-a posteriormente.



**Fonte: Filme B / Ancine**

A participação por sucesso nos mostra que, ao longo dos anos, os sucessos tiveram menor peso na renda total. Isto é um bom sinal, pois indica que a renda não esteve tão condicionada pelos sucessos e / ou o número de sucessos aumentaram em relação ao total de filmes. Para que esta idéia fique mais clara, vamos analisar o número de sucessos ano a ano e compará-lo ao gráfico acima.

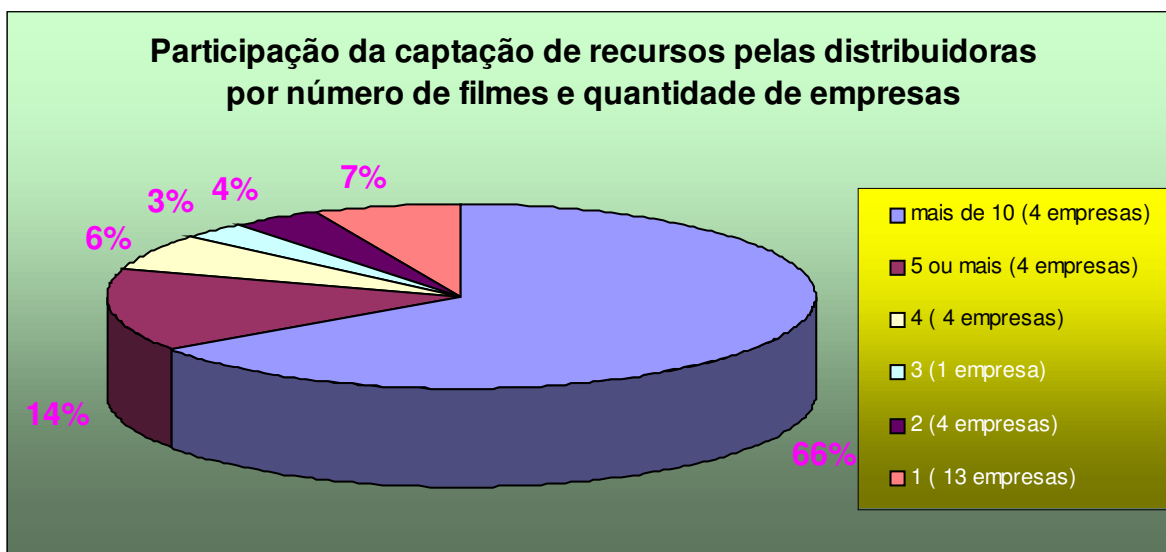
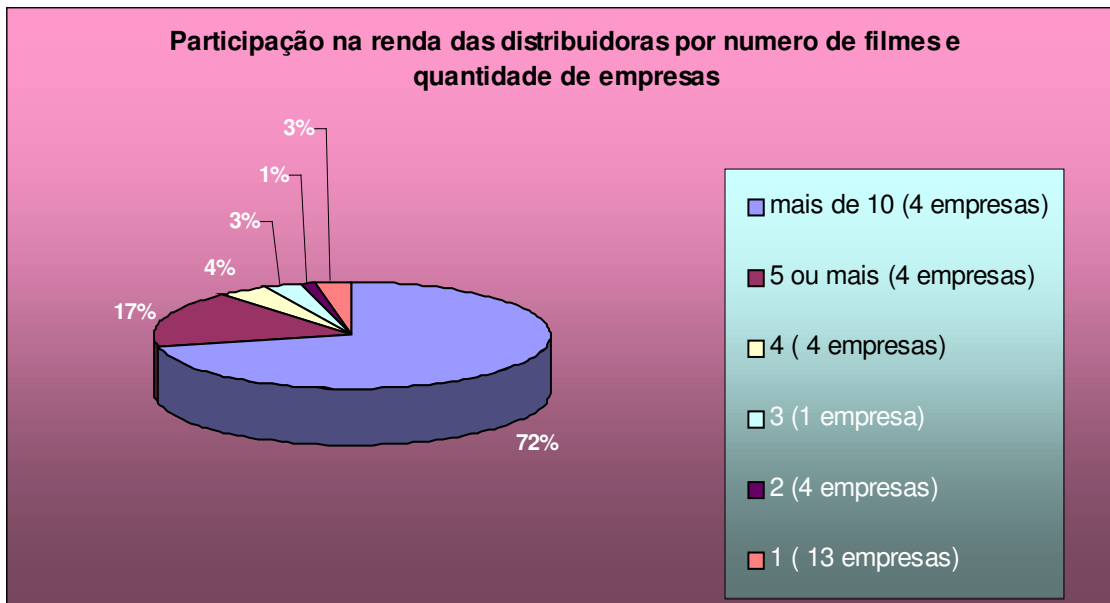


Fonte: Filme B / Ancine

Vemos que a participação por sucesso caiu, melhorando a distribuição da renda no que se refere à participação dos outros filmes em 2003 e 2004. Já o número de sucessos aumentou de 3 (2002) para 6 (2003) e em seguida caiu para 5 (2004). Como, em geral, a renda auferida e o número de sucessos não aumentam proporcionalmente de ano para ano, quando dividimos um pelo outro a participação por sucesso cai e não reflete como esteve distribuída a participação na renda entre sucessos e não sucessos, ou seja, apresenta apenas uma aproximação.

Teríamos, portanto, que aprimorar o indicador, o que não convém diante das complexidades matemáticas.

### 3-4 Análise com relação as distribuidoras



Fonte: Filme B / Ancine

Com relação às distribuidoras, a situação é ainda mais heterogênea.

Em termos de recursos captados, apenas 8 empresas - responsáveis pela distribuição de 5 ou mais filmes cada-, ou seja, 27% do total detêm 80% dos recursos captados, enquanto 22 empresas (que distribuíram no mercado de 1 a 4 filmes no período cada), ou 73% do total, ficaram com apenas 20% dos recursos captados.

O mais alarmante, porém, é que 4 empresas, que representam apenas 13% do total de distribuidoras, captaram 62% dos recursos totais no período, distribuindo 10 ou mais filmes cada. São elas: Columbia, Warner, Lumière e RioFilme.

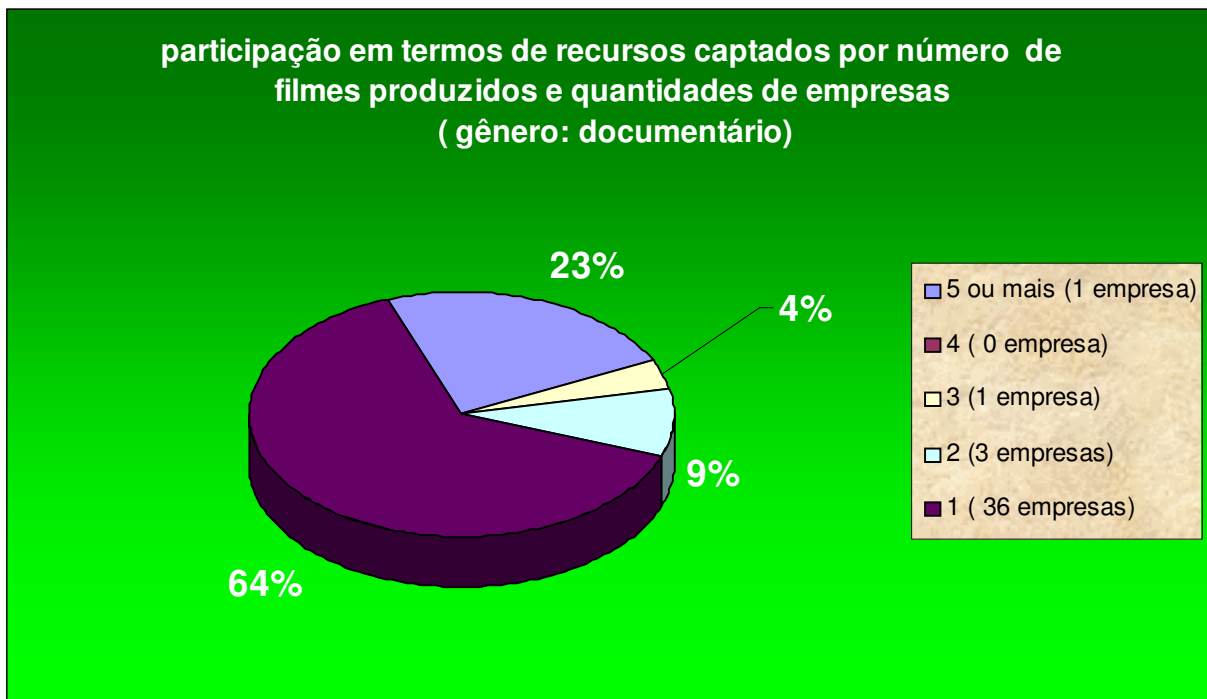
Em termos de renda, a situação é ainda pior. Apenas 8 empresas - responsáveis pela distribuição de 5 ou mais filmes cada -, ou seja, 27% do total, detêm 89% da renda auferida, enquanto 22 empresas - que distribuíram no mercado de 1 a 4 filmes no período cada -, ou seja, 73% do total, ficaram com apenas 11% da renda gerada.

Uma das características ainda mais oligopolizantes e que não se encontra no gráfico é que, em termos de renda auferida, as quatro maiores empresas, ou seja, 13% do total, ficaram com 82% da renda. São elas: Columbia, Warner, Lumière e Fox.

Columbia, Warner e Lumière apresentam-se como as principais distribuidoras, captando 47,5% dos recursos e auferindo 69% da renda.

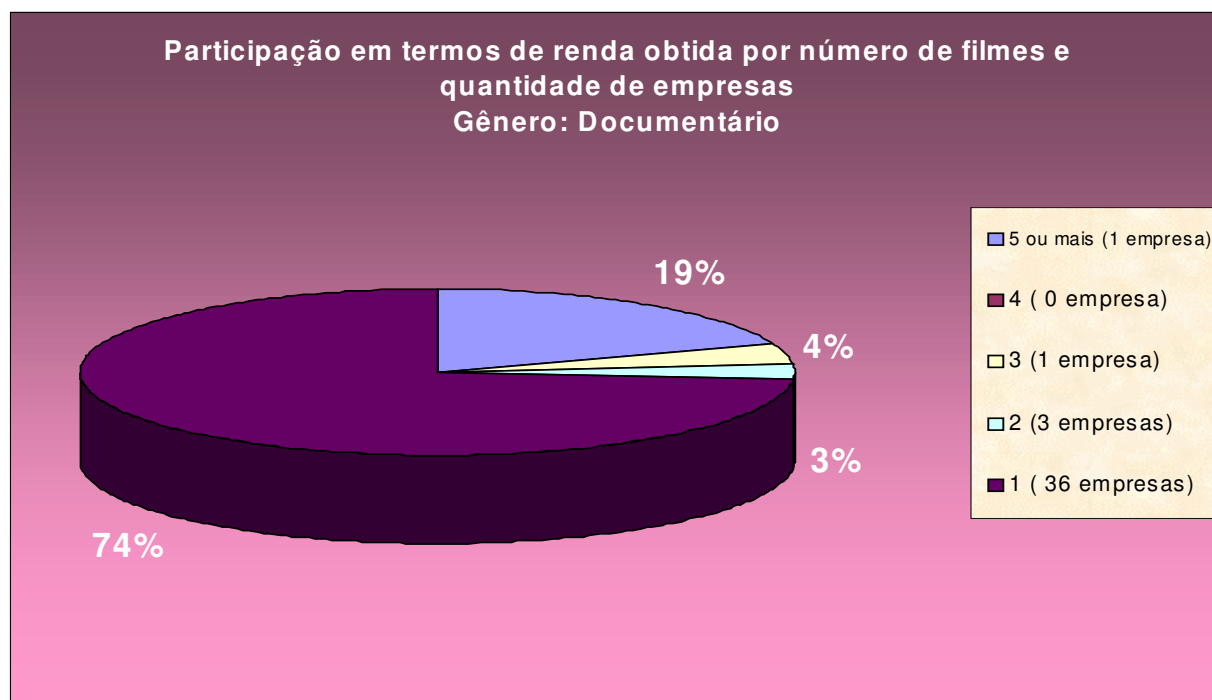
#### 4.- Filmes do gênero documentário:

Os gráficos a seguir se referem a empresas produtoras:



Fonte: Filme B / Ancine

Com relação aos filmes do gênero documentário, o mercado é menos heterogêneo, pois 88% das empresas, ou 36 das 41 produtoras, detêm 64% do mercado. No entanto, a idéia de concentração no segmento se evidencia quando constatamos que apenas uma empresa (VideoFilmes Produções Artísticas LTDA) produziu 7 filmes e teve uma participação de 23% no mercado.



Fonte: Filme B / Ancine

Em termos de renda auferida, a indústria cinematográfica do gênero documentário está ainda menos concentrada, o que significa um bom sinal para o setor. As 36 empresas produtoras de filmes documentários, que representam 80% do total, auferiram uma renda de 74% - ou seja, quase similar em termos percentuais. Ainda há uma grande fatia da renda para a empresa VideoFilmes, mas tal fatia de mercado não é mais tão elevada: 19%.

#### 4.1 Distribuidoras de filmes do gênero documentário

Com relação às distribuidoras de filmes do gênero documentário, a situação é

discrepante. Uma empresa ( RioFilme ) distribuiu 31 filmes , quase 60% do total, captando mais de 6 milhões no período, ou 27% do total. No entanto, auferiu uma renda de apenas 24% dos filmes distribuídos resultando numa baixíssima produtividade.

Renda Total= R\$ 2.198.644,00

Recursos captados=R\$ 6.105.329,20

Produtividade= 0,36

Ou seja, a cada R\$1,00 captado , a empresa RioFilme auferiu R\$ 0,36, ou seja uma produtividade negativa de 63%. Não obstante, a produtividade do setor documentário é também baixíssima : 0,38.

#### **4.2 Produtividade das empresas de filmes do gênero documentário**

As empresas de filmes documentários têm, na sua grande maioria, uma renda inferior aos recursos captados. Somente três distribuidoras apresentaram produtividade positiva: RioFilmeTVzero, PaleoTV e Severiano Ribeiro. Todas elas distribuíram apenas 1 filme: 33, Viva São João e Pelé Eterno, respectivamente.

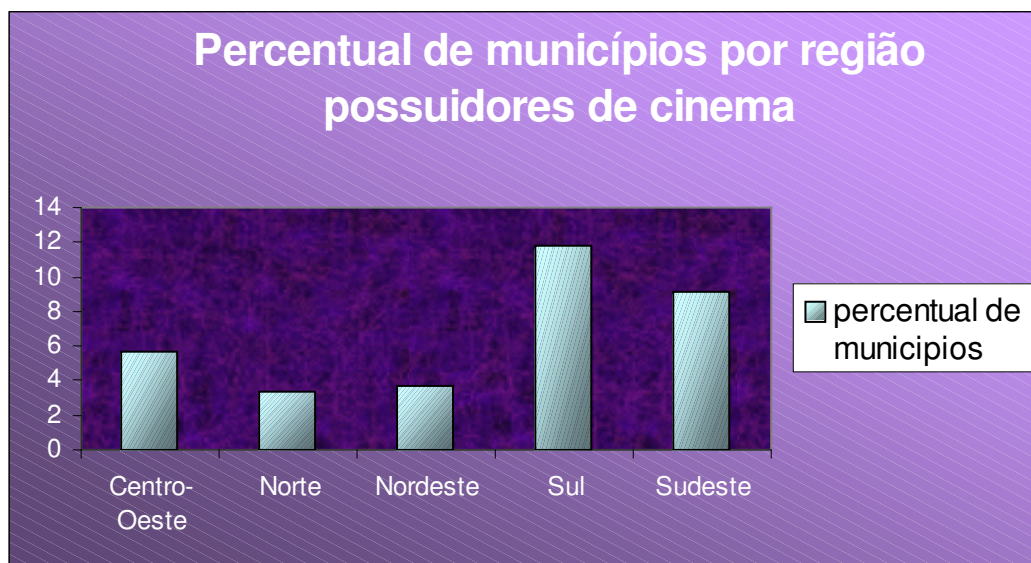
A empresa RioFilme, porém, apesar da baixa produtividade, obteve um grande sucesso: “Edifício Master”, de Eduardo Coutinho, que não captou recursos junto ao governo e auferiu uma renda de R\$ 588.986,00.

### **5- Exibição no Brasil**

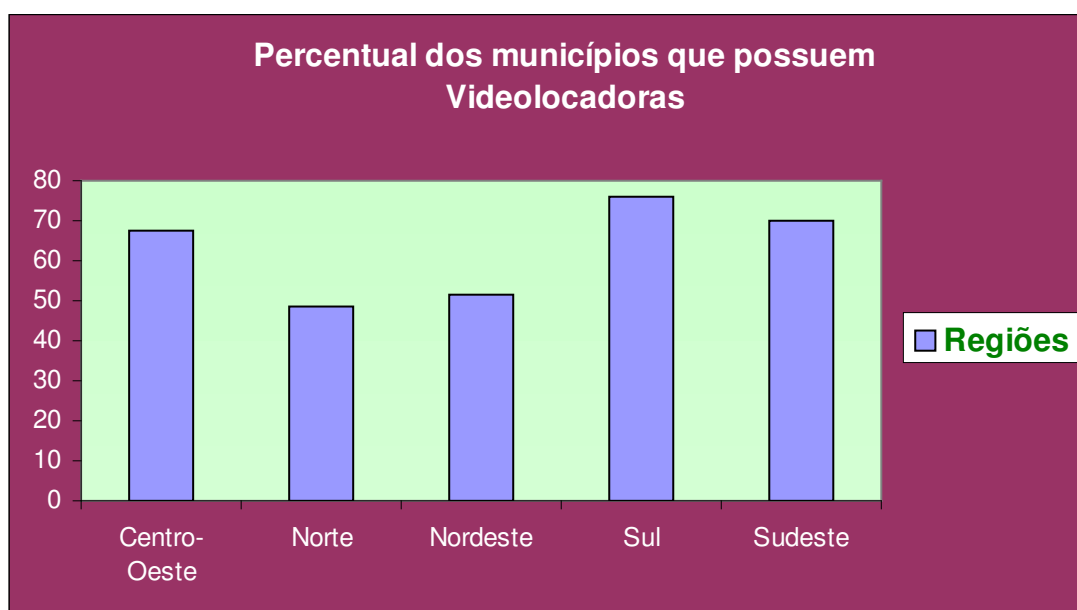
#### **5.1 Equipamentos cinematográficos**

Sobre a presença de equipamentos cinematográficos no país, vemos que a região Sul apresenta o maior percentual: 12% dos municípios da região têm cinema. É seguida pela região Sudeste, com cerca de 9%; Centro-Oeste, onde pouco mais de 5% dos municípios possuem cinemas; Nordeste (3%) e Norte, com aproximadamente

3%.



Fonte: Texto do Ipea ( Frederico Barbosa)



Fonte: Texto do IPEA ( Frederico Barbosa)

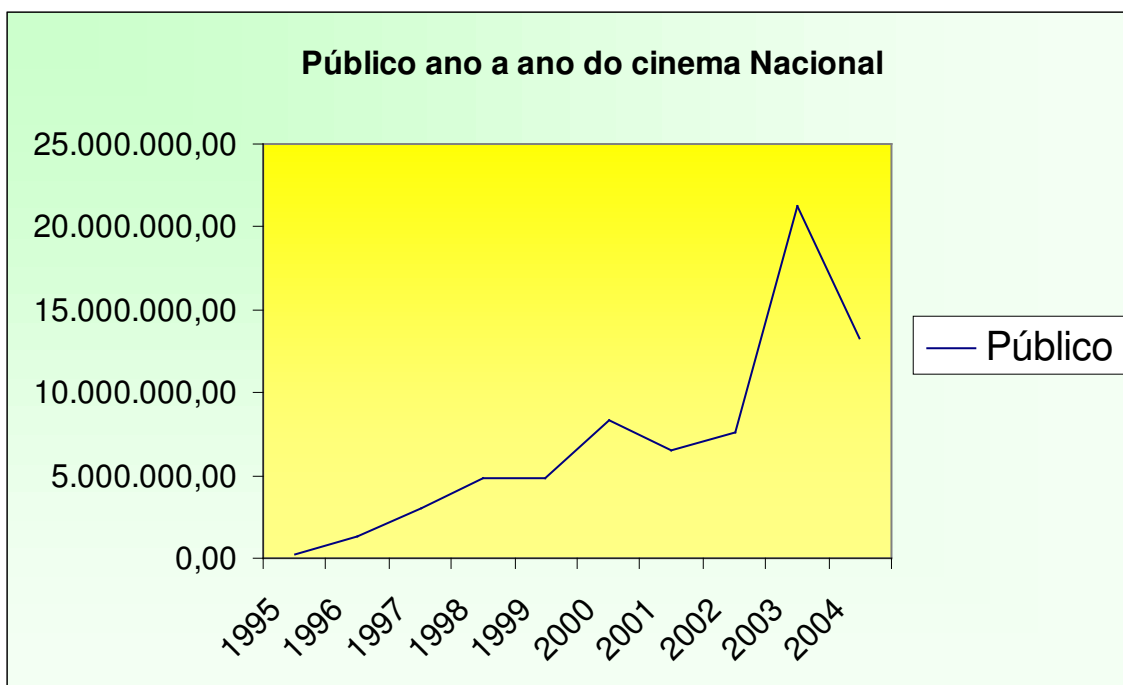
Sobre possuírem ou não videolocadoras, a região Sul apresenta novamente o maior percentual: 76,04% dos municípios dispõem deste tipo de equipamento; em seguida vem o Sudeste, com 69,79%; o Centro-Oeste, com 67,75%; o Nordeste, com 51,73%; e o Norte, com 41,43%.

É interessante observar que o percentual de municípios em relação às

videolocadoras segue a mesma tendência do cinema, ou seja, a região Sul tem o maior percentual de municípios que possuem cinema no Brasil e também o mesmo com relação as videolocadoras. Esta tendência é similar nas outras regiões.

Podemos inferir que o cinema traz ao público o gosto pelo filme, e com o tempo as regiões próximas aos municípios que têm cinema começam a ter contato com a distribuição através de videolocadoras.

É um caso clássico da teoria da demanda efetiva, a demanda “puxando” a oferta.



Fonte: Filme B/ Ancine

O público de filmes nacionais aumentou significativamente de 1995 para 2004. Atingiu seu ápice em 2003, com cerca de 21 milhões de espectadores. Em 2004, o público total caiu para 13 milhões.

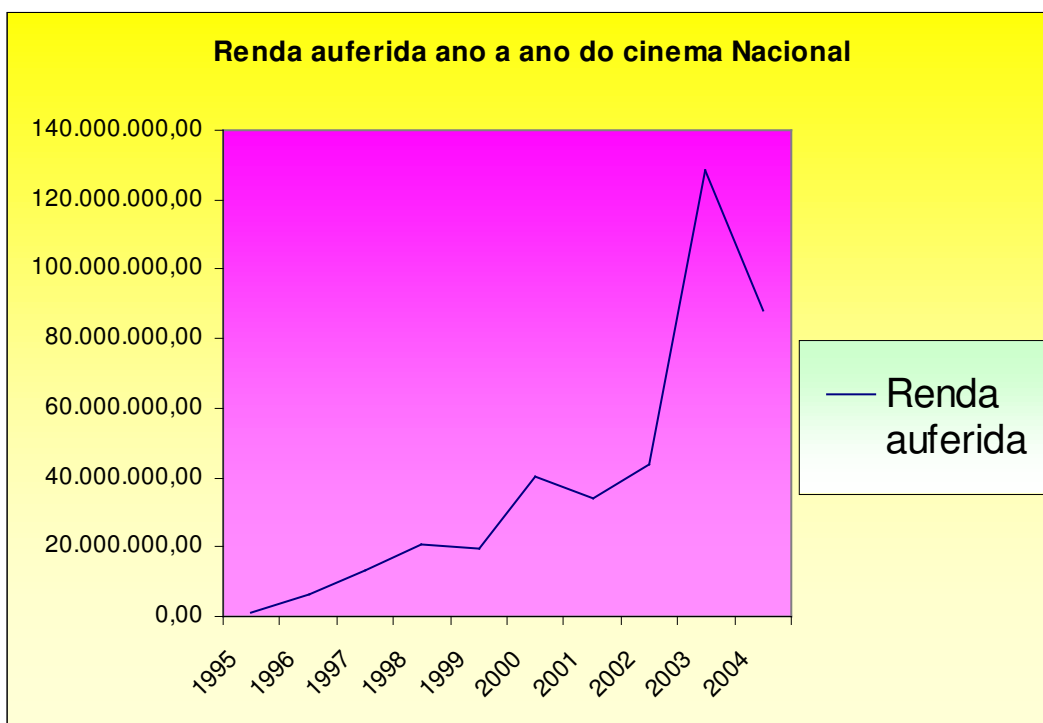
Tendo em vista a forte demanda potencial, a tendência é que o público aumente, mas de forma gradual. Nesse contexto, O ano de 2003 deve ser visto como uma exceção.

A progressão depende de uma série de variáveis, a exemplo a política do

**Governo no que tange ao fomento; a situação das produtoras; a situação da economia como um todo; e a relação do público com o cinema nacional, que ainda não está consolidada - o público ainda se interessa muito mais pelos sucessos cinematográficos estrangeiros, sobretudo os norte-americanos.**

**A renda auferida segue o mesmo comportamento do público, pois este, pagando um preço de ingresso fixo, gera tal renda; ou seja, a renda auferida é igual ao consumo.**

**O gráfico abaixo nos mostra o fato.**



**Com o passar dos anos e com o surgimento das videolocadoras, das TVs por assinatura e com a escassez de tempo do público consumidor, o setor cinematográfico vinculado ao consumo de filmes exibidos diretamente nas salas entrou em declínio.**

**Este fato, entretanto, está sendo revertido pelo surgimento de salas de exibição operadas pelo conceito multiplex.**

**Em 1999, houve um faturamento de 350 milhões de reais, dos quais 50% foram repassados para as distribuidoras de filmes, cuja maior participação cabe às empresas**

Warner, Fox e Columbia.

### Comportamento do mercado de salas de Exibição no Brasil

	1997	1998	1999	2000
<b>Número de Salas</b>	<b>1400</b>	<b>1301</b>	<b>1400</b>	<b>1525</b>
<b>Bilheteria ( milhões de ingressos)</b>	<b>52,5</b>	<b>70,0</b>	<b>70,0</b>	<b>80,0</b>
<b>População ( milhões de pessoas)</b>	<b>163,1</b>	<b>165,1</b>	<b>167,2</b>	<b>169,2</b>
<b>Consumo per capita (ingressos vendidos/população)</b>	<b>0,32</b>	<b>0,42</b>	<b>0,42</b>	<b>0,47</b>

Fontes: Gazeta Mercantil, Baskerville Communications Corp. e Filme B

O número de salas declinou em 1998, mas, a partir de 1999, voltou ao mesmo patamar de 1997, 1400, e subiu para 1525 em 2000.

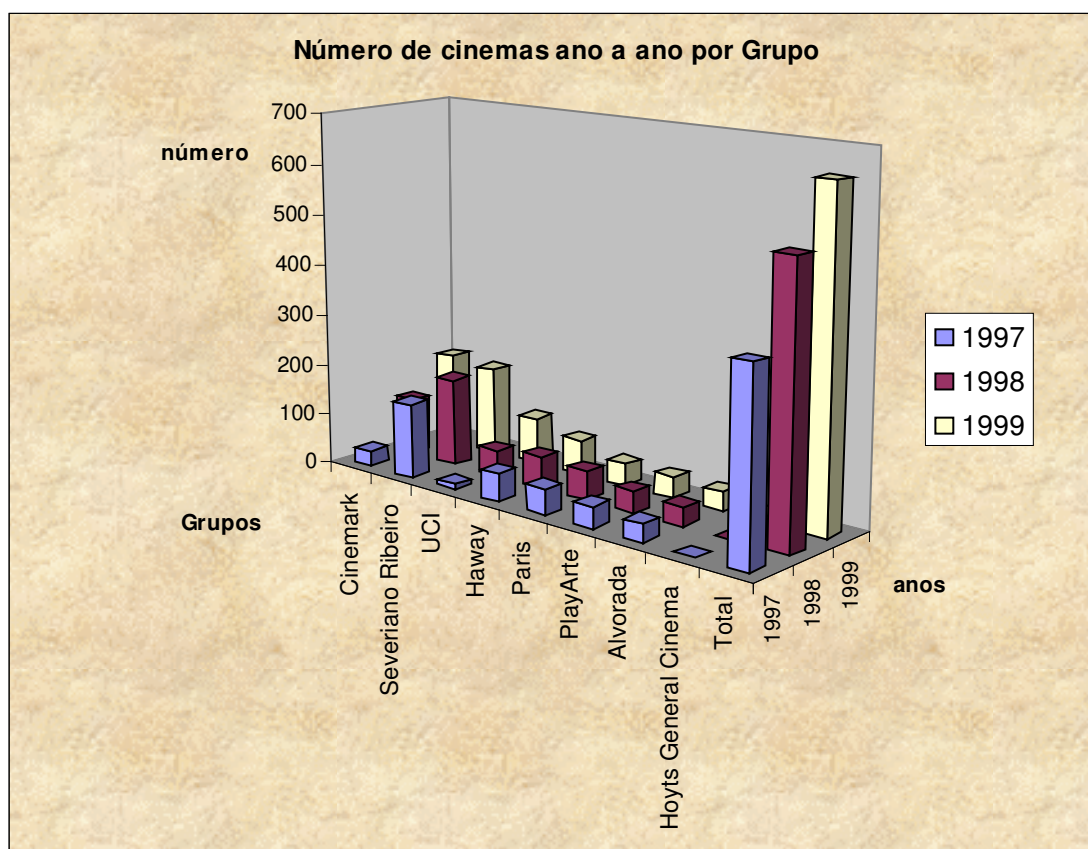
A bilheteria cresceu ano a ano (ela manteve-se estável apenas de 1998 a 1999), chegando ao patamar de 80 milhões de ingressos vendidos em 2000.

A população também cresceu, mas proporcionalmente menos do que o crescimento da venda de ingressos. Desta forma, o consumo de ingresso *per capita* (por habitante) manteve um ritmo de crescimento, à exceção de 1998 e 1999, em que esteve estagnado, chegando a 0,47 em 2000.

### Evolução do número de salas de exibição no Brasil por grupo

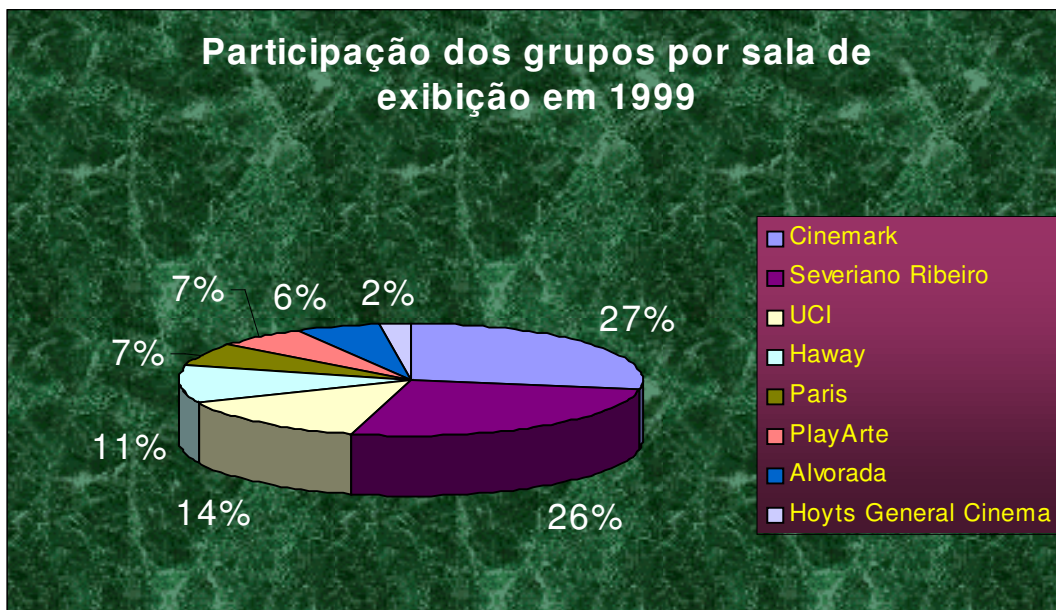
	1997	1998	1999
<b>Cinemark</b>	<b>30</b>	<b>112</b>	<b>180</b>
<b>Severiano Ribeiro</b>	<b>147</b>	<b>172</b>	<b>170</b>
<b>UCI</b>	<b>10</b>	<b>51</b>	<b>90</b>
<b>Haway</b>	<b>55</b>	<b>62</b>	<b>68</b>
<b>Paris</b>	<b>-</b>	<b>57</b>	<b>43</b>
<b>PlayArte</b>	<b>42</b>	<b>42</b>	<b>42</b>
<b>Alvorada</b>	<b>-</b>	<b>37</b>	<b>37</b>

<b>Hoyts General Cinema</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>15</b>
<b>Total</b>	<b>369</b>	<b>533</b>	<b>645</b>



Fonte:BNDES

Ao analisarmos a participação dos grupos ano a ano, percebemos que o Grupo Severiano Ribeiro detinha disparado, em 1997 e 1998, o maior número de salas. Já em 1999, os grupos Cinemark e UCI ( grupos Estrangeiros ) aumentaram sensivelmente o número de salas, sendo que o grupo Cinemark passou a liderar o ranking com o maior número de salas de exibição. A seguir a participação percentual dos grupos em 1999.



Fonte: BNDES

## ANEXO

### *Conceitos estatístico-matemáticos e de economia do cinema para o entendimento do trabalho.*

A produção se refere à quantidade elaborada pelo mercado. No caso da indústria cinematográfica, temos, a cada ano, novos filmes nacionais no circuito. A produção da indústria seria, portanto, a soma de todos os filmes no período de um ano.

O aumento da produção é calculado da seguinte forma: Aumento da produção = (produção no ano x / produção no ano ( x-1) anterior a x)-1 \*100 ou seja:

Se no ano de 1995 foram produzidos 100 filmes e no ano de 2006 foram produzidos 150 filmes, o aumento deverá ser assim calculado: 150 dividido por 100 = 1,5; após 1,5 -1 = 0,5 e mais a frente :  
0,5 vezes 100 = 50%.

Assim o aumento de 1995 para 1996 é de 50%.

Fator importante para a medição da eficiência da indústria cinematográfica nacional é a participação destes filmes ano a ano no circuito, considerando que eles concorrem fortemente com filmes estrangeiros. Quando aumentamos a participação dos filmes brasileiros exibidos no país, temos um indício de que a produção aumentou ( novos filmes foram produzidos ); em economia, no entanto, não nos interessa só este aumento, e sim o quanto estes filmes nacionais estão sendo vistos e exibidos. A participação dos filmes nacionais no circuito é calculada da seguinte forma:

=Filmes nacionais exibidos / Filmes totais exibidos ( nacionais e estrangeiros) \* 100.

Um exemplo:

Se foram exibidos 30 filmes nacionais no ano de 2005, de um total de 350 filmes ( nacionais e estrangeiros), a participação do cinema nacional foi de :  
(30/350) vezes 100 = 8,57 %.

Para verificarmos o quanto esta produção e a eficiência do cinema nacional aumentaram de um ano para o outro, fazemos:

Participação no ano menos a participação no ano anterior. Exemplo:

Se a participação em 2004 foi de 5% e o aumento da participação é de 8,57% (

calculado acima), temos: 8,57% menos 5% ( ano de 2005 menos o ano de 2004) = 3,57%. Este aumento nos mostra em quanto o cinema nacional tem melhorado em termos de produção e eficiência.

Economicamente falando, um aumento da produção implica no aumento de empregos no setor. Vamos criar um indicador, a ser apresentado mais adiante, que nos mostrará o quanto um aumento na produção em um período x pode representar a variação não só de um ano para outro, mas a variação de vários anos.

Em relação ao emprego, aplicam-se os mesmos cálculos utilizados para a produção, mudando-se apenas a variável produção por emprego ( número de empregos.)

Em relação à indústria cinematográfica, temos ainda vários aspectos econômicos a serem definidos. As empresas captam recursos, lançam os filmes no mercado e através da exibição auferem renda. Esta cadeia produtiva será melhor entendida posteriormente. O que nos interessa agora é mostrarmos que nos mesmos moldes anteriores a participação das empresas ou produtoras ou distribuidoras é calculada de forma percentual dividida por segmentos. O total dos segmentos soma os 100%. Exemplificando, temos x segmentos no mercado que podemos definir da forma que quisermos. Neste trabalho, definimos pelo número de filmes que a empresa produziu ou distribuiu:

<b>Produtoras ( filmes produzidos )</b>	<b>Distribuidoras ( filmes distribuídos)</b>
<b>5 ou mais</b>	<b>10 ou mais</b>
<b>4</b>	<b>5 a 9</b>
<b>3</b>	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>3</b>
<b>1</b>	<b>2</b>
	<b>1</b>

Para sabermos qual a participação, por exemplo, das distribuidoras que no período foram responsáveis pela distribuição de 5 a 9 filmes, calculamos o número de empresas deste segmento, exemplificando hipoteticamente 10 empresas. Quanto elas

**captaram neste período ?**

**Somamos as captações destas 10 empresas : digamos que o resultado seria de R\$ 30 milhões. Dividimos pelo valor total da captação de recursos de todas as empresas no período. Digamos que sejam R\$ 150 milhões e calculamos a participação deste segmento no total da seguinte forma: 30 dividido por 150 = 0,2 . Depois multiplicamos por 100 ( 0,2 vezes 100 ) e temos a participação do segmento que distribuiu de 5 a 9 filmes no período igual a 20%.**

**O mesmo raciocínio vale para os outros segmentos. Faremos uma análise primeiramente com as produtoras e posteriormente com as distribuidoras.**

**Em economia, se a indústria é concentrada, ou seja, poucas empresas detêm uma grande participação do mercado, dizemos que o setor é oligopolizado. Se for apenas uma empresa quem detém todo o mercado, temos a presença de monopólio. O ideal são muitas empresas com as participações divididas de forma proporcional; neste caso o setor é de concorrência perfeita.**

**A presença de monopólio ou oligopólio implica uma agência reguladora para resolver tais questões, que no caso da indústria cinematográfica é a Ancine.**

**Com relação também à captação de recursos, estes podem ser feitos por diversos mecanismos: apoiados na Lei do Audiovisual, art 1, art 3, através do Fundo Nacional de Cinema (Funcines), através da Lei Roaunet ,etc.**

**A participação da captação das empresas cinematográficas em cada um dos mecanismos de fomento é calculada com a mesma metodologia que vem sendo usada, por exemplo:**

**Valor captado através do mecanismo / valor total captado no ano ou período vezes 100:**

**Exemplo : No ano de 1998 foram captados R\$ 1 milhão pelo mecanismo da Lei do AudioVisual de um total de R\$ 2 milhões. A participação em 1998 da captação das empresas por parte da Lei do AudioVisual é de (1 / 2 ) vezes 100 = 50%. Assim é feito ano a ano em cada mecanismo.**

## ANEXO

### *Lista de Indicadores*

**Indicador de Participação do Cinema Nacional ( I. P. N).....7**

*Mensura qual o percentual do cinema brasileiro com relação a sua participação na exibição total incluindo filmes nacionais e estrangeiros.*

**Indicador de Impacto do Cinema ( I. I.C.).....8**

*Mensura o quanto o aumento da produção e eficiência do cinema nacional medido pelo I.P.N. reflete na geração de empregos.*

**Indicador de produtividade do Cinema ( I.P.C.).....8**

*Mensura o grau de êxito da produção cinematográfica, com relação a renda auferida e aos recursos captados junto ao governo através dos mecanismos de fomento.*

**Indicador de participação por sucesso.....17**

*Mensura o quanto os sucessos foram determinantes no que tange a renda total, sendo, desta forma, um indicador de eficiência do grau de diversificação da produção.*

## **Bibliografia**

- 1. Revista de economia política de las tecnologías de la información y comunicación- Vol VII, n.1. Ene.- Abr.2005**
- 2. Geografia da indústria do AudioVisual no Brasil – Marta Abrantes ( 2003)**
- 3. cinema que o país merece- depoimento de Carlos Diegues à subcomissão de cinema do Senado Federal – 08/06/2000**
- 4. Textos do IPEA- Frederico Barbosa**
- 5. Site Ancine**
- 6. Panorama atual do Mercado de Salas de cinema no Brasil- William George Lopes Saab e**
- 7. Rodrigo Martins Ribeiro- BNDES Setorial, Rio de Janeiro, n. 12, p.175-194, set. 2000**