

Histórico, fundamentos e legislação específica do audiovisual - Características e funcionamento da indústria cinematográfica e audiovisual

Vinícius Portela



Vinícius Alves Portela Martins

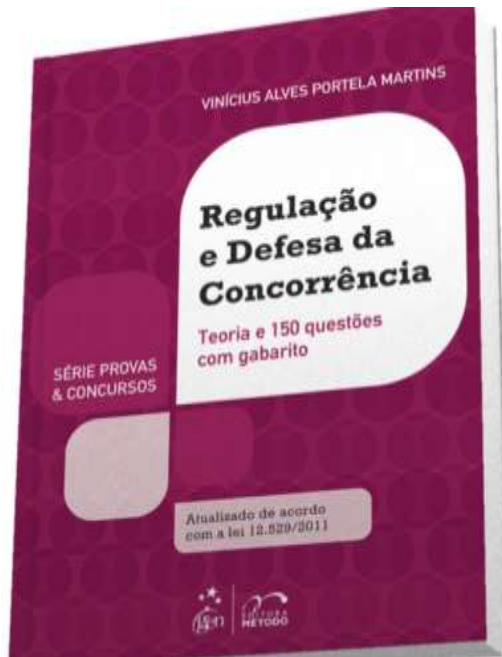
- Especialista em regulação da Ancine;
- Mestrando em direito tributário pela **UERJ – PPGD**;
- Mestre pelo Instituto de economia da **UFRJ (PPED)**-2014
- Pós-graduado em direito público e tributário-**UCAM** – 2011
- Pós-graduado em economia (regulação audiovisual-UFRJ/IE – 2009;
- Pós graduado em administração(gestão estratégica)-**UCAM**-2006
- 3o. colocado no IV Prêmio SEAE - 2009



- Formado em Psicologia – UFF
- Advogado

Vinicius Alves Portela Martins

- Autor dos livros



Diversos artigos de direito tributário em revistas acadêmicas (Rev. Fórum, UERJ, Malheiros, congressos, etc.;

Contato – viniciusmartins.concursos@gmail.com



Bibliografia indicada para o concurso da Ancine

**Guia de incentivo a cultura,
2a. Edição, 2006.**





Bibliografia indicada para o concurso da Ancine –
E.R e A.A

**Incentivos Fiscales para la
Producción y Coproducción
Audiovisual em
Iberoamérica, Canadá y EE.UU, 2009.**



**Film business o negócio do cinema.
Ed Elsevier, 2010.**





Bibliografia indicada para o concurso da Ancine – E.R e A.A

Economia da Cultura. A indústria do entretenimento e audiovisual no Brasil. Ed Saraiva, 2008.



Políticas Públicas e Regulação do Audiovisual. Ed CRV, 2012.





Bibliografia indicada para o concurso da Ancine – E.R e A.A

- **Lei da Ancine Comentada (MP 2.228-1/2001).**
Cine livro, 2012.



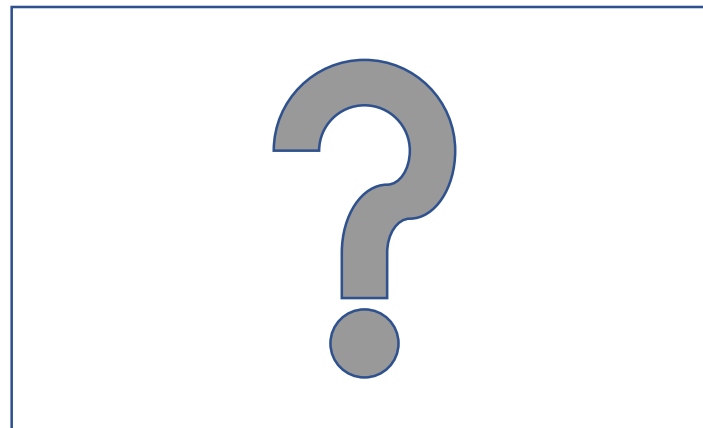


Característica e funcionamento da indústria cinematográfica e audiovisual



O que é o mercado audiovisual?

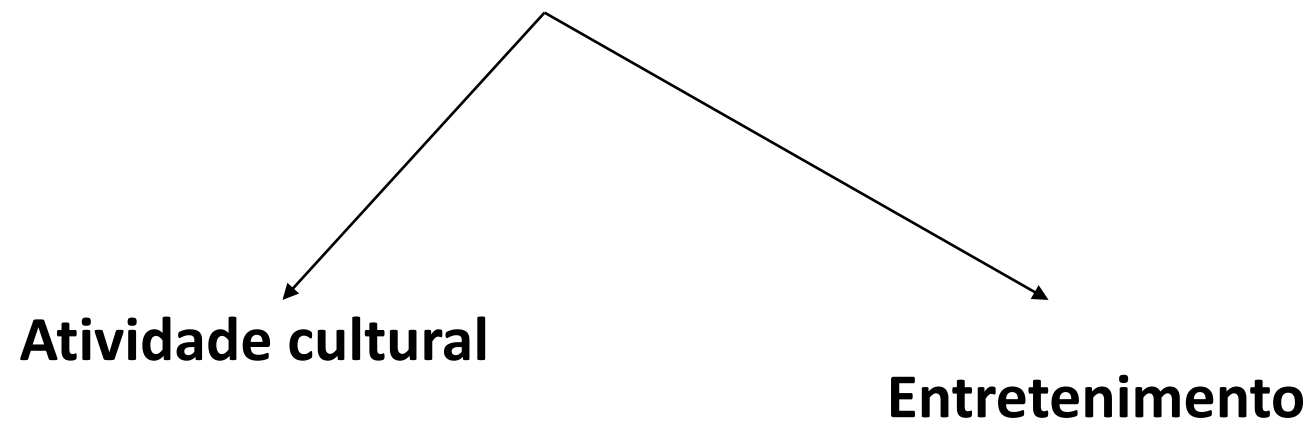
- Mercado de filmes, obras seriadas e programas de TV, novelas, transmissão de eventos (inclusive ao vivo), reality shows, entre outras modalidades;
- Mercado onde são negociados compra e venda de direitos de exibição, adaptação, veiculação, transmissão, etc. de obras audiovisuais;
- Que direitos são esses???





Características do produto audiovisual

- Produtos audiovisuais

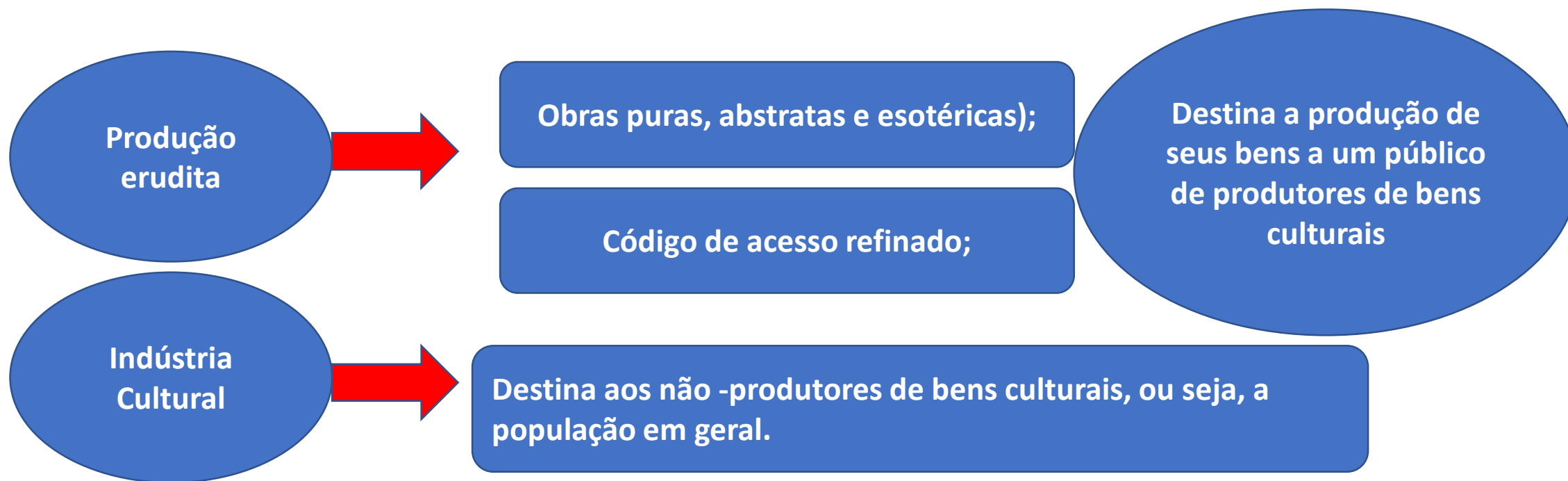


Visão “simbólica” e “econômica”...



Características do produto audiovisual

- Produto audiovisual – Bem simbólico...
- Origem histórica - independência da questão religiosa...
- Bens simbólicos – 2 acepções:





Características do produto audiovisual

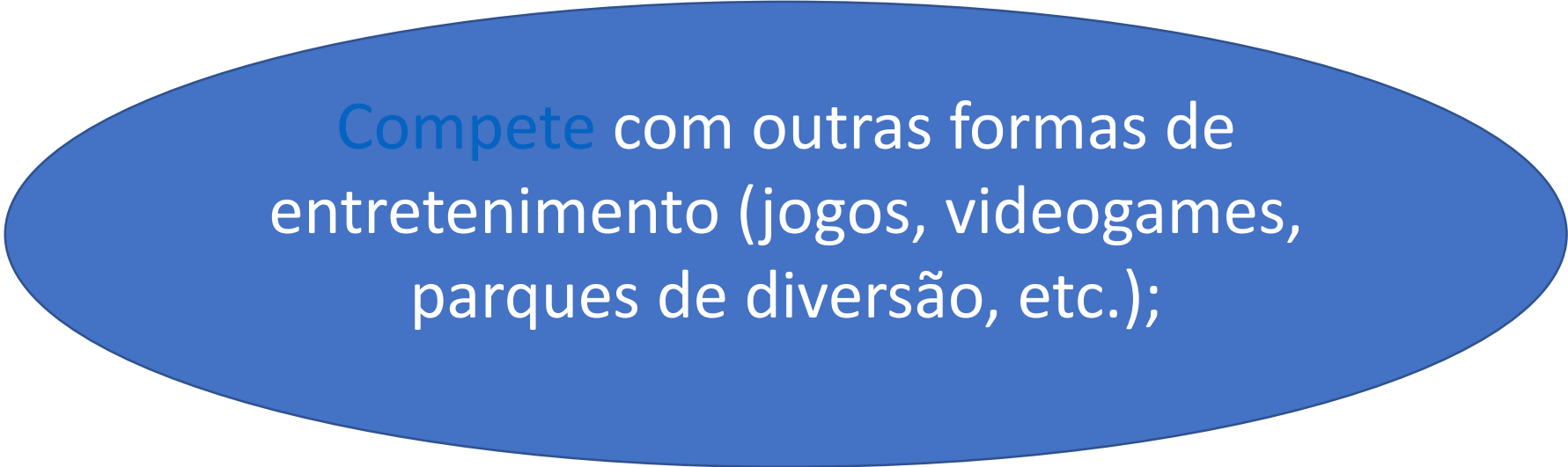
- Atividades culturais – Argumento para uso de mecanismos de fomento para seu desenvolvimento e produção de filmes.
- Visão como atividade cultural, geradora de conhecimento...
- Contra-argumento – Externalidades positivas se dão no consumo e não na produção.
- Exemplo de externalidade positiva:
- Filme Tropa de Elite da Zazen produções e Universal



Características do produto audiovisual



Produto audiovisual visto
como **ENTRETENIMENTO**



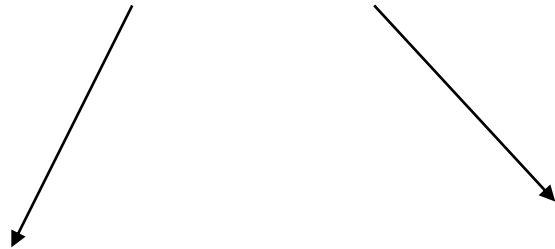
Compete com outras formas de
entretenimento (jogos, videogames,
parques de diversão, etc.);



Outras característica dos produtos audiovisuais e janelas de exibição

Produtos audiovisuais – obras audiovisuais (filmes, séries e programa de tv);

Outras características desses produtos/mercado



Receita dos filmes e programas de TV concentrada no período inicial.

Grande necessidade produtos novos e inovadores



Exemplo



Faturamento...

-1ª semana mais de R\$25 milhões
de reais só no Brasil;
- Total - \$3.528.000,00



Faturamento...

-1ª semana mais de 232 milhões
de dólares;
- Total - \$1.511.757.910



Janelas de exibição (segmentos de mercado)

“Janelas de exibição”

Cinema;



Videodoméstico;



TV paga;



d

Janelas de exibição (segmentos de mercado)

Tv aberta;



Internet;



Celular;



Transportes
etc.)



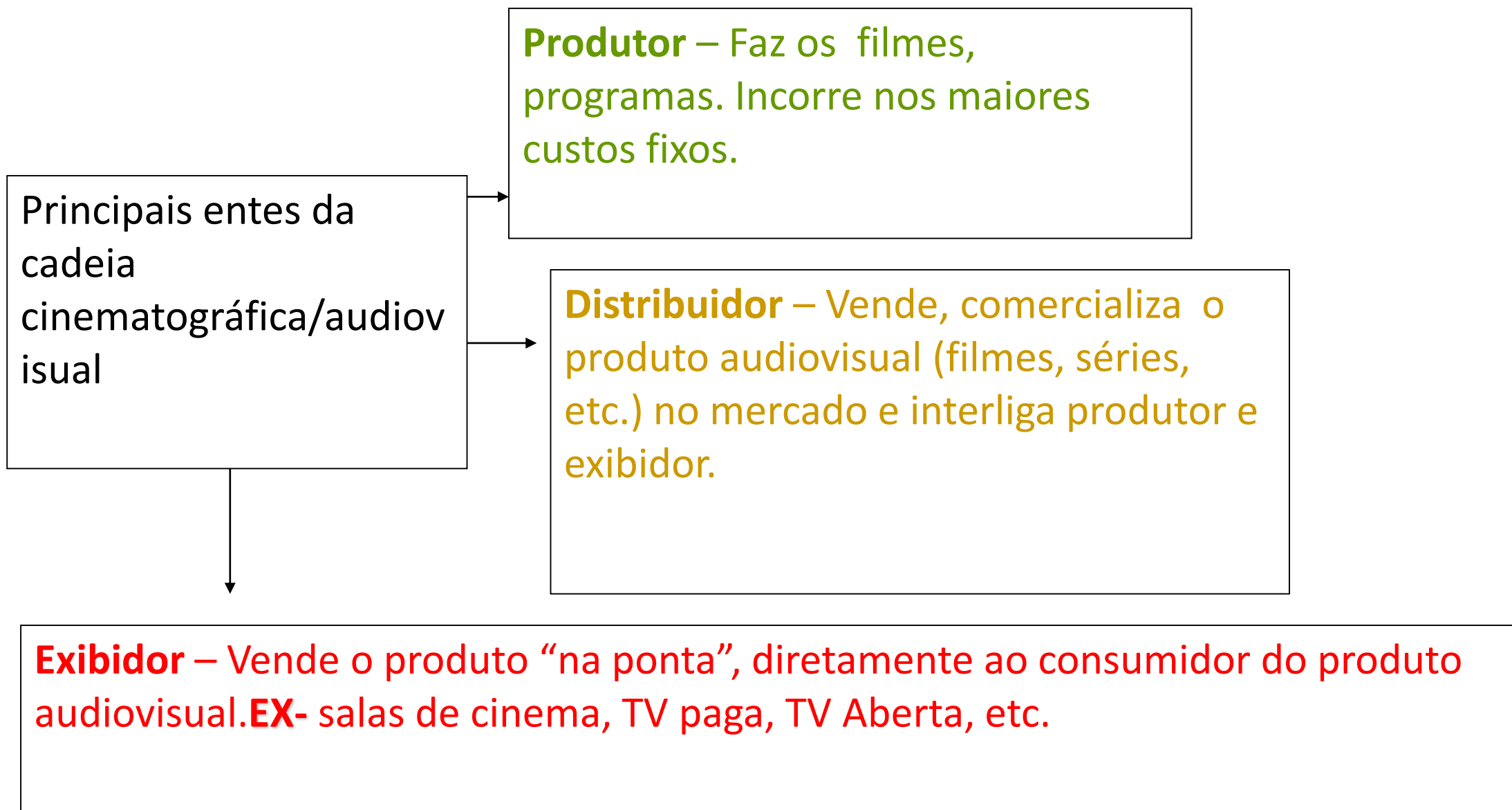


Video on demand





Entes da cadeia produtiva do audiovisual





Entes da cadeia produtiva - distribuidor

- Distribuidor...

Distribuição

```
graph LR; A[Distribuição] --> B[Setor crucial – interligação entre a produção e a exibição.]; A --> C[Altas barreiras à entrada; Oligopólio global – comandado pelos EUA...];
```

Setor crucial – **interligação** entre a **produção** e a **exibição**.

Altas barreiras à entrada;
Oligopólio global –
comandado pelos EUA...



Empresas representantes do oligopólio da distribuição

- As receitas do setor cinematográfico /audiovisual estão concentradas nos seguintes **estúdios** norte-americanos:
- **The Walt Disney Company** (Buena Vista, Touchstone e Hollywood Pictures)



- **Sony Pictures** (Columbia e Tristar)



d Empresas representantes do oligopólio da **distribuição**

- **Paramount (Viacom Inc).**



- **Twentieth Century Fox (News Corp)**



d

Empresas representantes do oligopólio da distribuição

- Warner Bros. (Time Warner Inc).



- Universal (Seagram)





Conglomerados verticalmente integrados

Grupos internacionais

- **Time-Warner** (Warner, Time, Life, People, HBO, cartoon network, CNN, TNT, DC comics, Hannah, Barbera);



- **NEWS CORP** (Fox e Sky);





Conglomerados verticalmente integrados

- **VIACOM** (Paramount, CBS, MTV, Nickelodeon, Dreamworks);



- **Disney** (ABC, Buena Vista, Disney, ESPN, PIXAR, Miramax):



Conglomerados verticalmente integrados

- **SONY** (Columbia, Tristar, MGM, Screen gems, Sony-bmg); Bertelsman (BMG, RTL, Sont bamg); e



- **UNIVERSAL** (NBC, Universal, USA).



d

Fusão AT&T e Time Warner

- Decisão judicial nos EUA;
- 4ª maior já realizada pela indústria global de telecomunicações, mídia e entretenimento



AT&T



TimeWarner



d Outras características dos entes da cadeia produtiva do cinema/audiovisual

- **Distribuição**

- Altas barreiras à entrada;
- Economias de escala e de escopo;
- Alto montante de \$ requerido para manutenção de suas operações;
- Buscam explorar ao máximo ao longo de cada um dos segmentos de mercado...

Estudo sobre concorrência na indústria de cinema

Tabela V – Market Share Distribuidores em Termos de Público (1999-2004)

Distribuidora	1999	2000	2001	2002	2003	2004
WARNER	29,3	22,62	20,5	25,1	19,8	22,2
UIP	20,3	25,63	23,2	11,0	13,3	15,3
FOX*	-	-	11,3	13,2	15,5	18,8
SONY/COLUMBIA/BUENA VISTA	36,67	40,03	24,3	34,4	39,1	32,7
Sub-Total	86,27	88,28	79,3	83,7	87,7	89,0
PLAYARTE	-	-	4,4	4,3	3,1	2,1
EUROPA/MAM	1,7	-	8,1	5,5	3,0	3,2
PANDORA	-	-	-	-	-	-
EBA/LUMIÈRE	7,7	8,31	7,8	6,0	5,6	5,3
RIOFILME	1,0	0,36	0,3	0,2	0,3	0,4
Outros	0,3	0,02	0,1	0,3	0,3	0,0
Total	100	100	100	100	100	100

* = até 2000 com a Warner

Fonte: Elaboração Própria a partir da FilmeB

- <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/2667/CL03%20-%20Jorge%20Fangundes%20e%20Luis%20Schuartz%20-%20Defesa%20da%20concorrenca%20e%20a%20industrial%20do%20cinema%20no%20Brasil.pdf?sequence=1>



Outras características dos entes da cadeia produtiva do cinema/audiovisual

- **Produção**

- Menores barreiras à entrada;
- Grande quantidade de firmas operando;
- Hoje atuam como provedores de conteúdo para os distribuidores.



Outras características dos entes da cadeia produtiva do cinema/audiovisual

• Exibição

- Foco no público/audiência;
- Fortemente competitivo, apesar de relativamente concentrado dentro de cada segmento.
- No Brasil, parque exibidor (segmento de cinema/salas de exibição) em expansão, mas insuficiente para os novos desafios.

Ano	Salas
1971	2.154
1972	2.648
1973	2.690
1974	2.676
1975	3.276
1976	3.161
1977	3.156
1978	2.973
1979	2.937
1980	2.365

Ano	Salas
1981	2.244
1982	1.988
1983	1.736
1984	1.553
1985	1.428
1986	1.372
1987	1.399
1988	1.423
1989	1.520
1990	1.488
1991	1.511

Ano	Salas
1992	1.400
1993	1.250
1994	1.289
1995	1.033
1996	1.365
1997	1.075
1998	1.300
1999	1.350
2000	1.480
2001	1.620
2002	1.635

Ano	Salas
2003	1.817
2004	1.997
2005	2.045
2006*	2.095
2007	2.160
2008	2.278
2009	2.110
2010	2.206
2011	2.352



	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Público	112.670.935	134.836.791	143.206.574	146.598.376	149.518.269	155.612.992	173.022.827	184.327.360	181.226.407
Renda (R\$)	969.796.083,34	1.260.373.852,47	1.449.997.621,20	1.614.022.222,83	1.753.200.571,83	1.955.943.572,99	2.351.590.807,48	2.599.327.627,64	2.717.664.734,65
Titulos Lançados	317	303	337	326	397	393	455	458	463
Preço Médio do Ingresso (R\$)	8,61	9,35	10,13	11,01	11,73	12,57	13,59	14,10	15,00
Salas de Exibição	2.110	2.206	2.352	2.517	2.678	2.833	3.005	3.160	3.223
Público dos Titulos Brasileiros	16.075.429	25.687.438	17.687.772	15.654.862	27.789.804	19.060.705	22.500.563	30.413.839	17.358.513
Renda dos Titulos Brasileiros (R\$)	131.923.170,45	225.958.090,35	161.487.064,41	158.105.660,79	297.072.056,07	221.887.005,60	277.813.274,29	362.780.504,93	240.767.677,76
Titulos Brasileiros Lançados	84	74	100	83	129	114	133	142	160
Participação de Público dos Filmes Brasileiros	14,3%	19,1%	12,4%	10,7%	18,6%	12,2%	13,0%	16,5%	9,6%



Estratégias das empresas do audiovisual

- Conceito de estratégia....
- <http://www.youtube.com/watch?v=RM2dzUT2qY4>
- A estratégia da empresa consiste do conjunto de mudanças competitivas e abordagens comerciais que visam o melhor desempenho da empresa.
- A estratégia pode ser definida como o conjunto de objetivos, finalidades, metas, diretrizes fundamentais e os planos para atingir os objetivos, postulados de forma a definir em que situação a organização se encontra, que tipo de organização se encontra, que tipo de organização ela é ou deseja ser.
- Estratégias da indústria;
- Estratégia de firmas do audiovisual na negociação de conteúdos...



Estratégias da indústria do cinema e do audiovisual

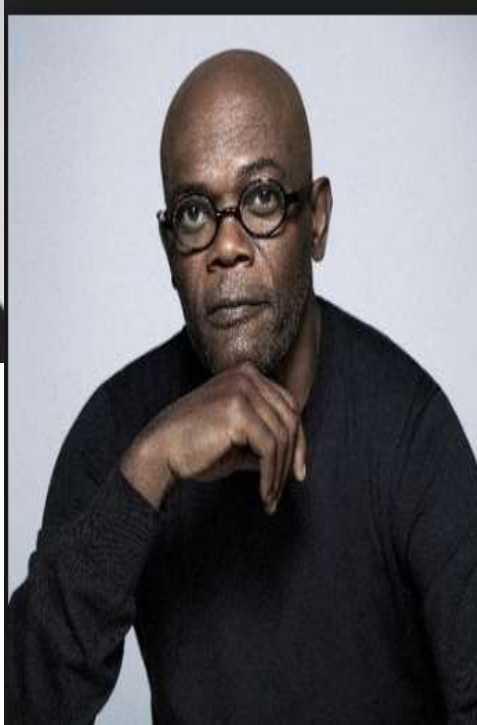
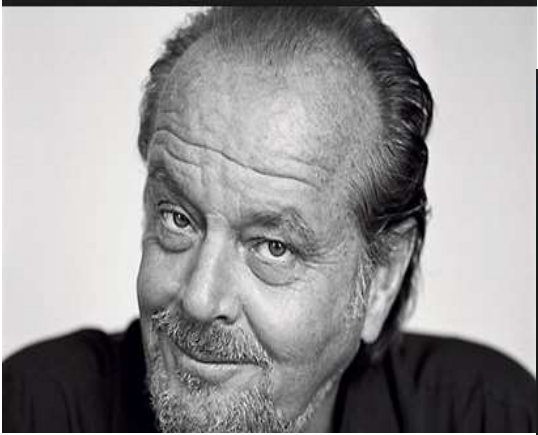
- Integração vertical: produção exibição e distribuição;
- Objetivo – Redução do risco da atividade e da incerteza da demanda;



d Estratégias para redução dos riscos da atividade- indústria

- **Outras estratégias para redução dos riscos da atividade:**

- **-Star system;**





Estratégias para redução dos riscos da atividade-indústria

- -Utilização de sequências de produtos de sucessos;



Vingadores:
Guerra Infinita
2018



Vingadores:
Era de Ultron
2015



Os
Vingadores: ...
2012



Capitão
América: Gu...
2016



Thor:
Ragnarok
2017



Homem-
Aranha: De ...
2017



Capitão
América 2: ...
2014



Capitão
América: O ...
2011



d Estratégias para redução dos riscos da atividade- indústria

- **BlockBusters;**





Estratégias para redução dos riscos da atividade-indústria

- Windowing





Estratégias para redução dos riscos da atividade-indústria

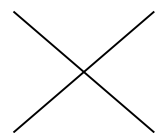
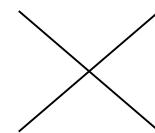
- **-Co-prod internacionais;**
- Ex: produtora brasileira com produtora francesa
- **-Identificação da estratégia de lançamento;**

Ex: Copa do mundo X lançamento de filme

Olimpíadas X lançamento de filme

d

Exemplo de Identificação da estratégia de lançamento





Estratégias para redução dos riscos da atividade - indústria

- *Trailers*
- “Forma de aguçar a demanda...”

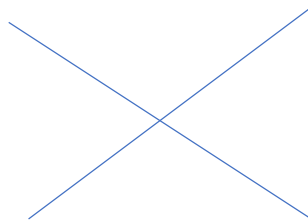


- <https://www.youtube.com/watch?v=7fl3n5--dQY>



Estratégia individuais das firmas na concorrência entre empresas – foco conteúdo

- Estratégias de programação e das firmas de uma forma geral na competição dentro do mercado.
- “**Exclusive dealing**” - Contratos de exclusividade
- Segunda a lei americana – Sherman ACT , não é um ilícito *per se* or presumptively illegal...(Sherman Act, [15 U.S.C. §§ 1-7](#), or the Clayton Act, [15 U.S.C. §§ 12-27](#)); Lei 12.529/2011
- Estratégias que afeta a concorrência no setor audiovisual (+ oi -).
- A Análise de legalidade desses atos deverá ser feita no caso *in concreto*;



Estratégias das empresas consideradas como anti-competitivas

Estratégias consideradas como condutas anti-competitivas que potencializam as **economias de escala**:

- - “**Blind-bidding**” - Arrendamento de filmes em pacotes fechados que não permitiam a escolha de filmes.
- - “**Block-booking**” - Arrendamento de filmes ainda não disponíveis para exibição em pacotes inteiros, casados com outros grandes sucessos requeridos pelos exibidores.



Classificação indicativa

- É uma informação prestada às famílias sobre a faixa etária para a qual obras audiovisuais não se recomendam.
- São classificados produtos para televisão, mercado de cinema e vídeo, jogos e
- Pais e responsáveis assistam e conversem com os filhos sobre os conteúdos e temas abordados na mídia. eletrônicos, aplicativos e jogos de interpretação (RPG).



Plano de diretrizes e metas do audiovisual

- O Plano de Diretrizes e Metas para o Audiovisual é uma iniciativa pioneira do Conselho Superior do Cinema dirigida ao macroplanejamento do mercado de conteúdos audiovisuais em seus diversos segmentos e atividades, abrangendo aspectos regulatórios, de desenvolvimento e organização dos agentes públicos e privados;
- O principal objetivo do processo foi fixar cenários em relação à evolução do mercado de conteúdos e estratégias para o seu desenvolvimento que constituam referências para a ação individual e coletiva dos agentes econômicos



Sistema Brasileiro de TV digital

- **SBTVD**, sigla para **Sistema Brasileiro de Televisão Digital** (conhecido também como **ISDB-Tb**), é um padrão técnico para teledifusão digital, criado no Brasil em parceria com o Governo Federal do Japão – decreto
- O programa do Sistema Brasileiro de Televisão Digital (SBTVD) - foi lançado em 26 de novembro de 2003 pelo decreto presidencial No. 4.901, com o objetivo de criar um modelo de referência para TV digital terrestre no Brasil.
- Decreto 5.806/2006 - definiu o plano e as regras de implantação para TV digital no Brasil, afirmando que em sete anos todo o território brasileiro deve estar coberto pelo sinal de TV digital e que em 10 anos (ou seja, em 2016) toda transmissão de TV deve ser digital e a faixa de frequências utilizada para TV analógica deve ser devolvida à União



TV publica e TV comunitária

- **TV Brasil** é uma rede de televisão pública brasileira pertencente à Empresa Brasil de Comunicação;
- o Governo Michel Temer, o regimento da EBC foi alterado através da Medida Provisória nº 744 de 1 de setembro de 2016, transformando a emissora em uma empresa estritamente estatal, subordinação ao governo - o fim de seu Conselho Curador;
- **TV comunitária**
- Seu modelo de negócio ou operação é voltado para a produção de conteúdo audiovisual com características não comerciais ou mercadológicas, apesar de possuir formato de veículo comercial em sua estrutura de funcionamento com programação, intervalos e espaços para veiculação publicitária de interesse público.
- Transmitem pelo sistema UHF (Ultra High Frequency). São “repetidoras não simultâneas” de televisões educativas. Funcionam em nível local . Elas retransmitem parte da programação de alguma Televisão Educativa, mediante convênio



Classificação Indicativa



Classificação indicativa

- É uma informação prestada às famílias sobre a faixa etária para a qual obras audiovisuais não se recomendam.
- São classificados produtos para televisão, mercado de cinema e vídeo, jogos e
- Pais e responsáveis assistam e conversem com os filhos sobre os conteúdos e temas abordados na mídia eletrônica, aplicativos e jogos de interpretação (RPG).



Plano de diretrizes e metas do audiovisual

- O Plano de Diretrizes e Metas para o Audiovisual é uma iniciativa pioneira do Conselho Superior do Cinema dirigida ao macroplanejamento do mercado de conteúdos audiovisuais em seus diversos segmentos e atividades, abrangendo aspectos regulatórios, de desenvolvimento e organização dos agentes públicos e privados;
- O principal objetivo do processo foi fixar cenários em relação à evolução do mercado de conteúdos e estratégias para o seu desenvolvimento que constituam referências para a ação individual e coletiva dos agentes econômicos

 **d /concursos**