

**FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS**  
**ESCOLA BRASILEIRA DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E DE EMPRESAS**

**FELIPE CALDEIRA MARRON DA ROCHA**

**POLÍTICA CULTURAL AUDIOVISUAL SOB O PRISMA DO MECANISMO DE  
INVESTIMENTO REEMBOLSÁVEL DA RIOFILME**

**RIO DE JANEIRO**

**2015**

**FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS**  
**ESCOLA BRASILEIRA DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E DE EMPRESAS**

**FELIPE CALDEIRA MARRON DA ROCHA**

**POLÍTICA CULTURAL AUDIOVISUAL SOB O PRISMA DO MECANISMO DE**  
**INVESTIMENTO REEMBOLSÁVEL DA RIOFILME**

Dissertação apresentada à Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas da Fundação Getúlio Vargas para a obtenção do título de Mestre em Administração Pública.

**Orientador:** Prof. Dr. Roberto Pimenta

**RIO DE JANEIRO**

**2015**

Rocha, Felipe Caldeira Marron da

Política cultural audiovisual sob o prisma do mecanismo de investimento reembolsável da RioFilme / Felipe Caldeira Marron da Rocha. – 2015.

37 f.

Dissertação (mestrado) - Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, Centro de Formação Acadêmica e Pesquisa.

Orientador: Roberto Pimenta.

Inclui bibliografia.

1. Administração pública - Rio de Janeiro (RJ). 2. Finanças públicas - Rio de Janeiro (RJ). 3. Investimentos. 4. Política e cultura. 5. RioFilme. I. Pimenta, Roberto da Costa. II. Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas. Centro de Formação Acadêmica e Pesquisa. III. Título.

CDD – 351

**FELIPE CALDEIRA MARRON DA ROCHA**

**POLÍTICA CULTURAL AUDIOVISUAL SOB O PRISMA DO MECANISMO  
DE INVESTIMENTO REEMBOLSÁVEL DA RIOFILME.**

Trabalho Final de Curso apresentado ao Curso de Mestrado Profissional em Administração Pública da Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas para obtenção do grau de Mestre em Administração Pública.

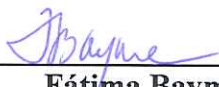
Data da defesa: 21/12/2015

Aprovada em:

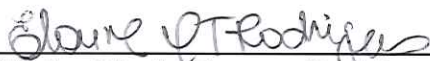
**ASSINATURA DOS MEMBROS DA BANCA EXAMINADORA**

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'RCP', is positioned above a horizontal line.

**Roberto da Costa Pimenta**  
Orientador (a)

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Bayma', is positioned above a horizontal line.

**Fátima Bayma de Oliveira**

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Elaine Maria Tavares Rodrigues', is positioned above a horizontal line.

**Elaine Maria Tavares Rodrigues**

*“Com o tempo, todos os finais tristes se tornam alegres. O final triste é só para o autor parar de contar a história. Mas ela continua. Só não é contada”.*

Do Filme **Uma Vida Comum (Still Life)**

## RESUMO

O presente trabalho busca analisar o resultado da restituição das receitas investidas nos projetos audiovisuais pela empresa RioFilme, no período de 2009 a 2013, por meio do mecanismo de investimento reembolsável, visando identificar a possibilidade de retroalimentação para novos investimentos. A RioFilme, que é uma empresa pública de investimentos em audiovisual da Prefeitura do Rio de Janeiro, realiza investimentos reembolsáveis, nos quais adquire participação nas receitas dos projetos; e não reembolsáveis, em que não há possibilidade restituição financeira para a empresa. Para a operacionalização da pesquisa foi realizada a análise documental de 79 processos administrativos e extraídos dados dos investimentos financeiros realizados RioFilme no setor audiovisual carioca no período de 2009 a 2013. O setor audiovisual brasileiro possui grande intervenção governamental, seja ela de forma direta, como também indireta, através das leis de incentivo à cultura, que utilizam a renúncia fiscal. Este modelo não traz restituição direta para o ente estatal, e consequentemente não possibilita a retroalimentação financeira do Estado para novos investimentos. Desta forma, a análise dos modelos alternativos de financiamento do setor audiovisual, como o mecanismo reembolsável utilizado pela RioFilme é de suma importância para a política cultural audiovisual brasileira, tendo em vista que neste modelo de investimento utilizado pela mesma há possibilidade de restituição financeira direta, possibilitando sua retroalimentação para investimentos em novas obras audiovisuais.

**Palavras-chave:** Investimentos Reembolsáveis; Políticas Culturais; Mercado Audiovisual; RioFilme.

## **ABSTRACT**

This study seeks to analyze the result of invested revenue restitution in audiovisual projects, performed by RioFilme from 2009 to 2013, through repayable investments mechanisms, to identify the possibility of self-supportable financial for new investments.. RioFilme, an audiovisual state-owned company of Rio de Janeiro's City Hall, provides repayable investments and acquires participation in the revenue generated by the projects, and non-refundable investments, in which there is no possibility of financial returns to the company. To the research viability, were executed documental reviews from 79 administrative processes and also extracted data from financial investments by RioFilme, in Rio's audiovisual sector from 2009 to 2013. Currently, the brazilian audiovisual industry has a massive government interference, whether directly, or indirectly, through the laws encouraging culture, which use fiscal waiver. This type of investment, does not bring directly restitution to a public entity, and, consequently, does not allow a self-supportable financial to the state for new investments. In this way, analyzing of alternative models of funding to the audiovisual sector, such as the refundable model used by RioFilme, is primarily important to brazilian cultural and audiovisual policies, considering this investment model, used by RioFilme, there is a possibility of directly financial returns, allowing the self-supportable financial for news audiovisual projects.

**Key-words:** Refundable investments; Cultural Policies; Audiovisual Market; RioFilme.

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>9</b>
<b>2. REFERENCIAL TEÓRICO.....</b>	<b>12</b>
2.1. PANORAMA HISTÓRICO DO SETOR AUDIOVISUAL BRASILEIRO .....	12
2.2. POLÍTICA CULTURAL.....	13
2.3. FINANCIAMENTO DA CULTURA .....	15
<b>3. CONTEXTO DE ESTUDO.....</b>	<b>21</b>
3.1. AS POLÍTICAS CULTURAIS NA RIOFILME.....	22
3.2. OS MODELOS DE INVESTIMENTO REEMBOLSÁVEIS DA RIOFILME .....	23
<b>4. ESTRATÉGIA METODOLÓGICA E DELIMITAÇÃO DA PESQUISA.....</b>	<b>25</b>
<b>5. ANÁLISE DOS DADOS DOS INVESTIMENTOS REEMBOLSÁVEIS DA RIOFILME.....</b>	<b>27</b>
5.1. ANÁLISE DO INVESTIMENTO VERSUS RESTITUIÇÃO .....	27
5.2. ANÁLISE DO GÊNERO DAS OBRAS AUDIOVISUAIS INVESTIDAS .....	30
<b>6. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>33</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>35</b>

## **LISTA DE SIGLAS**

**ANCINE** – Agência Nacional do Cinema

**CCPC** - Comissão Carioca de Promoção Cultural

**CI** - Certificados de Investimentos

**CSSL** – Contribuição Social sobre o Lucro Líquido

**CVM** – Comissão de Valores Mobiliários

**ICMS** – Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação

**IRPF** – Imposto de Renda Pessoa Física

**IRPJ** – Imposto de Renda Pessoa Jurídica

**ISS** – Imposto sobre Serviços

**OMC** – Organização Mundial do Comércio

**PIB** – Produto Interno Bruto

## 1. INTRODUÇÃO

O Art. 215 da Constituição da República Federativa do Brasil dispõe que “O Estado garantirá a todos o pleno exercício dos direitos culturais e acesso às fontes da cultura nacional, e apoiará e incentivará a valorização e a difusão das manifestações culturais”.

Desta forma, as políticas culturais em nosso país estão asseguradas, mas tais políticas sofrem restrições que limitam sua abrangência e acesso.

Sarcovas (2005) esclarece que as políticas culturais de investimentos necessitam da junção de várias esferas, como a do Estado, detentor da função de fomentar a criação intelectual e artística, bem como o compartilhamento do conhecimento, pilares do progresso da sociedade; a evolução do incremento social privado, do incentivo e patrocínio das atividades artísticas e culturais, através do qual cidadãos e instituições privadas posicionam-se como agentes de modificação social. Em nosso país, houve uma subversão da lógica de incentivo à cultura e à arte, pois tal apoio emergiu de bases de dedução fiscal, dificultando e inibindo seu crescimento, além de confundir a opinião popular.

A intervenção estatal tem o papel de suprir a carência do setor audiovisual brasileiro, pois não há grande interesse de investimento do setor privado, efetuando o Estado uma intervenção direta, com financiamento público, e também de forma indireta, através das leis de incentivo à cultura.

Desta forma, com o objetivo de colaborar com os debates acadêmicos e com a construção de modelos de implementação de políticas culturais para o setor audiovisual mais eficazes, o presente trabalho busca responder a seguinte questão no contexto brasileiro: é possível restituição financeira direta nas políticas culturais do setor audiovisual por meio do mecanismo de investimento reembolsável?

O objetivo geral da pesquisa foi analisar o resultado da restituição das receitas investidas nas obras audiovisuais pela empresa RioFilme, no período de 2009 a 2013, por meio do mecanismo de investimento reembolsável, visando identificar a possibilidade de retroalimentação para novos investimentos.

Os objetivos intermediários da pesquisa são:

- ✓ Identificar os principais modelos de investimento no mercado audiovisual brasileiro;
- ✓ Descrever os modelos de investimentos utilizados pela RioFilme no segmento reembolsável;
- ✓ Analisar a ocorrência de geração ou não de receita nos investimentos reembolsáveis realizados pela RioFilme no setor audiovisual carioca.

A política pública cultural brasileira utiliza-se principalmente de leis de incentivo à cultura através da renúncia fiscal, onde empresas privadas patrocinam projetos selecionados pelo governo.

A RioFilme atuava, até 2013, de forma pioneira no Brasil através do mecanismo de investimento reembolsável, principalmente no reembolsável meritocrático, modelo este que tem como base o sistema francês de financiamento de obras audiovisuais.

Na década de 90 e anteriores, houve uma redução significativa de investimentos no setor audiovisual, provocando danos ao mesmo, e com os investimentos reembolsáveis há uma expectativa de restituição do investimento, propiciando a retroalimentação financeira para reinvestimentos no próprio setor.

Para Saravia (1999) uma política pública consiste em um agrupamento explícito e coerente com escopo determinado, almejados por um grupo e executado por uma autoridade. Toda política pública encontra-se interligada em um complexo de ações de cunho governamental e contribui setorialmente na busca do bem estar comum. Assim, quanto mais escassos forem os recursos, mais rigorosa é a observância quanto às prioridades a serem seguidas, constituindo-se em um verdadeiro sistemas de balanceamento acerca das prioridades e assuntos de maior relevo nos segmentos de políticas econômicas e sociais, assim como dentro de cada área específica da política.

Na ordem prática os resultados deste estudo servirão de subsídio para a modelagem de novas formas de investimento em projetos audiovisuais através do mecanismo reembolsável, e em termos acadêmicos para ampliação dos conhecimentos de novas formas de políticas culturais.

Este trabalho está dividido em 5 capítulos, além desta introdução.

No Capítulo 2 foi feito um panorama histórico do setor audiovisual brasileiro, demonstrando os percalços ocasionados por descontinuidades de políticas culturais, bem como a definição de política cultural e as principais formas de financiamento da cultura no Brasil.

Já no Contexto do Estudo, previsto no Capítulo 3, foram abordadas as políticas culturais da RioFilme e seus respectivos modelos de investimentos reembolsáveis.

No Capítulo 4 foi traçada a estratégia metodológica e a delimitação da pesquisa.

A análise dos dados, objeto do estudo, está prevista no Capítulo 5, onde foi efetuada a análise do investimento versus a restituição, como também análise do gênero das obras audiovisuais investidas.

Por fim, no Capítulo 6, foram apresentadas as considerações finais do estudo.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

Este capítulo tem por objetivo apresentar uma breve descrição histórica do setor audiovisual brasileiro, incluindo suas crises, bem como a política cultural e financiamento da mesma no Brasil.

### 2.1. PANORAMA HISTÓRICO DO SETOR AUDIOVISUAL BRASILEIRO

Segundo Solot (2012), a história do setor audiovisual brasileiro nas últimas décadas pode ser dividida em 3 (três) períodos:

- ✓ Anos Dourados (1971 a 1987);
- ✓ Anos Negros (1988 a 1995);
- ✓ Renascimento (a partir de 1996).

O mesmo autor ainda atribui os Anos Dourados à existência da Embrafilme<sup>1</sup>, que financiava 70% das produções audiovisuais, mas a mesma foi dissolvida em 1990 como primeiro ato da gestão do então Presidente Fernando Collor.

Segundo Cribari (2009), o mercado audiovisual brasileiro teve seu arrasamento provocado pela extinção da Embrafilme, do Concine<sup>2</sup> e da Fundação do Cinema Brasileiro<sup>3</sup>, período este que podemos considerar os anos negros do setor audiovisual, sendo necessários 10 anos (1993 a 2003) para que o Brasil completasse o ciclo da retomada da programação cinematográfica nacional, ou seja, seu renascimento.

Os mesmos 10 anos constituíram o tempo necessário para que se impusesse a necessidade da formulação de uma política nacional de cinema e audiovisual brasileira minimamente consistente, com foco na questão do

---

<sup>1</sup> A Embrafilme foi uma empresa estatal brasileira, constituída na forma de S.A., responsável pela produção e distribuição de conteúdo audiovisual.

<sup>2</sup> O Concine foi criado em 1976 e tinha como objetivo assessorar o Ministério da Educação e Cultura na formulação de políticas para o cinema brasileiro, bem como normatizar e fiscalizar as atividades cinematográficas no país, mais tarde discriminadas como produção, reprodução, comercialização, venda, locação, permuta, exibição, importação e exportação de obras cinematográficas.

<sup>3</sup> A Fundação do Cinema Brasileiro foi criada em 1987, e tinha como objetivos a promoção e realização de festivais e mostras cinematográficas; concessão de prêmios e incentivos a filmes nacionais; pesquisas, prospecção, recuperação e conservação de filmes; produção, co-produção e difusão de filmes educativos, científicos, técnicos e culturais; formação profissional; documentação e publicação; manifestações culturais cinematográficas.

desenvolvimento, e a revitalização de órgãos de gestão desta política, como a Ancine e a Secretaria do Audiovisual. Esta década foi marcada pelo foco na viabilização das condições de financiamento à produção, combinando editais públicos esporádicos com a criação e o azeitamento dos mecanismos de incentivos fiscais. E pelo foco exclusivo em cinema. (CRIBARI, 2009, p. 356).

## **2.2. POLÍTICA CULTURAL**

Efetuar a delimitação conceitual de política cultural é uma tarefa árdua, tendo em vista que a mesma está em constante processo de construção.

Miller e Yúdice (2004) entendem que a política cultural traduz-se como o suporte de natureza institucional que concentra tanto a manifestação criativa estética, como estilos coletivos de vida, configurando-se como um elo entre ambos. A política cultural se concretiza como um agente norteador das ações de cunho sistêmico e de regulação observados pelas instituições com o fito de atingir seus fins, apresentando-se mais como um instrumento burocrático do que criativo ou orgânico.

Cesnik e Beltrame (2005) destacam que não é suficiente e nem eficaz uma política cultural criada como mera organizadora de uma rotina administrativa do patrimônio histórico, ou como normatizador burocrático da máquina do Estado voltado para a arte e à educação, ou como marco histórico das atuações perpetradas por cada Governo durante sua administração. Todo o conjunto de intervenções realizadas pelo Estado, e demais agentes culturais, são políticas culturais, realizadas com o fito de orientação e criação de uma simbologia para atender os anseios culturais da sociedade acabam por permitir, assim, o surgimento de um consenso criador de uma pseudo ordem ou transformação de cunho social.

Diante destes posicionamentos, as iniciativas do governo assumem relevância nas políticas culturais, incluindo as audiovisuais.

É um grande desafio para a política cultural a priorização de sua potencialidade como ferramenta de desenvolvimento, no que se incluem o fornecimento de infraestrutura, a oferta de financiamento e investimento, a criação de mecanismos institucionais, um quadro

regulatório adequado, o desenvolvimento de mercado de exportação, o estabelecimento de aglomerados criativos, e um mecanismo eficaz para coleta, medição e análise de dados.

Na pesquisa do Diagnóstico dos Investimentos em Cultura no Brasil (1998), os resultados indicam forte concentração do emprego, massa salarial e renda geradas na região Sudeste do país para o setor cultural, sendo esse fenômeno maior para as atividades industriais, seguidas pelas comerciais e de serviços. A produtividade e o salário médio também são maiores nessa região.

De acordo com o Relatório de Economia Criativa 2010<sup>4</sup>, das Nações Unidas, não obstante o grande potencial de multiplicação da indústria criativa, a reduzida quantidade de verba para o custeio dos negócios, o pouco investimento na capacitação dos agentes na linha de produção, bem como a quase nula infraestrutura, sobretudo no que tange à distribuição de seus serviços e bens vinculados a realização de suas atividades, apresentam-se como obstáculos que têm impedido seu crescimento. Os serviços de cinema de projeção, produção cinematográfica e de vídeo e seus serviços de distribuição, serviços de rádio e televisão e serviços de transmissão podem ser conceituados como espécies do gênero de serviços audiovisuais. Esse segmento apresenta-se como de grande importância social, econômica e cultural, pois trata-se de veículo que expressa as identidades da cultura das diversas sociedades, sobretudo quando se referem às atividades de rádio e televisão, fazendo com que tal relevância reflita também no âmbito multilateral, pois vários países se sentem no dever de proteger o setor audiovisual, e retardam ou se negam em conduzir negociações ou assumir obrigações definidas de liberalização no âmbito da Organização Mundial do Comércio (OMC).

Uma política cultural estratégica de longo prazo é necessária para promover a estabilidade e retroalimentação do setor audiovisual, tendo o governo papel essencial como agente facilitador, coordenador e propulsor deste setor, e também dos demais inseridos no setor cultural.

---

<sup>4</sup> O Relatório da Economia Criativa 2010 (Creative Economy Report 2010) da UNCTAD (Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento) traz números e dados sobre os segmentos criativos no mundo.

### **2.3. FINANCIAMENTO DA CULTURA**

Até a década de 70 no nosso país, o investimento em cultura e nas artes se dava diretamente pelo financiamento governamental, por intermédio do orçamento das pastas responsáveis (ministérios e secretarias de cultura e educação, principalmente), ou então através do interesse e investimento direto da iniciativa privada. Contudo, a partir de 1986, o Brasil passou a contar com uma série de Leis de Incentivo à Cultura, abrangendo as esferas de poder Federal, Estadual e Municipal. O mecanismo funciona da seguinte forma: qualquer pessoa jurídica ou qualquer pessoa física podem, ao efetuar o investimento de determinada quantia em projetos culturais, deduzir este valor, de forma total ou parcial, dos impostos que paga.

Os incentivos fiscais à cultura no Brasil contam com uma enorme gama de leis disponíveis, sejam elas federais, estaduais ou municipais, que possuem correlação com os impostos pagos pelos contribuintes, com o propósito de atender às necessidades dos produtores, e se amoldar à realidade dos patrocinadores, pessoas jurídicas ou físicas.

Há leis que permitem a dedução do valor doado, seja de forma integral ou parcial, do Imposto de Renda de pessoas físicas e jurídicas (IRPF e IRPJ) e da Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSSL), nos caso de legislações federais, do Imposto sobre a Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS), no caso de legislações estaduais, do Imposto sobre serviços (ISS) e do Imposto sobre Propriedade Territorial Urbana (IPTU), no caso de legislações municipais, podendo o patrocinador optar, de acordo com sua realidade fiscal a sua doação.

Importante destacar que este universo de leis de incentivo teve o Governo Collor como principal desencadeador para a disseminação de legislações locais para incentivo à cultura.

Como abordado no Panorama Histórico do Setor Audiovisual Brasileiro, seção 2.1, com o lançamento do Plano Collor na década de 90, mais precisamente no ano de 1991, o

sistema de fomento estruturado através da Lei 7.505 de 2 de Julho de 1986, mais conhecida como Lei Sarney, foi paralisado, e vários órgãos governamentais ligados ao fomento do mercado cultural no Brasil foram extintos.

Desta forma, a indústria cultural brasileira foi extremamente afetada na década de 90, e alguns Estados e Municípios promulgaram leis visando suprir a extinção da Lei Sarney, abarcando outras formas de dedução.

O Município de São Paulo, durante a gestão da Prefeita Luiza Erundina, foi o pioneiro com a criação da Lei nº 10.923, de 30 de dezembro de 1990, mais conhecida como Lei Mendonça por ter sido proposta pelo Vereador Marcos Mendonça, que possibilitava benefícios fiscais para projetos culturais de produtores do município de São Paulo, possibilitando aos contribuintes investidores de projetos culturais que fossem aprovados pela Secretaria Municipal de Cultura de São Paulo dedução do ISS e do IPTU de 70% (setenta por cento) do valor patrocinado, com o limite de 20% (vinte por cento) do imposto devido.

Já o Município do Rio de Janeiro, em 31 de Dezembro de 1992, promulgou a Lei 1.940 de 31 de Dezembro de 1992 (revogada pela Lei n.º 5.553, de 14 de janeiro de 2013), mais conhecida como Lei do ISS, que permite aos contribuintes patrocinadores o abatimento no Imposto sobre Serviços do valor integral investido, não podendo o valor máximo a ser inscrito pelo Contribuinte Incentivador ser superior a vinte por cento do total apurado no ano anterior à inscrição do contribuinte para gozar do benefício. A Lei carioca atua por meio de editais publicados anualmente, onde há a fixação de datas para inscrição de projetos, e define o valor do incentivo fiscal, que deve ser no mínimo correspondente a um por cento da receita de ISS no ano anterior do referido tributo. A Comissão Carioca de Promoção Cultural (CCPC) possui caráter consultivo e deliberativo, e é incumbida da análise e aprovação dos projetos culturais no Município do Rio incentivados por esta Lei.

Também em 1992, o Estado do Rio de Janeiro promulgou a Lei 1.954, que foi alterada em 27 de abril de 2000 pela Lei 3.555, e posteriormente regulamentada pelo Decreto n.º 28.444 de 2001, que sofreu alterações em 2009 e 2010. Esta lei visa beneficiar projetos culturais, sociais, educacionais e esportivos. Para os contribuintes do ICMS do Estado do Rio de Janeiro, segundo a referida Lei, o valor referente à concessão de incentivo fiscal para a produção cultural não ultrapassará o limite de 0,5% (meio por cento) da arrecadação do ICMS no exercício anterior, sendo obrigatória, desde que haja projetos que cumpram os requisitos da

presente Lei, a concessão de, no mínimo, 0,25% (vinte e cinco centésimos) da referida arrecadação.

Já o Estado da Bahia promulgou em 09 de Dezembro de 1996 a Lei n.º 7.015, tendo sido alterada pelas Leis n.º 9.846 de 28 de Dezembro de 2005 e posteriormente pela Lei n.º 11.899 de 30 de março de 2010, criando o Programa de Incentivo à Cultura do Estado da Bahia, conhecido como FazCultura, com o objetivo de promover o “incentivo à pesquisa, ao estudo, à edição de obras e à produção das atividades artístico-culturais, a aquisição, manutenção, conservação, restauração, produção e construção de bens móveis e imóveis de relevante interesse artístico, histórico e cultural, campanhas de conscientização, difusão, preservação e utilização de bens culturais, e por fim instituir prêmios em diversas categorias.” O montante dos recursos do ICMS disponibilizados pelo Estado da Bahia está limitado ao montante da receita líquida anual do ICMS no percentual de 0,3% (três décimos por cento). Segundo a referida Lei, o abatimento do ICMS, à empresa com estabelecimento situado no Estado da Bahia que apoiar, financeiramente, projetos culturais aprovados pela Secretaria de Cultura a dedução será efetivada a cada período ou períodos sucessivos, não podendo exceder os seguintes limites: 10% (dez por cento) do valor do ICMS a recolher no período de apuração, até atingir o valor total dos recursos dedutíveis, para empresa cuja receita bruta auferida no ano imediatamente anterior tenha sido de até R\$9.600.000,00 (nove milhões e seiscentos mil reais); 7,5% (sete e meio por cento) do valor do ICMS a recolher no período de apuração, até atingir o valor total dos recursos dedutíveis, para empresa cuja receita bruta auferida no ano imediatamente anterior tenha se situado entre R\$9.600.000,00 (nove milhões e seiscentos mil reais) e R\$19.200.000,00 (dezenove milhões e duzentos mil reais); e 5% (cinco por cento) do valor do ICMS a recolher no período de apuração, até atingir o valor total dos recursos dedutíveis, para empresa cuja receita bruta auferida no ano imediatamente anterior tenha sido superior a R\$19.200.000,00 (dezenove milhões e duzentos mil reais). Importante destacar que o incentivo não pode exceder a 80% (oitenta por cento) do valor total do projeto a ser incentivado e que a empresa patrocinadora deverá contribuir, com recursos próprios, em parcela equivalente a, no mínimo, 20% (vinte por cento) do valor total da sua participação no projeto.

Em 1997, O Governo do Estado de Minas Gerais editou a Lei n.º 12.733, que foi revogada pela Lei 17.615 de 04 de julho de 2008, que dispõe sobre a concessão de incentivos fiscais com o objetivo de estimular a realização de projetos culturais no Estado. A referida Lei estabelece normas de incentivo fiscal às pessoas jurídicas que apoiem financeiramente a

realização de projetos culturais no Estado, e possui os seguintes objetivos: contribuir para facilitar a todos os meios para o livre acesso às fontes da cultura e o pleno exercício dos direitos culturais; promover e estimular a regionalização da produção cultural e artística mineira, com a valorização de recursos humanos e conteúdos locais; apoiar, valorizar e difundir o conjunto das manifestações culturais e seus respectivos criadores; proteger as expressões culturais dos grupos formadores da sociedade e responsáveis pelo pluralismo da cultura mineira; preservar os bens materiais e imateriais do patrimônio cultural e histórico mineiro; estimular a produção e difusão de bens culturais de valor universal formadores e informadores de conhecimento, cultura e memória; estimular a formação e o aperfeiçoamento de profissionais da área cultural; e favorecer a experimentação e a pesquisa no âmbito da cultura. O contribuinte ICMS que apoiar financeiramente projeto cultural poderá deduzir do valor do imposto devido mensalmente os recursos aplicados no projeto, não podendo exceder os seguintes limites previstos no art. 3º da referida Lei:

- I - 10% (dez por cento) do valor do ICMS devido no período, até atingir o valor total dos recursos dedutíveis, para empresa cuja receita bruta anual se situe entre o limite máximo de faturamento da empresa de pequeno porte, definido na Lei Complementar Federal nº. 123, de 14 de dezembro de 2006, e o montante de quatro vezes esse limite;
- II - 7% (sete por cento) do valor do ICMS devido no período, até atingir o valor total dos recursos dedutíveis, para empresa cuja receita bruta anual se situe entre o montante máximo permitido para as empresas classificadas no inciso I e o valor de oito vezes o limite máximo de faturamento da empresa de pequeno porte, definido na Lei Complementar Federal nº. 123, de 2006; e
- III - 3% (três por cento) do valor do ICMS devido no período, até atingir o valor total dos recursos dedutíveis, para empresa cuja receita bruta anual seja superior ao montante máximo permitido para as empresas classificadas no inciso II.

Importante salientar que a soma dos recursos do ICMS disponibilizados pelo Estado de Minas Gerais não poderá exceder, relativamente ao montante da receita líquida anual do imposto, o percentual de 0,30% (zero vírgula trinta por cento).

Focada especificamente no mercado audiovisual, a Lei n.º 8.685 de 20 de Julho de 1993, mais conhecida como Lei do Audiovisual, permite aos contribuintes a dedução do imposto de renda devido as quantias referentes a investimentos feitos na produção de obras audiovisuais cinematográficas brasileiras de produção independente, mediante a aquisição de quotas representativas de direitos de comercialização sobre as referidas obras, desde que esses

investimentos sejam realizados no mercado de capitais, em ativos previstos em lei e autorizados pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM), e os projetos de produção tenham sido previamente aprovados pela Agência Nacional do Cinema (ANCINE). Em 08 de Novembro de 1993 a referida Lei foi regulamentada através do Decreto n.º 974, que veio a ser revogado pelo Decreto n.º 6.304, de 12 de Dezembro de 2007. As pessoas físicas ou jurídicas podem abater 100% (cem por cento) dos recursos gastos na compra de Certificados de Investimentos (CI) representativos dos direitos de comercialização de obras cinematográficas de produção independente e de projetos de distribuição, de exibição e de infraestrutura técnica, desde que estes valores não ultrapassem 3% (três por cento) do imposto de renda devido, no caso de pessoa jurídica, e 6% (seis por cento) no caso de pessoa física.

Com a promulgação da Lei do Audiovisual citada no parágrafo anterior, a classe artística se sentindo desprestigiada pelo fato da referida Lei conceder benefícios somente para atividades audiovisuais, passou a efetuar protestos e lobby junto ao Congresso Nacional, conseguindo em 23 de dezembro de 1999 a promulgação da Lei n.º 9.874, que alterou a antiga Lei Rouanet ou Lei Federal de Incentivo a Cultura (Lei n.º 8.313, de 23 de dezembro de 1991). Tal alteração promoveu uma nova metodologia de apuração dos benefícios para os chamados Projetos Especiais previstos em seu art. 18, incluindo novos segmentos para fruição do benefício de dedução do imposto de renda: artes cênicas; livros de valor artístico, literário ou humanístico; música erudita ou instrumental; circulação de exposições de artes plásticas; doações de acervo para bibliotecas públicas e para museus; produção de obras cinematográficas e videofonográficas de curta e média metragem e preservação e difusão do acervo audiovisual; preservação do patrimônio cultural material e imaterial. Estes projetos passaram a contar com: abatimento de 100% (cem por cento) do total investido (tanto para as doações como para os patrocínios) do valor do IRPJ devido no ano-calendário, limitado a 4% do total apurado; dedutibilidade de 100% (cem por cento) das despesas incorridas a este título da base de cálculo da CSLL. Importante destacar que neste caso as despesas não são dedutíveis da base de cálculo do IRPJ. Resta claro, que na esfera federal, grande parte dos segmentos culturais contam hoje com o benefício de oferecer aos seus patrocinadores a dedutibilidade de 100% (cem por cento) dos valores aportados em seus projetos.

Este emaranhando de leis demonstra a complexidade que o financiamento cultural alcançou nas últimas décadas.

Sarcovas (2005) defende que o foco do problema está na forma como o investimento do dinheiro público se dá na área cultural, tendo em vista o modelo de incentivo fiscal com dedução integral utilizado no Brasil.

### 3. CONTEXTO DE ESTUDO

O Município do Rio de Janeiro criou em 1991 a RioFilme, empresa pública constituída na forma de S.A., através da Lei Municipal n.º 1.672, tendo como objetivo realizar investimentos em produtoras audiovisuais cariocas, programas de qualificação profissional, projetos de preservação de filmes, e ainda promover políticas para expansão de acesso ao setor audiovisual para a população.

A RioFilme busca principalmente:

- ✓ Aumentar a participação de mercado e faturamento de produtores e distribuidores baseados na cidade do Rio de Janeiro;
- ✓ Fortalecer a posição econômica dos produtores e distribuidores baseados na cidade do Rio de Janeiro;
- ✓ Aumentar a contribuição do Produto Interno Bruto (PIB) da indústria audiovisual pela cidade do Rio de Janeiro;
- ✓ Promover o Rio de Janeiro como um destino nacional e internacional para coproduções e como um local para eventos estratégicos do setor audiovisual;
- ✓ Expandir a base de produções audiovisuais cariocas, e melhorar o acesso da população;
- ✓ Promover a atividade empresarial e crescimento sustentável no setor audiovisual;
- ✓ Garantir a preservação e difusão de conteúdos audiovisuais produzidos por empresas situadas na cidade do Rio de Janeiro.

A RioFilme é uma empresa de investimento em audiovisual que tem como missão promover o desenvolvimento da indústria audiovisual carioca, considerando todos os elos de sua cadeia de valor e seus impactos econômicos, culturais e sociais na cidade. Realiza investimentos reembolsáveis, nos quais adquire participação nas receitas dos projetos; e não reembolsáveis, em que não há resultado financeiro para a empresa.

O governo municipal incluiu o desenvolvimento do setor audiovisual em seu plano estratégico, e indicou que as políticas públicas formuladas e implementadas pela RioFilme para o setor é uma das suas prioridades. Medidas tomadas no setor audiovisual são

reconhecidas por seu impacto cultural e econômico. (SOLOT, 2012, p. 247).

A RioFilme, buscou orientar suas atividades visando melhores resultados, tendo em 25 de agosto de 2009 a fixação de metas e indicadores de desempenho, através do Decreto Municipal n.º 31.025, cujas finalidades foram o de ampliar a eficiência na utilização dos recursos públicos e melhorar o desempenho e a qualidade dos serviços prestados, assegurando por fim, maior autonomia para a Empresa Pública em sua gestão financeira e operacional.

### **3.1. AS POLÍTICAS CULTURAIS NA RIOFILME**

A RioFilme investe no setor audiovisual carioca de diversas formas:

- a) Investimentos Não Reembolsáveis<sup>5</sup>:
  - ✓ Desenvolvimento de Projetos de Longa Metragem;
  - ✓ Desenvolvimento de Projetos de Conteúdo para TV;
  - ✓ Produção de Curta Metragem;
  - ✓ Produção e Finalização de Longa Metragem;
  - ✓ Produção de Documentário para TV;
  - ✓ Produção de Mostras, Festivais e Eventos;
  - ✓ Distribuição de Longa Metragem.
- b) Programa de Qualificação RioFilme<sup>6</sup>:
  - ✓ Qualificação de profissionais para o setor audiovisual carioca, cujos cursos são financiados integralmente pela RioFilme.
- c) Investimentos Reembolsáveis<sup>7</sup>:
  - ✓ Produção e Desenvolvimento de Longas-Metragens para Cinema;

---

<sup>5</sup> Os editais de investimento não-reembolsável são importantes para viabilizar projetos audiovisuais que apresentam relevância cultural, pois os projetos são avaliados por uma comissão julgadora por seus méritos artísticos.

<sup>6</sup> O programa tem o objetivo de atender à demanda por profissionais capacitados gerada pelo desenvolvimento da indústria audiovisual carioca, que tem crescido muito nos últimos anos.

<sup>7</sup> O programa tem o objetivo de investir na indústria audiovisual carioca através da participação nas receitas das obras audiovisuais quando de sua comercialização.

Os investimentos realizados pela RioFilme nas linhas “a” e “b” visam o fomento audiovisual, e os mesmos não trazem restituição financeira para a Empresa, tendo em vista que os recursos investidos não geram qualquer expectativa de receita direta para a empresa, ou seja, são investimentos realizados sem possibilidade de restituição (fundo perdido) para a RioFilme. No caso de mostras, festivais e eventos, é importante destacar que, conforme a notoriedade que os mesmos vêm alcançando, deve ser analisada a possibilidade de participação das receitas pela RioFilme daqueles que efetuam cobrança para entrada de usuários nos mesmos.

Já a linha de Investimento Reembolsável é a única que atualmente tem possibilidade e expectativa de restituição financeira para a empresa, linha esta de investimento que é o objeto de análise deste estudo.

No encontro sobre o tema Fomento e Financiamento à Cultura: quais os principais desafios? (2003), a professora de economia Beatriz Azeredo esclarece que no Brasil há carência de formas eficientes de financiamento para a cultura, bem como atribuição clara de funções dos entes públicos e privados.

Vale destacar que a RioFilme ainda depende de recursos do Município, que é detentor de 100% (cem por cento) de seu capital social, para operar suas atividades, tendo em vista que as políticas culturais da mesma também contemplam investimentos sem possibilidade de restituição direta, dificultando o processo de retroalimentação de receitas para a empresa pública.

### **3.2. OS MODELOS DE INVESTIMENTO REEMBOLSÁVEIS DA RIOFILME**

#### **a) Investimento Reembolsável sob Demanda (2009/2012)**

Nos investimentos reembolsáveis sob demanda, no período de 2009 até 2012, de acordo com a disponibilidade orçamentária/financeira da RioFilme, era efetuada análise de viabilidade dos projetos apresentados pelas empresas audiovisuais no respectivo ano civil, ficando concentrado em analistas da RioFilme o julgamento da viabilidade do investimento.

b) Investimento Reembolsável Meritocrático Automático (2013)

O Investimento Reembolsável Meritocrático Automático teve seu lançamento no ano de 2013 na RioFilme, e é um mecanismo de investimento 100% meritocrático onde determinadas empresas audiovisuais cariocas recebem da RioFilme um crédito proporcional ao número de ingressos vendidos no ano anterior pelos filmes que produziram e lançaram, e escolhem novos projetos a serem investidos. As produtoras cariocas e distribuidoras nacionais que tiveram, no ano anterior, longas com mais de 300 mil ingressos vendidos estão previamente aptas para solicitar recursos da RioFilme.

O Recurso da RioFilme que será destinado ao mercado audiovisual é o resultado da multiplicação de um fator pelo total de ingressos vendidos por cada filme em cinemas no Brasil, até o limite, inclusive, de 2.000.000 (dois milhões) de ingressos, somados à multiplicação de outro fator inferior pela quantidade de ingressos vendidos acima de 2.000.000 (dois milhões), do ano civil antecedente. De acordo com o recurso orçamentário disponível é efetuada a proporção para a decisão do fator, que definirá o valor do ingresso, corroborando a posição de Ikeda (2015), que defende que o estabelecimento de critérios objetivos tem a possibilidade de reduzir clientelismos e distorções no processo de escolha.

Com base nestes critérios, a RioFilme, no momento do lançamento do edital, já relaciona as empresas audiovisuais cariocas e os recursos disponíveis a serem aplicados em projetos que serão escolhidos pelas próprias empresas contempladas

#### **4. ESTRATÉGIA METODOLÓGICA E DELIMITAÇÃO DA PESQUISA**

Para a operacionalização da pesquisa foi utilizado o método de análise documental e a observação direta, ou seja, os dados para elaboração do presente trabalho são provenientes de documentos internos da RioFilme e observação direta do autor do presente estudo, que pertenceu ao quadro de funcionários da mesma.

De acordo com Laurence Bardin (1977, p. 9), “a análise documental visa representar o conteúdo de um documento de uma forma diferente da original a fim de, num estágio ulterior, facilitar sua consulta e diferenciação”.

Robert K. Yin (2001, p. 115), destaca que “as provas observacionais são úteis para fornecer informações adicionais sobre o objeto de estudo”.

Com este foco, adentramos no universo da pesquisa, que refere-se a uma empresa pública de fomento ao mercado audiovisual carioca. Foi selecionada como amostra, por facilidade de acesso, a empresa carioca Distribuidora de Filmes S.A. – RioFilme, criada em 25 de Janeiro de 1991, através da Lei Municipal n.º 1.672, cujo foco de atuação principal é o fomento mercado audiovisual carioca.

A pesquisa delimitou-se ao período de 2009 a 2013, sendo de 2009 até 2012 o modelo sob demanda e 2013 o modelo automático meritocrático, tendo como corte as receitas auferidas até o final do ano de 2014.

Foram levantados, através da análise de processos administrativos da RioFilme, os investimentos reembolsáveis realizados em 79 obras audiovisuais, como também os métodos destes investimentos, cujas obras encontram-se distribuídas da seguinte forma:

- ✓ Ano de 2009 – 11 obras audiovisuais;
- ✓ Ano de 2010 – 14 obras audiovisuais;
- ✓ Ano de 2011 – 12 obras audiovisuais;
- ✓ Ano de 2012 – 20 obras audiovisuais;
- ✓ Ano de 2013 – 22 obras audiovisuais.

Foram realizadas as seguintes etapas para responder o problema da pesquisa:

- a) Etapa 1: Identificação dos modelos de seleção dos projetos que receberam investimento;
- b) Etapa 2: Identificação dos critérios específicos utilizados em cada um dos modelos de seleção identificados;
- c) Etapa 3: Construção de uma base de dados, contendo: título da obra, produtora, distribuidora, gênero, valor investido, restituição financeira e ano em que o investimento foi realizado;
- d) Etapa 4: Análise da base de dados construída, segregando os modelos de seleção visando evidenciar a diferença de resultados obtidos com cada um dos modelos.

Importante salientar que dos 79 (setenta e nove) processos administrativos de investimento em obras audiovisuais analisados durante a pesquisa, somente aqueles com informação sobre sua comercialização<sup>8</sup> foram considerados na análise, totalizando 50 (cinquenta) obras audiovisuais, sendo expurgada a quantia investida de R\$12.347.787,58 (doze milhões trezentos e quarenta e sete mil setecentos e oitenta e sete reais e cinquenta e oito centavos) referente as 29 obras audiovisuais ainda não comercializadas ou lançadas no mercado cinematográfico.

Vale frisar que o termo restituição deve ser entendido como o valor reembolsado à RioFilme sobre o valor investido.

---

<sup>8</sup> Comercialização é o lançamento das obras audiovisuais no mercado cinematográfico, ou seja, lançamento nas salas de cinema para acesso ao público.

## **5. ANÁLISE DOS DADOS DOS INVESTIMENTOS REEMBOLSÁVEIS DA RIOFILME**

Neste capítulo é efetuada a análise do investimento versus restituição no período de 2009 a 2013, segregando os anos de 2009 até 2012 no GRUPO A, pois nestes anos o investimento era efetuado sob demanda, e o ano de 2013 no GRUPO B, tendo em vista que em 2013 a metodologia do investimento reembolsável passou a ser meritocrático e automático.

Importante destacar, que através da análise dos processos administrativos, ficou evidenciado que o prazo médio para finalização da possível restituição dos investimentos é de 2 (dois) anos após a realização do aporte financeiro, tendo em vista o prazo necessário para sua produção e posterior comercialização.

### **5.1. ANÁLISE DO INVESTIMENTO VERSUS RESTITUIÇÃO**

Conforme abordado na Introdução, esta pesquisa delimitou-se ao período de 2009 a 2013, sendo levantados os investimentos reembolsáveis realizados em 79 obras audiovisuais, como também os métodos destes investimentos.

Para fins de análise foram agrupados no GRUPO A as obras de 2009 até 2012, pois neste período os investimentos reembolsáveis eram realizados sob demanda, e dependiam de análise de possível restituição financeira, análise esta efetuada por analistas da Diretoria Comercial da RioFilme, visando identificar um ponto de equilíbrio entre o valor a ser investido e sua possível restituição com base na bilheteria estimada.

Já no GRUPO B estão os investimentos realizados nas obras audiovisuais do ano de 2013. O ano de 2013 foi analisado em um grupo separado pois a metodologia do investimento reembolsável passou a ser meritocrático e automático, ou seja, as empresas audiovisuais cariocas recebem da RioFilme um crédito proporcional ao número de ingressos vendidos no ano anterior pelos filmes que produziram e lançaram, e escolhem novos projetos a serem investidos.

Dos 79 (setenta e nove) filmes levantados durante a pesquisa, somente aqueles com informação sobre sua comercialização foram considerados na análise, totalizando 50 (cinquenta) obras audiovisuais, distribuídas da seguinte forma:

- ✓ Ano de 2009 – 09 obras audiovisuais;
- ✓ Ano de 2010 – 09 obras audiovisuais;
- ✓ Ano de 2011 – 09 obras audiovisuais;
- ✓ Ano de 2012 – 13 obras audiovisuais;
- ✓ Ano de 2013 – 10 obras audiovisuais.

Os investimentos realizados nas 40 (quarenta) obras audiovisuais que compõem o GRUPO A, totalizaram cerca de R\$34.000.000,00 (trinta e quatro milhões de reais). Desse montante, cerca de R\$32.000.000,00 (trinta e dois milhões de reais) foram recuperados, ou seja 94% (noventa e quatro por cento). De forma geral o ponto de equilíbrio, onde a restituição é igual ao valor investido, não foi alcançado.

Em 2009, que foi o ano pioneiro dos investimentos reembolsáveis, com 09 (nove) obras audiovisuais selecionadas, e investimento no montante de R\$6.117.880,00 (seis milhões, cento e dezessete mil e oitocentos e oitenta reais), apenas R\$4.774.399,00 (quatro milhões, setecentos e setenta e quatro mil e trezentos e noventa e nove reais) foram recuperados, ou seja, somente 78% (setenta e oito por cento).

Em 2010, com também 09 (nove) obras audiovisuais selecionadas, e investimento no montante de R\$8.160.910,00 (oito milhões, cento e sessenta mil e novecentos e dez reais), apenas R\$5.862.976,00 (cinco milhões, oitocentos e sessenta e dois mil e novecentos e setenta e seis reais) foram recuperados, ou seja, somente 72% (setenta e dois por cento).

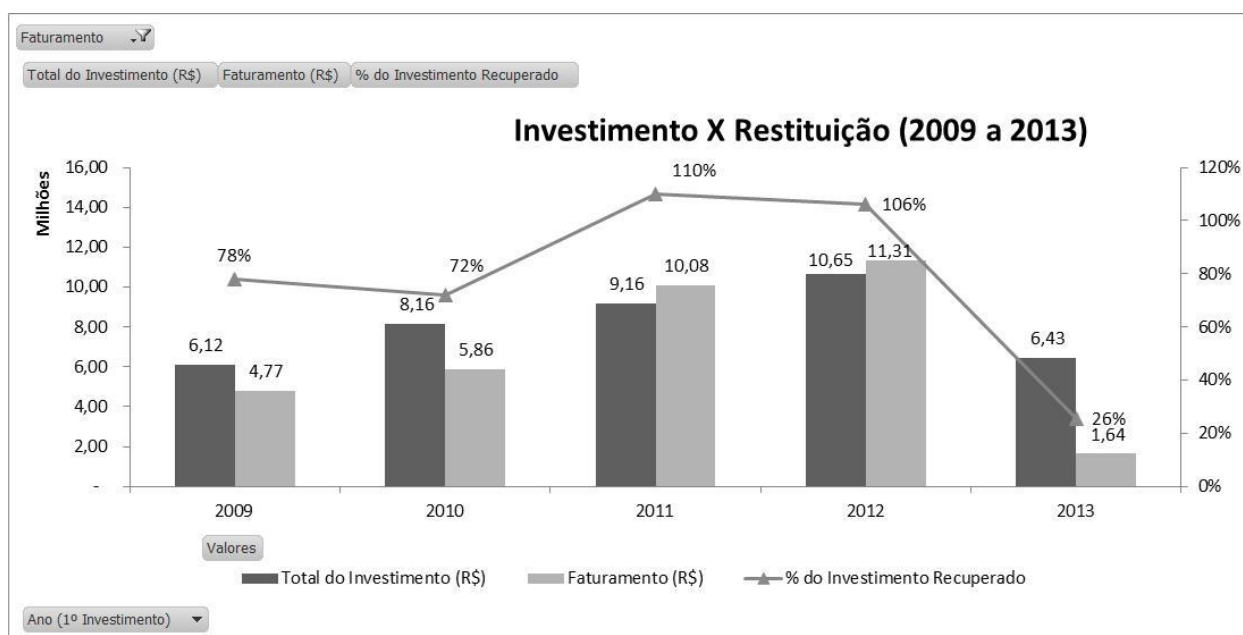
Em 2011, com identicamente 09 (nove) obras audiovisuais selecionadas, e investimento no montante de R\$9.159.889,00 (nove milhões, cento e cinquenta e nove mil e oitocentos e oitenta e nove reais), a restituição foi de R\$10.080.250,00 (dez milhões, oitenta mil e duzentos e cinquenta reais), ou seja, 110% (cento e dez por cento). Desta forma, o valor investido foi recuperado com acréscimo de 10% (dez por cento), indicando o primeiro ano com restituição acima do valor investido.

Em 2012, com 13 (treze) obras audiovisuais selecionadas, e investimento no montante de R\$10.648.508,00 (dez milhões, seiscentos e quarenta e oito mil e quinhentos e oito reais), a restituição foi de R\$11.313.097,00 (onze milhões, trezentos e treze mil e noventa e sete reais), ou seja, 106% (cento e seis por cento). Isto posto, o valor investido foi recuperado com acréscimo de 6% (seis por cento), indicando o segundo ano com restituição acima do valor investido.

Apesar do resultado consolidado do GRUPO A não ter apresentado restituição maior ou igual ao investimento, a análise anual evidenciou uma tendência ascendente no valor recuperado ao longo dos anos, com saldo positivo nos dois últimos anos, 2011 e 2012.

Os investimentos realizados nas 10 (dez) obras audiovisuais que compõem o GRUPO B, totalizaram cerca de R\$6.500.000,00 (seis milhões e quinhentos mil reais). Desse montante, apenas R\$1.640.636,00 (um milhão seiscentos e quarenta mil e seiscentos e trinta e seis reais) foram recuperados, ou seja 26% (vinte e seis por cento). Evidentemente o ponto de equilíbrio, onde a restituição é igual ao valor investido, não foi alcançado. Vale destacar que foi o primeiro ano a utilizar a metodologia reembolsável automática meritocrática, e além disso, devido ao corte do faturamento realizado no ano de 2014 no procedimento de coleta dos dados, ainda existem valores a serem recuperados.

A seguir, gráfico demonstrando o valor investido e a restituição obtida em cada um dos anos analisados:



Fonte: Dados RioFilme/RJ.

## 5.2. ANÁLISE DO GÊNERO DAS OBRAS AUDIOVISUAIS INVESTIDAS

As obras audiovisuais do GRUPO A estão distribuídas nos seguintes gêneros:

- ✓ 18 obras audiovisuais de comédia;
- ✓ 16 obras audiovisuais de drama;
- ✓ 04 documentários;
- ✓ 01 aventura;
- ✓ 01 animação infantil.

Nos anos de 2009 a 2012, as obras audiovisuais classificadas no gênero comédia tiveram investimentos no montante de R\$19.996.617,00 (Dezenove milhões, novecentos e noventa e seis mil e seiscentos e dezessete reais), obtendo restituição de R\$21.715.452,00 (vinte e um milhões, setecentos e quinze mil e quatrocentos e cinquenta e dois reais), ou seja, 109% (cento e nove por cento), totalizando uma restituição superior ao investimento na cifra de R\$1.718.834,00 (um milhão setecentos e dezoito mil e oitocentos e trinta e quatro reais).

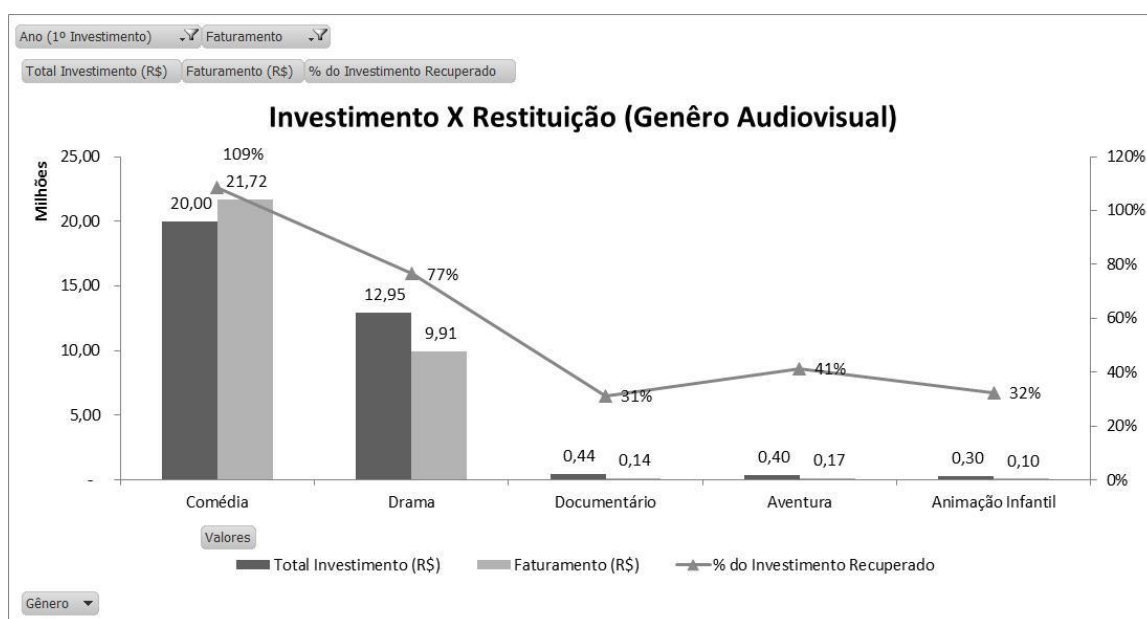
No mesmo período, as obras audiovisuais classificadas no gênero drama tiveram investimentos no montante de R\$12.945.681,00 (doze milhões, novecentos e quarenta e cinco mil e seiscentos e oitenta e um reais), obtendo restituição de R\$9.914.093,00 (nove milhões, novecentos e quatorze mil e noventa e três reais), ou seja, apenas 77% (setenta e sete por cento), totalizando um decréscimo de R\$3.031.588,00 (três milhões, trinta e um mil e quinhentos e oitenta e oito reais).

Já as obras audiovisuais classificadas no gênero documentário tiveram investimentos no valor de R\$444.889,57 (quatrocentos e quarenta e quatro mil oitocentos e oitenta e nove reais e cinquenta e sete centavos), obtendo restituição na cifra de R\$138.772,23 (cento e trinta e oito mil cento e quarenta e quatro reais e oitocentos e oitenta e nove reais), ou seja, apenas 31% (trinta e um por cento), totalizando um decréscimo de R\$306.117,34 (trezentos e seis mil cento e dezessete reais e trinta e quatro centavos).

As obras audiovisuais classificadas no gênero aventura tiveram investimentos no valor de R\$400.000,00 (quatrocentos mil reais), obtendo restituição de R\$165.470,89 (cento e sessenta e cinco mil quatrocentos e setenta reais e oitenta e nove centavos), ou seja, 41% (quarenta e um por cento), totalizando um decréscimo de R\$234.529,11 (duzentos e trinta e quatro reais quinhentos e vinte e nove reais e onze centavos).

No gênero animação infantil houve investimento no valor de R\$300.000,00 (trezentos mil reais), e uma restituição de R\$96.936,89 (noventa e seis mil novecentos e trinta e seis reais e oitenta e nove centavos), ou seja, 32% (trinta e dois por cento), resultando em um decréscimo de R\$203.063,11 (duzentos e três mil sessenta e três reais e onze centavos).

A seguir, gráfico demonstrando o valor investido e a restituição obtida por gênero nos anos analisados:



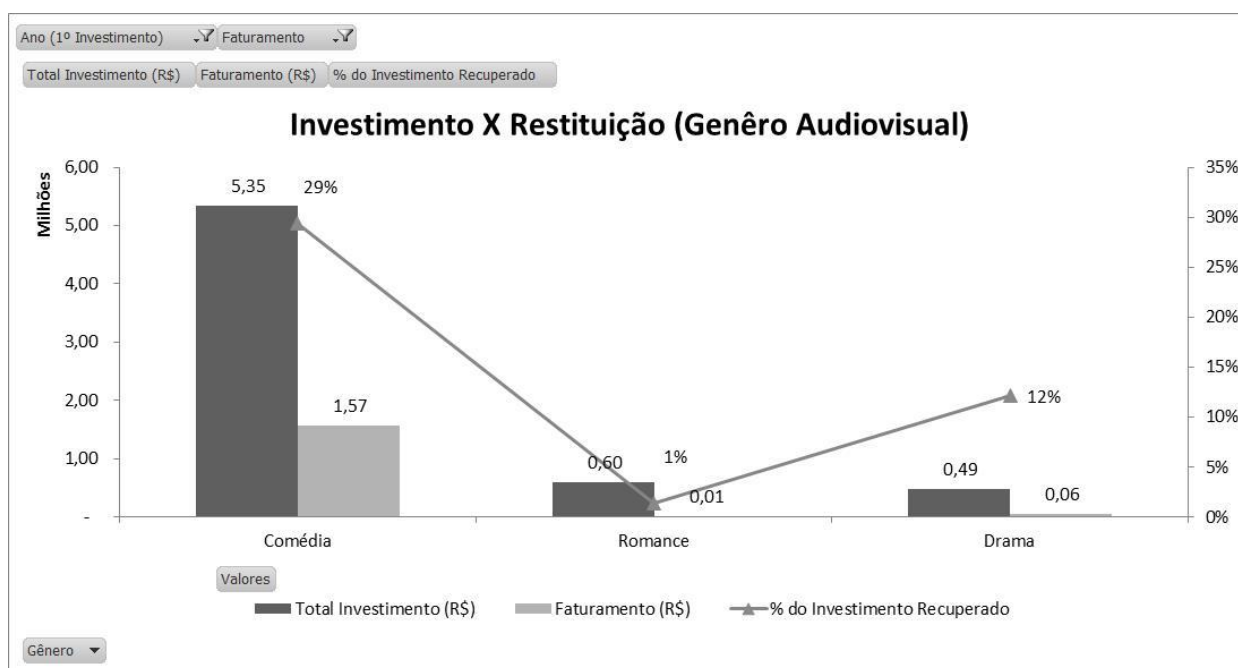
Fonte: Dados RioFilme/RJ.

No ano de 2013, as obras audiovisuais classificadas no gênero comédia tiveram investimentos no montante de R\$5.346.523,00 (cinco milhões, trezentos e quarenta e seis mil quinhentos e vinte e três reais), obtendo restituição de R\$1.573.738,00 (um milhão, quinhentos e setenta e três mil e setecentos e trinta e oito reais), ou seja, apenas 29% (vinte e nove por cento), totalizando um decréscimo de R\$3.772.785,00 (três milhões, setecentos e setenta e dois mil e setecentos e oitenta e cinco reais).

No mesmo ano, as obras audiovisuais classificadas no gênero drama tiveram investimentos no montante de R\$485.174,00 (quatrocentos e oitenta e cinco mil e cento e setenta e quatro reais), obtendo restituição de R\$58.784,00 (cinquenta e oito mil e quatrocentos e oitenta e quatro reais), ou seja, apenas 12% (doze por cento), totalizando um decréscimo de R\$426.390,00 (quatrocentos e vinte e seis mil e trezentos e noventa reais).

Já as obras audiovisuais classificadas no gênero romance tiveram investimentos no montante de R\$597.146,00 (quinhentos e noventa e sete mil e cento e quarenta e seis reais), obtendo restituição do valor de R\$8.114,00 (oito mil e cento e quatorze reais), ou seja, apenas 1% (um por cento), totalizando um decréscimo de R\$589.034,00 (quinhentos e oitenta e nove mil e trinta e quatro reais).

A seguir, gráfico demonstrando o valor investido e a restituição obtida por gênero no ano de 2013:



## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A RioFilme utilizou dois modelos para a seleção dos investimentos reembolsáveis. O primeiro modelo consistia em concentrar em analistas o julgamento da viabilidade do investimento, que compreendeu o período de 2009 até 2012.

O segundo modelo, adotado em 2013, consiste em deixar nas mãos do mercado a seleção dos projetos a serem investidos pela RioFilme, modelo este de investimento 100% meritocrático, onde determinadas empresas audiovisuais cariocas recebem da RioFilme um crédito proporcional ao número de ingressos vendidos no ano anterior pelos filmes que produziram e lançaram.

Através da análise dos dados foi possível verificar que o percentual recuperado do primeiro modelo – GRUPO A – foi de 94% (noventa e quatro por cento) e a do segundo modelo – GRUPO B – de foi 26% (vinte e seis por cento). A partir disso conclui-se que é possível em ambos os modelos obter restituição financeira direta, possibilitando a retroalimentação da RioFilme para investimentos em novas obras audiovisuais.

Vale destacar que o segundo modelo – GRUPO B – possui somente um ano de faturamento analisado, o que limita o cenário de dados, principalmente a restituição do investimento.

Adicionalmente, em uma análise geral dos investimentos nas obras audiovisuais por gênero nos anos de 2009 até 2013, fica evidenciado que a restituição é menor do que o investimento realizado, sendo a comédia o que chega mais próximo do valor investido, recuperando 92% (noventa e dois por cento) na média.

Os investimentos realizados nas obras audiovisuais do gênero comédia apresentaram restituições mais satisfatórias, pois em 2011 e 2012 a restituição foi positiva, ou seja, o faturamento foi superior ao investimento.

Dentre as 50 (cinquenta) obras audiovisuais analisadas, apenas 14 (quatorze) propiciaram restituição superior ao investimento, dentre os quais 8 (oito) são do gênero de comédia.

Diante do exposto, para a RioFilme tornar-se economicamente independente de recursos externos, faz necessária a adoção de medidas capazes de equalizar os investimentos em obras audiovisuais com restituição positiva e com restituição nula ou negativa.

Importante destacar que pôde ser evidenciada mudança na predileção dos gêneros das obras audiovisuais que receberam investimento no ano de 2013: foram mantidos investimentos no gênero comédia e drama, não ocorreram investimentos nos gêneros de animação, aventura e documentário, e ocorreram investimentos no gênero romance, o que demonstra uma mudança na escolha do gênero de obras audiovisuais das próprias empresas, possivelmente diante da baixa arrecadação nos gêneros de animação, aventura e documentário nos anos anteriores.

Por fim, apesar da não disponibilidade de dados referentes a restituição completa do ano de 2013, pois como dito anteriormente o prazo médio para finalização da restituição dos investimentos é de 2 (dois) anos após a realização do aporte financeiro, e que o corte do valor faturado foi 2014, permite-se concluir que ambos os modelos proporcionam restituição financeira, possibilitando desta forma um processo de retroalimentação financeira da RioFilme para investimentos em novas obras audiovisuais, sendo interessante para estudos futuros contemplar a receita total auferida nos investimentos realizados em obras audiovisuais no ano de 2013, bem como análise dos investimentos e restituições dos anos de 2014 e posteriores do modelo de investimento reembolsável meritocrático automático.

## REFERÊNCIAS

BAHIA (Estado). **LEI Nº 7.015 DE 09 DE DEZEMBRO DE 1996**. Dispõe sobre a concessão de incentivo fiscal para financiamento de projetos culturais, e dá outras providências. Disponível em: <[http://siic.cultura.ba.gov.br/pdfs/Lei\\_7015\\_de\\_09-12-1996\\_-\\_Criacao\\_FAZCULTURA\\_-\\_Com\\_Alts\\_de\\_2005\\_e\\_2010.pdf](http://siic.cultura.ba.gov.br/pdfs/Lei_7015_de_09-12-1996_-_Criacao_FAZCULTURA_-_Com_Alts_de_2005_e_2010.pdf)>. Acesso em: 07 set. 2015.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.htm)>. Acesso em: 08 set. 2015.

BRASIL. **LEI Nº 7.505, DE 2 DE JULHO DE 1986**. Dispõe sobre benefícios fiscais na área do imposto de renda concedidos a operações de caráter cultural ou artístico. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/LEIS/L7505.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L7505.htm)>. Acesso em: 06 set. 2015.

BRASIL. **LEI Nº 8.685, DE 20 DE JULHO DE 1993**. Cria mecanismos de fomento à atividade audiovisual e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/LEIS/L8685.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8685.htm)>. Acesso em: 07 set. 2015.

BRASIL. **LEI Nº 9.784 , DE 29 DE JANEIRO DE 1999**. Cria mecanismos de fomento à atividade audiovisual e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/LEIS/L8685.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8685.htm)>. Acesso em: 19 set. 2015.

CESNIK, Fábio de Sá; BELTRAME, Priscila Akemi. **Globalização da Cultura**. São Paulo: Manole, 2005.

CRIBARI, Isabela (Org.). **Economia da Cultura**. Recife: Massangana, 2009.

**FOMENTO E FINANCIAMENTO À CULTURA: Quais os Principais Desafios?** São Paulo: Instituto Pensarte, 2003. 16 p.

FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO (Belo Horizonte) (Comp.). **Diagnóstico dos Investimentos em Cultura no Brasil**. 3. ed. Belo Horizonte: Ministério da Cultura, 1998.

HOWKINS, John. **The Creative Economy**. 1ª ed. London: Penguin Books, 2001.

IKEDA, Marcelo. **Cinema Brasileiro a partir da Retomada: Aspectos econômicos e culturais**. São Paulo: Summus Editorial, 2015.

MARCIAL, Elaine Coutinho; GRUMBACH, Raul José dos Santos. **Cenários prospectivos: como construir um futuro melhor**. Rio de Janeiro: FGV, 2002.

MATARAZZO, Dante Carmine. **Análise financeira de balanços: abordagem básica e gerencial**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MINAS GERAIS (Estado). **LEI Nº 17.615, DE 4 DE JULHO DE 2008**. Dispõe sobre a concessão de incentivo fiscal com o objetivo de estimular a realização de projetos culturais no Estado. Disponível em:

<[http://www.fazenda.mg.gov.br/empresas/legislacao\\_tributaria/leis/2008/117615\\_2008.htm](http://www.fazenda.mg.gov.br/empresas/legislacao_tributaria/leis/2008/117615_2008.htm)>. Acesso em: 07 set. 2015.

RANGEL, Manoel. **O mercado audiovisual brasileiro e os desafios para uma regulação convergente**. Rio de Janeiro: ANCINE, 2013. Disponível em: <<http://www.portalclubedeengenharia.org.br/arquivo/1344889441.pdf/documentos>>. Acesso em: 06 abr. 2015.

REIS, Ana Carla Fonseca (Org.). **ECONOMIA CRIATIVA como estratégia de desenvolvimento**: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural, 2008.

RIO DE JANEIRO (Estado). **DECRETO Nº 28.444 DE 29 DE MAIO DE 2001**. Dispõe sobre a concessão de incentivos fiscais para realização de projetos culturais a que se refere a Lei nº 1.954/92. Disponível em: <[http://alerjln1.alerj.rj.gov.br/decest.nsf/532ff819a4c39de50325681f0061559e/d98554d9a067db8703256c31006e3f1b?OpenDocument#\\_Section2](http://alerjln1.alerj.rj.gov.br/decest.nsf/532ff819a4c39de50325681f0061559e/d98554d9a067db8703256c31006e3f1b?OpenDocument#_Section2)>. Acesso em: 06 set. 2015.

RIO DE JANEIRO (Estado). **LEI Nº 1954, DE 26 DE JANEIRO DE 1992**. Dispõe sobre a concessão de incentivos fiscais para realização de projetos culturais e dá outras providências. Disponível em: <<http://alerjln1.alerj.rj.gov.br/CONTLEI.NSF/f25571cac4a61011032564fe0052c89c/1e79176fdefadbee0325651c005292c0?OpenDocument>>. Acesso em: 06 set. 2015.

RIO DE JANEIRO (Estado). **LEI Nº 3555, DE 27 DE ABRIL DE 2000**. Modifica a Lei nº 1.954/92 que trata do incentivo à cultura e dá outras providências. Disponível em: <<http://gov-rj.jusbrasil.com.br/legislacao/90949/lei-3555-00>>. Acesso em: 06 set. 2015.

RIO DE JANEIRO (Município). **DECRETO Nº 31025, DE 25 DE JANEIRO DE 2009**. Fixa Metas e Indicadores de Desempenho para a Distribuidora de Filmes S.A. - Riofilme, Entidade Integrante da Administração Pública Municipal Indireta, a serem objeto de Contrato de Gestão Celebrado com o Município do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, RJ, Disponível em: <<http://smaonline.rio.rj.gov.br/ConLegis/ato.asp?32095>>. Acesso em: 03 nov. 2013.

RIO DE JANEIRO (Município). **LEI Nº 1672, DE 25 DE JANEIRO DE 1991**. Cria a Distribuidora de Filmes S.A. - RioFilme e dá outras providências. Disponível em: <<http://smaonline.rio.rj.gov.br/ConLegis/ato.asp?24134>>. Acesso em: 01 nov. 2013.

RIO DE JANEIRO (Município). **LEI Nº 1940 DE 31 DE DEZEMBRO DE 1992**. Dispõe sobre incentivo fiscal para o apoio à realização de projetos culturais, no âmbito do município. Disponível em: <<http://mail.camara.rj.gov.br/APL/Legislativos/contlei.nsf/7cb7d306c2b748cb0325796000610ad8/bef994fe2e6c6a95032576ac0073359a?OpenDocument>>. Acesso em: 06 set. 2015.

RIO DE JANEIRO (Município). **LEI Nº 5.553, DE 14 DE JANEIRO DE 2013**. Institui no âmbito do Município do Rio de Janeiro o incentivo fiscal de ISS em benefício da produção de projetos culturais e dá outras providências. Disponível em: <<http://mail.camara.rj.gov.br/APL/Legislativos/contlei.nsf/4ecaed88fc225893032579d600620cce/e92622ad94d853e603257af5006c6bbd?OpenDocument>>. Acesso em: 06 set. 2015.

SÃO PAULO (Município). **LEI Nº 10.923, DE 30 DE DEZEMBRO DE 1990.** Dispõe sobre incentivo fiscal para realização de projetos culturais, no âmbito do Município de São Paulo. Disponível em: <<http://ww2.prefeitura.sp.gov.br/arquivos/secretarias/financas/legislacao/Lei-10923-1990.pdf>>. Acesso em: 06 set. 2015.

SARAVIA, Enrique. Que financiamento para que cultura? O apoio do setor público a atividade cultural. *Revista de Administração Pública – RAP*. Rio de Janeiro, ed. 33, n. 1: p. 89-119, Jan/Fev, 1999.

SARCOVAS, Yacoff. **O incentivo fiscal no Brasil.** In: *Teoria e Debate*, São Paulo, nº 62, 2005. Disponível em: <<http://www.teoriaedebate.org.br/index.php?q=materias/cultura/o-incentivo-fiscal-no-brasil&page=0,0>>. Acesso em: 06 set. 2015.

\_\_\_\_\_, Yacoff. **Políticas Públicas & Gestão Cultural.** In: *artes.com*, 2005. Disponível em: <<http://artes.com/sys/sections.php?op=view&artid=34>>. Acesso em: 06 set. 2015.

SOLOT, Steve (Org.). **The Brazilian Audiovisual Industry:** An explosion of creativity and opportunities for partners. Rio de Janeiro: LATC, 2012.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** Porto Alegre: Bookman, 2001.  
YÚDICE, George; MILLER, Toby. **Política Cultural.** Barcelona: Gedisa, 2004.