



A POLÍTICA DE FOMENTO AO AUDIOVISUAL NO BRASIL E O LUGAR DA TV¹

THE POLICY FOR THE AUDIOVISUAL PROMOTION IN BRAZIL AND THE TV PLACE

Kátia Morais ²

Resumo: Este artigo busca apresentar os elementos que, entende-se, configuram a base da Política Nacional de Fomento ao Audiovisual no Brasil e, a partir disso, discutir o lugar que vem sendo dedicado à televisão. Defende-se que a articulação em torno dos agentes Ancine, Fundo Setorial do Audiovisual, Lei da TV Paga e Programa Brasil de Todas as Telas pode contribuir para uma reconfiguração no mercado nacional de audiovisual, com revisão do papel dos canais e programadoras de TV, que tendem a se converter em grandes gestoras da produção de conteúdos. Metodologicamente o trabalho se desenvolve com base em revisão de literatura, levantamento de dados da Política de Fomento e do mercado nacional de TV. Resultados preliminares apontam para tendências ao atendimento às demandas do setor empresarial; à possibilidade de ampliação do perfil da produção audiovisual no país, pela inserção das produtoras independentes; ao estímulo ao desenvolvimento de novos formatos e de novas práticas de negociação entre os agentes.

Palavras-Chave: Ancine. Fomento. Televisão.

Abstract: This article aims to present the elements that, as it assumes, provide the basis of the National Policy for the Audiovisual Promotion in Brazil and, from that, discuss the place that has been dedicated to television. It defends that the articulation around the agents Ancine, Audiovisual Sector Fund, the Pay TV Law and Brazil of All Screens Program can contribute to a reconfiguration in the national audiovisual market, with review of the role of channels and TV programmers, which tend to turn into great managers of content production. Methodologically the work is developed based on literature review, data collection of the Development Policy and the national TV market. Preliminary results indicate trends to meeting the demands of the business sector; to the possibility of expanding the profile of audiovisual production in the country, by the insertion of independent producers; to the stimulus for the development of new formats and new practices of negotiation among agents.

Keywords: Ancine. Promotion. Television.

¹ Trabalho apresentado ao GT7- Políticas de Comunicação do VI Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (VI COMPOLÍTICA), na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), de 22 a 24 de abril de 2015.

² Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia (PósCom/UFBA) orientada pelo prof. Dr. Othon Jambeiro. Professora Assistente da Universidade do Estado da Bahia (UNEB), Departamento de Ciências Humanas-DCH1. E-mail: katiamorais01@gmail.com.

1. Introdução

As decisões dos governos em formular políticas públicas e o resultado destas ações representam sempre a conformação de uma série de variáveis, institucionais e não institucionais. Das regras às conjunturas, a compreensão sobre como certas demandas se convertem em ação de governo com desenhos específicos passa por identificar disputas e grupos de interesse envolvidos.

No campo da comunicação audiovisual no Brasil, a atuação do Estado na formulação de políticas aparece historicamente em contextos de forte poder de articulação do mercado, o que torna este um ator importante nos processos através dos quais as ações têm sido pensadas para o setor. Parte-se de audiovisual na perspectiva de um setor produtivo que envolve produção, distribuição/comercialização, exibição e infraestrutura de serviços, constituindo-se como uma das cadeias mais complexas e dinâmicas da contemporaneidade (MIGUEZ et. al., 2010). Linguagens como televisão, cinema, vídeo e jogos eletrônicos compõem este campo, com destaque para os dois primeiros.

No aspecto da regulação, de regimes autoritários a governos democráticos, a concentração no Executivo federal tem sido uma característica ressaltada nas ações políticas empreendidas para as Comunicações. Outro fator é o tímido avanço na formulação de políticas capazes de responder às demandas apresentadas por grupos representantes da sociedade civil. Nem mesmo os últimos governos apoiados por plataformas de democratização da comunicação tem escapado a esta tendência.

Tendo em vista o cenário marcado por uma indústria com forte poder de articulação e pressão, associado a uma lenta movimentação do Estado pelas vias da regulação, este artigo defende a tese de que a ação do governo federal no campo do audiovisual têm priorizado o fomento público à produção de conteúdos, com vistas ao desenvolvimento industrial do setor. Para isso, o Estado tem desenvolvido um conjunto de ações e programas articulados a ponto de se justificar a creditação de tais iniciativas a uma Política de Fomento ao Audiovisual no país.



Argumenta-se que, em seu estágio atual, esta Política se desenvolve pela articulação entre os seguintes atores centrais: Agência Nacional do Cinema (Ancine), Fundo Setorial do Audiovisual (FSA), Programa Brasil de Todas as Telas e Lei da TV Paga (Lei 12.485/2011).

Tendo em vista os objetivos das ações e programas desta Política, a televisão assume lugar relevante, o que se demonstra pelo crescente investimento nas linhas de financiamento exclusivas para o setor, a maioria com ênfase na TV por assinatura.

Este trabalho se destina a apresentar as bases em que a Política de Fomento ao Audiovisual se assenta, por meio de uma abordagem sobre o papel dos quatro atores centrais neste processo. A partir disso, busca-se discutir o papel da televisão dentro da Política em implementação, tratando de pontos como as prioridades para o setor, principais atores, metas da Política, ações em execução e progressão dos recursos investidos nos últimos anos.

Metodologicamente, a argumentação se desenvolverá com base em discussão teórica recorrendo a debates tratados pela literatura de Ciência Política e das Políticas de Comunicação; levantamento de documentos orientadores da Política de Fomento ao Audiovisual; levantamento de dados sobre o mercado de televisão no Brasil; e sobre fomento público a partir de ações coordenadas pela Ancine.

2. Antecedentes históricos e políticos

A literatura da Ciência Política trata como consensual a ideia de governo enquanto ente executor de políticas públicas, ou seja, falar em política pública é, necessariamente, falar em ação do Estado. Dentre os conceitos mais difundidos está o de Dye (1995), para quem política pública é tudo aquilo que o Estado decide ou não fazer.

Na mesma linha, Deubel entende o termo como o conjunto de programas e ações que “representa a cristalização de um momento no estado da relação de forças entre os distintos atores que intervêm no processo de definição das regras do jogo” (DEUBEL, 2002, p.19). Celina Souza sugere o conceito de Laswell como

sendo o mais conhecido: “decisões e análises sobre política pública implicam responder às seguintes questões: quem ganha o quê, por quê e que diferença faz” (SOUZA, 2006, p.25).

No campo do audiovisual no Brasil, a abordagem sobre processos de políticas públicas pelo viés da Ciência Política implica considerar já de partida tratar-se de um setor com uma trajetória relativamente desenvolvida em termos de indústria, mas ainda tímida se pensada na perspectiva da ação do Estado.

As origens do audiovisual nacional são marcadas por uma clara separação entre cinema e televisão (SIMIS, 2010) e, especialmente no caso da segunda, pelo controle por poucos grupos, em sua grande maioria ligados a elites econômicas e políticas. Essa demarcação é acompanhada pela implementação de bases legais também dissociadas, compondo arenas de lutas distintas e fragmentando os esforços voltados para o exercício do produzir audiovisual no Brasil.

Se a base da política nacional cinematográfica começa a se desenhar em 1932 em forma de decreto³ (SIMIS, 2010), o arcabouço legal que rege a TV é implantado em 1962 com o Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT- Lei nº 4.117/1962), documento que ainda hoje regulamenta a radiodifusão no país. As emissoras já implantadas naquela época tinham sede em cidades próximas ao poder central e haviam sido organizadas pela lógica do mercado. Este instituiu em alguma medida suas regras internas à revelia da ação do Estado⁴.

O CBT foi forjado no contexto da política centralizadora do regime militar, que implantou uma estrutura de telecomunicações no país sob o pretexto de integração nacional e contemplando demandas do setor empresarial de comunicação então estabelecido (JAMBEIRO, 2001). Data deste período a criação de órgãos como a Empresa Brasileira de Telecomunicações (Embratel), em 1974, e a Empresa Brasileira de Radiodifusão (Radiobrás), em 1975.

Os primeiros governos pós-redemocratização pouco avançaram na constituição de um arcabouço que desse conta de corrigir o perfil concentrador do

³ Decreto nº 21.240. Institui a obrigatoriedade de filmes educativos.

⁴ A chegada da primeira emissora de televisão, TV Tupi, em 1950, coincide com um momento de intensa industrialização e mudanças estruturais no país, com uma progressiva migração populacional do campo para as áreas urbanas. Tudo isso alicerçado pela política desenvolvimentista do Estado Novo de Getúlio Vargas (1937-1945), calcada na substituição das importações pela produção local e tendo no Estado o seu principal investidor.

mercado de comunicação, em especial o audiovisual. A Constituição de 1988 vai dedicar o capítulo V à Comunicação Social, destacando-se os artigos 220, 221 e 223, referentes à complementaridade entre os sistemas público, estatal e comercial de televisão⁵. Passados quase trinta anos da promulgação da Carta Magna, muitos artigos do capítulo V ainda carecem de regulamentação, comprometendo a efetividade daquelas regras.

A representatividade da radiodifusão no Congresso Nacional e seu poder de barganha junto ao Executivo garantiram ainda que o setor escapasse à regulação da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel). O órgão foi criado em 1997 com proposta inicial de atendimento aos setores de telecomunicações e de radiodifusão, em um período de efervescência no surgimento de agências reguladoras, durante gestão do presidente Fernando Henrique Cardoso.

Quando o presidente Luís Inácio Lula da Silva assumiu a presidência, em 2003, criou-se uma expectativa de que finalmente se efetivaria um conjunto de políticas para a comunicação, especialmente o audiovisual, interesse deste artigo, e que se alcançaria a regulamentação dos artigos da Constituição que tratam da Comunicação Social. Tendo em vista que “a formulação de políticas públicas constitui-se no estágio em que os governos democráticos traduzem seus propósitos e plataformas eleitorais em programas e ações que produzirão resultados ou mudanças no mundo real” (SOUZA, 2006, p.26), esse ânimo decorreu do fato de um candidato do Partido dos Trabalhadores (PT) ter chegado ao poder central, movido por uma plataforma de campanha que dialogava com demandas sociais de diversas categorias, dentre as quais o movimento pela democratização da comunicação.

Em duas gestões do presidente Luís Inácio, seguidas de um primeiro mandato da também presidente petista Dilma Rousseff, e um segundo mandato recém-iniciado, pode-se afirmar que o campo da comunicação conta com alguns avanços, mas que não chegam a caracterizar uma ampla plataforma de políticas capaz de dar conta dos problemas reivindicados à agenda do Estado. Alguns autores chegam a afirmar que os únicos avanços durante o governo Lula para as

⁵ Na prática, o Brasil conta efetivamente com o sistema comercial estabelecido e um sistema público que se confunde com o estatal.

políticas de comunicação foram a criação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), em 2008, para gerir o sistema de televisão público brasileiro, e a realização da I Conferência Nacional de Comunicação (Confecom), em dezembro de 2009 (GOMIDE; HAJE, 2013). No caso da Confecom, que tinha como proposta formular diretrizes políticas para o setor, as medidas não chegaram a ser implementadas.

Em 2011, a presidente Dilma Rousseff promulgou a Lei 12.485⁶, que estabelece as normas de funcionamento do sistema de TV Paga, em substituição à Lei do Cabo (Lei 8.977/1995). Mais uma vez, em um momento de ampla discussão sobre a quebra de monopólios e oligopólios da comunicação, o setor da radiodifusão permaneceu intocável.

Existem atualmente, portanto, marcos legais distintos para TV aberta (CBT) e TV Paga (Lei da TV Paga) e somente a segunda entra no guarda-chuva da Anatel. Não existe ainda hoje no Brasil uma agência reguladora para fiscalizar as atividades comerciais da radiodifusão. Como lembra Marques (2013), “os atores se mobilizam não apenas para influenciar o processo de decisão, mas para limitar ou ampliar o que entra ou não entre nesse processo, o que denominam de ‘mobilização de vies’” (MARQUES, 2013, p.30).

Assim, o que se tem de ações e programas na Política para o Audiovisual na última década decorre de articulações entre demandas, interesses e possibilidades de efetivação dentro de um conjunto de regras que estabelecem limites e orientações. Diante da impossibilidade de um Estado regulador mais presente- seja por conta de um mercado com forte poder de articulação e barganha, seja pelo que interessa ou não ao Estado em termos de política pública- a tese defendida por este trabalho é de que as intervenções do governo federal no setor do audiovisual têm priorizado o fomento público, com vistas ao desenvolvimento de uma indústria para o setor e para isso tem desenvolvido um conjunto de ações articuladas a ponto de se falar em uma Política de Fomento para o Audiovisual.

O argumento principal é que tal direcionamento tem sido possível e com chances de avanços sobretudo pelo fato de os atores ligados ao segmento do mercado não terem seu lugar ameaçado e, mais do que isso, os investimentos

⁶ A Lei do Acesso Condicionado (Lei da TV Paga) foi regulamentada pela Resolução nº 581 de 2012.

beneficiarem diretamente esta categoria. Ao mesmo tempo, as ações preveem medidas indutoras à diversificação da produção audiovisual pelo estímulo à ampliação das produtoras audiovisuais independentes na cadeia produtiva do audiovisual e, por meio destes atores, estímulo a uma produção mais diversa e contemplando produções de diferentes partes do país.

Dentro deste argumento, defende-se que a Política de Fomento ao Audiovisual em implementação no Brasil tem se estruturado em torno de quatro pilares centrais: Agência Nacional do Cinema (Ancine), Fundo Setorial do Audiovisual (FSA), Programa Brasil de Todas as Telas e Lei da TV Paga, que serão explorados a seguir.

3. A constituição de uma Política de Fomento ao Audiovisual

Do latim *fomentum*, a palavra fomento significa acalantar, abrigar. Na Administração Pública, “trata-se de auxiliar o desenvolvimento e o exercício de uma atividade privada, que se supõe de interesse público” (MENDONÇA, 2010, p.116), o que justifica o desenvolvimento de mecanismos públicos de fomento para o audiovisual no Brasil.

Tais mecanismos são desenvolvidos pela União, estados e municípios. Na esfera da União, estas ações se dividem entre fomento indireto (incentivos fiscais), fomento direto e o Fundo Setorial do Audiovisual (FSA), considerado inovador ao propor um conjunto de ações articuladas para o desenvolvimento da indústria do audiovisual.

Todas essas ações são geridas pela Agência Nacional do Cinema (Ancine). A tabela abaixo mostra os principais mecanismos de fomento para o desenvolvimento de atividades do audiovisual no Brasil:

TABELA 1
Mecanismos de fomento geridos pela Ancine

	FOMENTO INDIRETO	GOVERNO	ATIVIDADES
1991	Lei Rouanet (Lei nº 8.313): institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac)	Governo Fernando Collor	Cinema
1993	Lei do Audiovisual (Lei nº8.685):	Governo Itamar Franco	Cinema e TV

	cria mecanismos de fomento à atividade audiovisual		
2001	Artigo 39 da MP 2228-1/01 ⁷ : trata das isenções da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional (Condecine)	Governo Fernando Henrique Cardoso	Cinema
	FOMENTO DIRETO	GOVERNO	ATIVIDADES
2005	Prêmio Adicional de Renda (PAR) : premia as empresas de acordo com o desempenho comercial dos filmes brasileiros no mercado de salas de exibição do país.	Governo Lula	Cinema
2006	Programa ANCINE de Incentivo à Qualidade do Cinema Brasileiro (PAQ) : concede apoio financeiro às empresas produtoras em razão da premiação ou indicação de longas-metragens brasileiros, de produção independente, em festivais nacionais e internacionais	Governo Lula	Cinema
2012	Programa Cinema Perto de Você -instituído pela Lei 12.599, busca ampliar o mercado interno de cinema e acelerar a implantação de salas de exibição pelo país.	Governo Dilma Rousseff	Cinema
	FUNDO	GOVERNO	ATIVIDADES
2006 ⁸	Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) : instituído pela Lei 11.437, é um fundo destinado ao desenvolvimento articulado de toda a cadeia produtiva da atividade audiovisual no Brasil.	Governo Lula	Cinema, TV e infraestrutura para o setor do audiovisual

FONTE- Elaborado pela autora.

Como demonstra a tabela acima, de todas as ações de fomento ao audiovisual implementadas pelo governo federal no Brasil durante diferentes períodos, o Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) é a única que propõe uma

⁷ MP 2228-1/2001: Estabelece princípios gerais da Política Nacional do Cinema, cria o Conselho Superior do Cinema e a Agência Nacional do Cinema - ANCINE, institui o Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Nacional - PRODECINE, autoriza a criação de Fundos de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional - FUNCINES, altera a legislação sobre a Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional e dá outras providências.

⁸ As primeiras linhas de financiamento do FSA foram lançadas em 2008.

articulação entre todos os elos da cadeia produtiva, abrigando cinema, televisão e infraestrutura. Essa característica coloca o FSA em posição de destaque dentre os mecanismos de fomento executados pelo Estado brasileiro.

No fomento indireto, a Lei do Audiovisual prevê critérios de financiamento à produção de obras cinematográficas para pessoas jurídicas (até 3% do IR) e pessoas físicas (até 6% do IR). Com a modificação pela Lei nº 10.454 de 2002, ficam autorizados incentivos fiscais também para exibição, distribuição e infraestrutura. Apesar dessa ampliação, há neste mecanismo um foco nas atividades da indústria do cinema.

Já a Lei Rouanet estabelece os critérios de renúncia fiscal de pessoas físicas (até 6% do IR) e jurídicas (até 4% do IR) para o financiamento de projetos culturais aprovados no Ministério da Cultura e conta com operacionalização mais simples em relação aos demais mecanismos. Uma das grandes críticas ao fomento indireto é a transferência da responsabilidade dos investimentos em produções culturais do Estado para a iniciativa privada, podendo comprometer a isonomia na seleção dos projetos a serem financiados.

A necessidade da formulação de ações políticas de fomento capazes de contemplar uma articulação entre os processos e agentes da cadeia do audiovisual e a dificuldade em promover o desenvolvimento do setor por meio de ações pontuais e fragmentadas já havia sido apontada por autores dedicados ao tema (SIMIS; MARSON, 2010).

Ao gerir os mecanismos de financiamento implementados na esfera federal, a Ancine⁹, ocupa um lugar importante como órgão direcionador da Política de Fomento ao Audiovisual. Com papel consolidado nas ações de regulação e fomento, a Agência superou a Secretaria do Audiovisual, (SAV), órgão criado em 1990 com a função de “propor a política nacional do cinema e do audiovisual, bem como políticas, diretrizes gerais e metas para o desenvolvimento da indústria audiovisual e cinematográfica brasileira”¹⁰.

⁹ Recursos dentro da Lei Rouanet são geridos pela Ancine quando um projeto é beneficiado por “mecanismos audiovisuais”. Nos demais casos, é gerida pelo Ministério da Cultura.

¹⁰ <http://www.cultura.gov.br/secretaria-do-audiovisual-sav>

Desde 2003 a SAV vem sendo reconfigurada para propor ações e programas que dialoguem com a Política Nacional do Cinema e Audiovisual e com o Plano Nacional de Cultura. O planejamento para 2015 prevê a discussão sobre o reposicionamento da Secretaria na governança da política para o audiovisual junto à Ancine. Na configuração atual, a Secretaria tem priorizado ações voltadas para o acompanhamento de projetos com caráter experimental e à formação de profissionais para atuação no mercado de audiovisual.

Embora não haja formalmente um documento que defina a existência de uma Política Nacional de Fomento ao Audiovisual, e entendendo uma Política como o conjunto de programas e ações, pelo viés da Ciência Política, é possível identificar que atores se destacam na tomada de decisões do governo voltadas para o financiamento do mercado audiovisual, seja pelos recursos que mobilizam, pelas propostas que defendem ou pela perspectiva com que tratam esta indústria.

Neste sentido, entende-se que a Política de Fomento ao Audiovisual se desenha no cenário atual pela conformação entre quatro pilares centrais, que serão a partir agora abordados. Embora a participação de outros agentes deva ser considerada, argumenta-se que a conformação entre os que serão aqui explorados é o que define o atual desenho da Política em implementação, tendo em vista o alto grau de investimento do governo federal em ações articuladas entre estes atores para o desenvolvimento de uma indústria do audiovisual no país.

3.1. Ancine

A Ancine foi criada em 2001 com atribuições de fomento, regulação e fiscalização do mercado do cinema e vem tendo suas ações ampliadas a ponto de ocupar atualmente lugar central na Política Nacional de Fomento ao Audiovisual¹¹. Em 2003, a Agência foi removida para a estrutura do Ministério da Cultura. Trata-se da única agência governamental que acumula *status* regulador e fomentador.

¹¹ A Ancine foi criada durante gestão do presidente Fernando Henrique Cardoso (FHC), inicialmente vinculada ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. A tentativa de substituição da Ancine pela Ancinav, em 2004, para cobrir todo o campo do audiovisual, não contou com o apoio do segmento de radiodifusão, inviabilizando a efetivação do projeto.

Enquanto a ação reguladora da Agência só atinge o mercado cinematográfico, as ações de fomento se destinam atualmente tanto ao cinema quanto à televisão.

Os objetivos da Ancine se orientam em duas direções: a) desenvolver uma indústria forte, competitiva e auto-sustentável; b) promover diversificação e fortalecimento da produção independente e das produções regionais. Em 2013, o órgão publicou o Plano de Diretrizes e Metas para o Audiovisual, contendo as estratégias e prioridades de investimentos para o setor até 2020. Lembrando Celina Souza (2006), uma política pública é uma ação a longo prazo e não resolve um problema. Ao invés disso, cria marcos através dos quais os atores se movimentam.

Para implementar as metas propostas, a Ancine conta com mecanismos de fomento, dentre os quais se destaca o Fundo Setorial do Audiovisual.

3.2. FSA

O Fundo Setorial do Audiovisual foi criado pela Lei 11.437/2006 destinado ao financiamento de programas e projetos voltados para o desenvolvimento das atividades audiovisuais no Brasil. Suas linhas de ação foram inauguradas em 2008 e em 2013 foram ampliadas a partir do Regulamento Geral do Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Audiovisual brasileiro (Prodav)¹². Desde então, as ações do Fundo Setorial tem sido permanentemente aprimoradas, com aumento gradativo dos recursos investidos e criação de novas linhas de financiamento.

O FSA é uma categoria específica do Fundo Nacional de Cultura (FNC), criado em 1986 e reestruturado em 1991, constituindo-se como um importante mecanismo de fomento para as políticas culturais no país. O FNC, por sua vez, está atrelado ao Plano Nacional de Cultura (2010), instrumento que institucionaliza as políticas culturais no Brasil.

Grande parte dos recursos do Fundo é oriunda da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional (Condecine)¹³ e do Fundo

¹² O Regulamento Geral do Prodav foi instituído pelo artigo 4º da Lei nº 11.437, de 28 de dezembro de 2006 e passou a estabelecer as diretrizes e condições de operação de investimentos nas linhas Prodav. O documento em vigor orienta as ações para o setor entre 16 de dezembro de 2013 e 31 de dezembro de 2016.

¹³ Além do mercado cinematográfico, o recolhimento da Condecine passa a ser devido em transações na TV Paga a partir da Lei 12.485.

de Fiscalização das Telecomunicações (Fistel), ambos contribuições recolhidas dos agentes de mercado. Isso significa que os próprios recursos se originam do mercado do audiovisual, em um movimento cíclico de dinamização da cadeia.

A estrutura do Fundo Setorial é composta por um Comitê Gestor, uma Secretaria Executiva e Agentes financeiros, conforme figura a seguir:

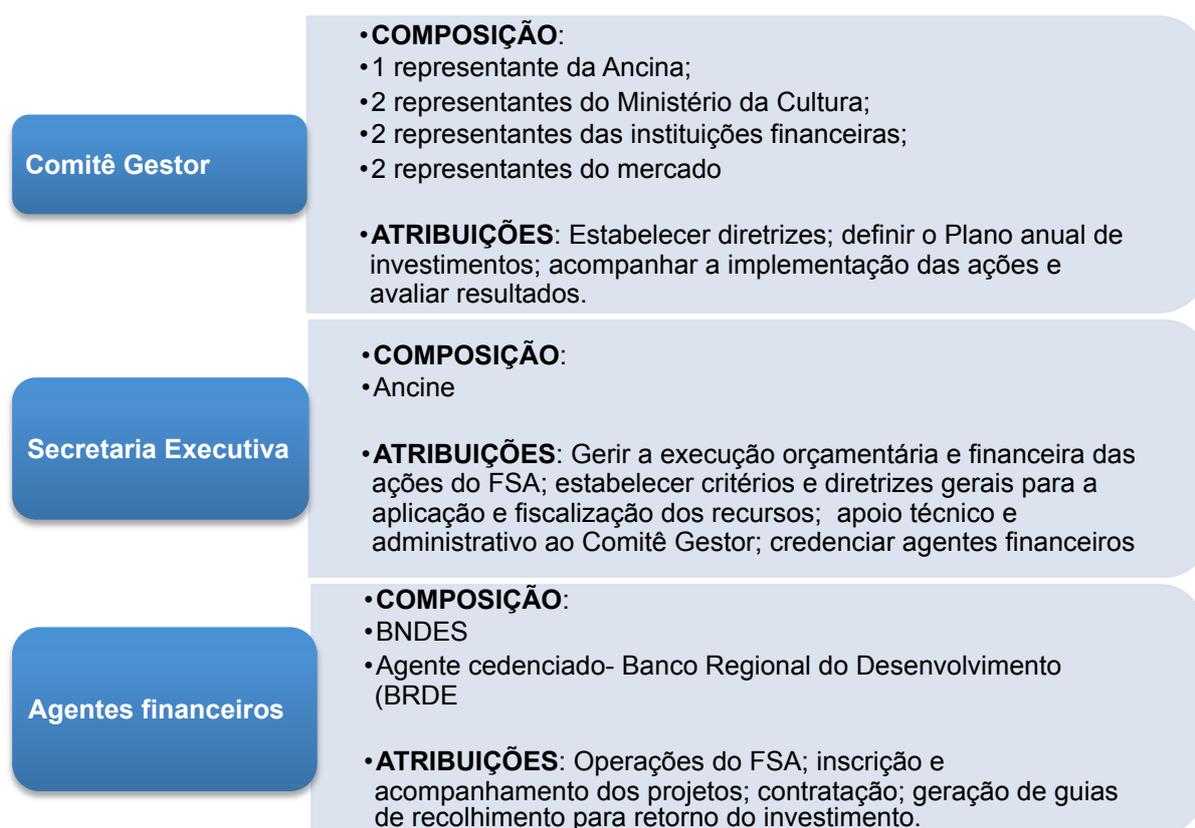


FIGURA 1- Estrutura do Fundo Setorial do Audiovisual
 FONTE- Elaborado pela autora com base em informações da Ancine

Pela estrutura acima fica evidente o papel de destaque da Ancine na gestão e orientação das ações desenvolvidas com recursos do FSA. Além disso, a participação de agentes do mercado no Comitê Gestor indica um alinhamento entre as demandas apresentadas por este segmento e as diretrizes do Fundo, o que, em termos de política pública, é um aspecto a ser considerado.

A grande inovação do FSA em relação aos demais mecanismos de fomento ao audiovisual existentes no país está na proposta de desenvolvimento desta

indústria por meio de parcerias entre agentes em diferentes níveis do processo produtivo. Há linhas de ação para segmentos distintos do audiovisual e, internamente em cada linha, modalidades de financiamento para fases da produção, exibição e distribuição de conteúdos audiovisuais.

Por esse caminho, um ponto relevante é o estímulo à inserção das produtoras audiovisuais independentes¹⁴ como agentes produtoras, em parceria com canais de TV, programadoras e distribuidoras. Isso requer das produtoras um grau de profissionalização que permita negociação com empresas já consolidadas no mercado, o que se faz relevante sobretudo pensando a inserção de pequenas e médias produtoras brasileiras independentes no circuito comercial.

Estas articulações ficam mais claras pela identificação das linhas de financiamento trabalhadas pelo Fundo Setorial, divididas em três grandes categorias: Prodecine- cinema; Prodav- televisão, incluindo os sistemas de radiodifusão, TV Paga e vídeo por demanda; e Proinfra- infraestrutura para a indústria do audiovisual, o que inclui infraestrutura técnica, modernização dos serviços e formação e capacitação de profissionais. O Proinfra abriga linhas de financiamento tanto para o mercado de TV quanto o circuito de cinema.

Nas linhas de investimento dedicadas ao mercado de televisão, o que interessa mais diretamente neste trabalho, o FSA vem implementando modalidades de investimento diversificadas, com vistas a atingir segmentos variados da cadeia. A dinâmica de operacionalização, normas e diretrizes das atividades voltadas para o mercado de televisão no âmbito do Fundo Setorial estão dispostas no Regulamento Geral do Prodav, publicado em 2013.

Em 2014 foram lançada as modalidades Núcleos criativos (Prodav 03), Laboratórios de desenvolvimento de projetos (Prodav 04), Desenvolvimento de projetos de obras seriadas, não seriadas e formatos (Prodav 05) e Produção de conteúdos para TV's Públicas (Prodav 08 a 12). As modalidades de financiamento

¹⁴ O conceito de produção independente que orienta as ações políticas para o setor surge em 2008, por meio da menção a conteúdo de produção independente como “todo aquele cuja empresa produtora, detentora majoritária dos direitos patrimoniais sobre a obra, não tenha qualquer associação ou vínculo, direto ou indireto, com empresas de serviço de radiodifusão de sons e imagens ou prestadoras de serviço de veiculação de conteúdo eletrônico” (BRASIL, 2008).

dentro das linha Prodav do FSA e seus respectivos direcionamentos estão descritos na tabela abaixo:

TABELA 2
Linhas de financiamento FSA- Prodav

Módulo	Linha de financiamento	Perfil do proponente	Objetivo
Produção e comercialização	Prodav 1: Produção de conteúdos para O mercado de TV	Produtoras brasileiras independentes com cadastro na Ancine	Seleção, em regime de fluxo contínuo, de projetos de produção independente de obras audiovisuais brasileiras, destinadas ao mercado de televisão, no formato de obra seriada de ficção, documentário e animação e de telefilmes documentários. É exigido contrato de pré-licenciamento com programadora/canal de TV.
	Prodav 2: Programação de conteúdos para TV	Programadoras brasileiras de TV aberta e TV Paga com cadastro na Ancine	Suporte financeiro destinado à programação de conteúdos para televisão, descrito na Seção II do Capítulo V do Regulamento Geral do PRODAV. Os projetos devem contar com contrato de licenciamento e pode estar em qualquer fase de produção.
Desenvolvimento	Prodav 3: Núcleos criativos ¹⁵ para desenvolvimento de carteira de projetos.	Produtoras brasileiras independentes registradas na Ancine; Empresas brasileiras que não apresentem, em seu instrumento de constituição, a atividade econômica principal de produção audiovisual	Seleção de propostas de Núcleos Criativos para o desenvolvimento de Carteira de Projetos de obras audiovisuais seriadas, não seriadas de longa-metragem e de formatos de obra audiovisual. Os projetos devem se destinar à TV aberta, TV Paga ou vídeo por demanda (VOD). Máximo de 05 projetos por cartela.
	Prodav 4: Laboratório de desenvolvimento de projetos de obras seriadas, não seriadas e formatos	Produtoras brasileiras independentes registradas na Ancine	Apoio financeiro para o desenvolvimento de projeto de obra ou formato audiovisual destinado à exploração comercial no segmento TV Paga, TV Aberta, Salas de Exibição ou Vídeo por Demanda (VOD).
	Prodav 5: Desenvolvimento de projetos de	Produtoras brasileiras independentes registradas na Ancine	Seleção de propostas de Desenvolvimento de Projetos de obras audiovisuais seriadas e não

¹⁵ Designa-se Núcleo Criativo a reunião de profissionais criadores, organizados por empresa brasileira independente e sob a direção de um Líder indicado por esta, com a finalidade de desenvolver de forma colaborativa uma Carteira de Projetos de obras audiovisuais.

	obras seriadas, não seriadas e formatos		seriadas de longa-metragem e de formatos de obra audiovisual, brasileiros de produção independente. As propostas devem se destinar aos segmentos de TV paga, TV aberta, salas de exibição ou vídeo por demanda (VOD).
Suporte financeiro automático	Prodav 6	Produtoras brasileiras independentes, distribuidoras e programadoras de TV cadastradas na Ancine	Financiamento a produções independentes por intermédio de 3 módulos: a) produção: produtoras independentes; b) programação: programadoras/ canais em TV aberta e fechada; c) distribuição: para distribuidoras no mercado de salas de exibição
	Prodav 7: PAQ	Produtoras brasileiras independentes cadastradas na Ancine.	Destinado à produção de obra audiovisual brasileira de produção independente, nos gêneros ficção, animação ou documentário. As obras devem ter sido premiadas por júri oficial nas categorias direção ou melhor filme.
TV's Públicas	Prodav 08: região Norte Prodav 09: região Nordeste Prodav 10: região Centro-oeste Prodav 11: região Sudeste Prodav 12: região Sul	Produtoras brasileiras independentes cadastradas na Ancine	Seleção, em regime de concurso público, de projetos de produção independente de obras audiovisuais brasileiras, com destinação inicial ao campo público de televisão (segmentos comunitário, universitário, e educativo e cultural).

FONTE- Elaborado pela autora a partir da dados do FSA

Em seis anos, o FSA investiu R\$ 961.019.867 milhões nas linhas Prodav e Prodecine. O salto foi de R\$ 37 milhões em 2008, início das operações, para R\$ 548 milhões no exercício 2013.

O prazo de retorno dos investimentos realizados nos projetos audiovisuais começa a ser contabilizado a partir da entrega dos relatórios de comercialização, a contar da data da primeira exibição comercial da obra, de acordo com os critérios estabelecidos pelas Chamadas Públicas. Até 2013, o retorno financeiro ao Fundo foi de R\$ 11,5 milhões, o que representa 41% dos recursos investidos em projetos nas linhas Prodecine e Prodav (MINC; ANCINE, 2014).

3.3. Programa Brasil de Todas as Telas

A partir de 2014 a aplicação de maior parte dos recursos do FSA tem se dado por meio do Programa Brasil de Todas as Telas. O programa foi lançado em atendimento ao Plano de Diretrizes e Metas para o Audiovisual (ANCINE, 2013) e propõe parcerias público-privadas e novos modelos de negócios para os agentes no mercado do audiovisual brasileiro.

Estes modelos dizem respeito à estruturação lógica com vistas a obter retorno do investimento e orientam as relações entre mercado, Estado e público. Autores inseridos na discussão sobre o desenvolvimento de uma indústria do audiovisual no Brasil tem defendido a necessidade de atacar este gargalo (CANNITO, 2010; MIGUEZ et. al., 2010).

Ao funcionar como uma espécie de filtro de distribuição dos recursos do Fundo Setorial do Audiovisual, o Brasil de Todas as Telas prevê ações a partir de quatro eixos centrais: 1) Desenvolvimento de projetos, roteiros, marcas e formatos; 2) Capacitação e formação profissional; 3) Produção e difusão de conteúdos brasileiros; 4) O Programa Cinema Perto de Você.

Dentre as iniciativas específicas a partir das diretrizes do Programa, destacam-se:

- 1) capacitação profissional para o mercado do audiovisual em parceria com o Ministério da Educação, por meio do Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego - PRONATEC Audiovisual. Alguns cursos já vem sendo oferecidos desde 2014;
- 2) uma linha de produção para TVs públicas (comunitárias, universitárias, educativas e culturais) nos 27 estados do país. A linha foi lançada em 2014 pelo FSA, (conforme descrito na Tabela 2);
- 3) o novo Sistema de Suporte Financeiro Automático, para injetar recursos nas empresas que apresentarem resultados de comercialização, facilitando o seu planejamento. O suporte também está em fase de execução por meio do FSA;
- 4) parcerias internacionais e editais de baixo orçamento e de documentários, por meio de atividades coordenadas pela Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura;

5) estímulo a políticas regionais de fomento, por intermédio de parcerias inéditas com os governos locais. Este processo foi iniciado em 2014, quando foram contemplados estados como Bahia, Sergipe, Santa Catarina e Rio Grande do Sul, com editais na Linha Prodav.

3.3. Lei da TV Paga

O quarto elemento central na implementação da Política de Fomento ao Audiovisual no Brasil é a Lei 12.485/2011- Lei do Acesso Condicionado, mais conhecida como Lei da TV Paga. O mecanismo substituiu a Lei do Cabo e tem sido vista como um importante instrumento para dinamizar o mercado nacional de televisão, criando espaço para a implementação dos investimentos previstos pelo Fundo Setorial do Audiovisual.

Um dos aspectos fundamentais da Lei da TV Paga está na obrigatoriedade da veiculação de conteúdos nacionais (cota de tela) por canais classificados como espaço qualificado. Estes se referem aos canais na TV por assinatura cuja programação é composta predominantemente por filmes, séries, animações e documentários. Com a Lei, estes canais são obrigados a dedicar 3 horas e 30 minutos semanais de seu horário nobre à veiculação de conteúdos audiovisuais brasileiros, com o mínimo da metade desse percentual desenvolvido por produtora brasileira independente, e aqui se concentra um aspecto importante deste dispositivo.

Ao prever a veiculação de conteúdos de produção independente como requisito para preenchimento de 50% da cota de tela nos canais de espaço qualificado, a Lei 12.485 funciona como um indutor das diretrizes organizadas pela Ancine, por meio de recursos do Fundo Setorial em parceria com o Programa Brasil de Todas as Telas. Segundo dados da Agência atualizados em 2014, dos 201 canais de TV Paga em operação no Brasil, 142 se enquadram na classificação de espaço qualificado.

Assim, considerando a articulação entre cada um dos agentes descritos acima, defende-se que o Brasil conta hoje com uma Política de Fomento ao

Audiovisual centrada na articulação entre os quatro agentes acima descritos, cada um cumprindo funções específicas. A figura 2 sintetiza esta proposta:

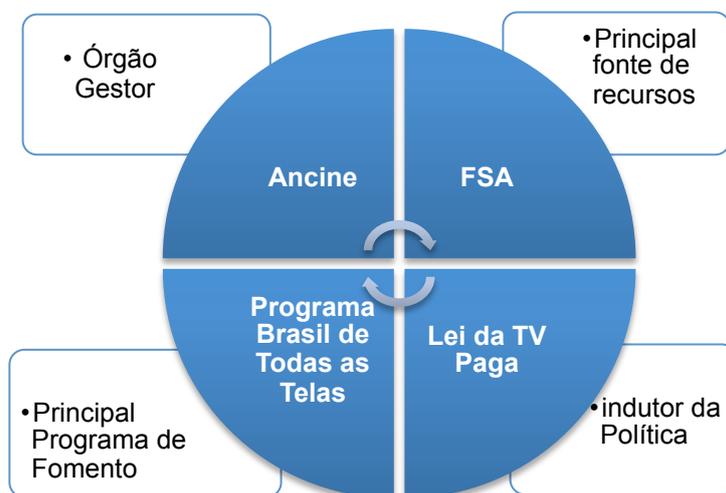


FIGURA 2- Os pilares da Política de Fomento ao Audiovisual no Brasil
 FONTE- Elaborado pela autora

4. O lugar da televisão

A televisão entra no debate e na formulação de ações dentro da Política de Fomento ao Audiovisual no Brasil mais efetivamente a partir de 2013, quando a publicação do Regulamento Prodav (FSA) vem estabelecer diretrizes de aplicação de recursos do Fundo Setorial para este mercado, unindo-se a outros agentes como a Ancine e Lei da TV Paga.

Mais recentemente, o Programa Brasil de Todas as Telas vem intensificando as ações para este segmento, sobretudo ao indicar parcerias entre mecanismos de fomento ao audiovisual e estados subnacionais, além da formação e do aprimoramento de ações para as TV's Públicas. Antes deste desenho, o que havia eram ações pontuais de fomento, mas sem uma articulação entre as fases do processo produtivo, dificultando a inserção dos conteúdos independentes no circuito comercial.

No atual desenho da Política Nacional de Fomento ao Audiovisual tratada neste trabalho, sustenta-se que a discussão central sobre o lugar dedicado à

televisão passa por dois pontos principais: 1) a conformação entre atender a demandas de ampliação dos espaços de produção e diversificação dos conteúdos *versus* lidar com um mercado forte (radiodifusão) que migra para a TV Paga e ali também se articula para exercer controle, orientando as regras internas do mercado e buscando ter também suas demandas contempladas pelo Estado; 2) os desafios gerados pela convergência, inerente ao campo da TV e que impõe aos agentes a necessidade de novas posturas, considerando novos públicos, novas demandas e novas telas de exibição (ANCINE, 2013), incluindo-se aqui como as ações de fomento são planejadas tendo em vista estes desafios.

Sobre o primeiro ponto, um dos grandes avanços na composição da atual Política é a obrigatoriedade do pré-licenciamento de projetos como um requisito para que produtoras independentes e programadoras de TV concorram a recursos do Fundo Setorial do Audiovisual, um expediente pouco explorado por mecanismos anteriores. O pré-licenciamento neste caso se refere à comercialização de projetos desenvolvidos por produtoras audiovisuais independentes junto a canais/programadoras de televisão como requisito para participação das seleções públicas promovidas pelo Fundo Setorial. Do mesmo modo, programadoras só podem concorrer aos editais na Linha Prodav 02 para solicitar investimento em projetos por elas licenciados e desenvolvidos por produtoras independentes.

Esse mecanismo induz o estabelecimento de parcerias entre produtoras e canais/programadoras de TV na perspectiva de complementariedade de funções e da inserção dos primeiros como novos *players* na cadeia. Enquanto se amplia o perfil dos produtores de conteúdos com a chegada destes novos agentes-potencialmente contribuindo para uma maior diversidade de conteúdos na televisão e desconcentração no processo produtivo- o lugar privilegiado ocupado pelos canais e programadoras tende a não sofrer grandes ameaças, uma vez estes atores se mantem no controle do processo de exibição de conteúdos e tem autonomia para estabelecer critérios de produção junto às produtoras com as quais negociam, ou seja, exercem a gestão dos processos e do desenvolvimento dos conteúdos¹⁶.

¹⁶ Considerando as indicações da Ciência Política, faz sentido falar em incrementalismo (referencia), uma vez que a ação do Estado na indústria da televisão tem se dado dentro do que é possível



Também merece destaque a obrigatoriedade da cota de tela na TV Paga, que tem sido vista como um indutor importante à efetividade das ações previstas pelas diretrizes da Política, estimulando parcerias entre produtoras e programadoras. Decorrente de condicionantes como este, é possível identificar alguma movimentação de programadoras e produtoras independentes no sentido de desenvolver e aprimorar estratégias que ajudem a tirar proveito das ações de fomento. Criação de portais para cadastro de projetos, assessoria técnica e eventos para negociação entre produtores e exibidores podem ser citados como exemplos de iniciativas nesta direção.

No que toca ao segundo ponto- desafios gerados pela convergência- parece haver um esforço da Política de Fomento em acompanhar as permanentes demandas para o setor. As linhas Prodav já contemplam, por exemplo, jogos eletrônicos e vídeo por demanda como linguagens passíveis de financiamento dentro das linhas dedicadas à televisão. Além disso, o lançamento das linhas Prodav 3, 4 e 5 (ver Tabela 02) se dedicam ao desenvolvimento de projetos que proponham linguagens inovadoras, capazes de atender a novas demandas do meio, o que inclui perfil de público e novas telas de exibição, dentre outros fatores.

Os investimentos do FSA no financiamento de conteúdos para TV tem sido ampliados anualmente, juntamente com o lançamento de novas linhas. Em 2013, dos R\$ 238 milhões disponibilizados pelo Fundo para financiamento das linhas de cinema e televisão, R\$ 113 milhões foram destinados às linhas Prodav 01 a 05 (MINC, ANCINE, 2014). Naquele ano foram lançadas as linhas de desenvolvimento (Prodav 03 a 05).

Em 2014, a linha de Suplementação Regional entrou em operação, contando com recursos de R\$ 50 milhões para as regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste e para os estados de Minas Gerais e Espírito Santo. O estímulo à regionalização busca dinamizar a produção audiovisual pelo país de modo a enfrentar a concentração histórica nos centros produtores no eixo Rio-São Paulo.

negociar com os grupos envolvidos, neste caso com o setor empresarial da televisão que expande seu poder da radiodifusão para a TV Paga.

O último relatório de gestão publicado pelo Fundo Setorial do Audiovisual (MINC; ANCINE, 2014) confirma a expectativa em torno dos indutores regionais:

Observando os projetos apresentados na linha de produção de conteúdo para televisão já foi possível observar os efeitos da Lei 12.485/11 com a demanda por recursos para projetos de diferentes emissoras e programadoras. O próximo exercício reserva desafios ainda maiores ao FSA para atendimento de forma ampla, regionalizada e célere à demanda de investimento em conteúdo audiovisual, especialmente para o segmento de televisão por assinatura (MINC; ANCINE, 2014, p. 24).

Paralelamente e em reforço, investimentos em infraestrutura e modernização da indústria a partir das diretrizes do Programa Brasil de Todas as Telas podem contribuir para a dinamização do mercado de televisão, e do audiovisual de modo geral, na perspectiva de atendimento aos novos desafios impostos pela convergência, somado a outros inerentes a esta indústria. A revisão dos modelos de negócios adotados no mercado de televisão também figura como um ponto na pauta do Programa.

Quanto à relação entre TV aberta e TV Paga, as ações do Estado parecem priorizar a segunda, o que faz sentido tendo em vista as brechas geradas pela Lei da TV Paga, já citadas neste texto. Na radiodifusão, o Código Brasileiro de Telecomunicações dificulta uma atuação mais efetiva por parte do Estado. Nos casos em que isso ocorre como parte das ações de fomento, tem sido priorizados investimentos no desenvolvimento de conteúdos para emissoras de TV Pública.

5. Considerações Finais

Historicamente no Brasil, a elaboração das políticas de comunicação tem sido marcada por um cenário de forte poder de barganha e de pressão por grupos econômicos e políticos sobre o Estado, influenciando a composição das políticas públicas desenhadas para o setor ao longo dos mais variados períodos históricos e políticos, e perpassando projetos de governo distintos.

Se o Estado regulador não consegue se fazer presente de modo satisfatório, pelo menos na perspectiva das categorias que reivindicam a democratização da comunicação, a agenda política parece indicar esforços ao desenvolvimento e aprimoramento de mecanismos voltados para a dinamização do setor pelas vias de

um Estado fomentador. No audiovisual, fala-se no desenvolvimento de uma indústria auto-sustentável e competitiva, projeto encabeçado pela Ancine na esfera da União.

Recentes ações nesta direção tem demonstrado um esforço do governo federal em desenhar e implementar um conjunto de ações e programas que configuram uma Política de Fomento ao Audiovisual, articulando as fases do processo produtivo e estimulando a negociação entre agentes produtores e distribuidores. Chama a atenção neste movimento como cinema e televisão, que se constituíram nacionalmente enquanto indústrias por vias dissociadas, passam agora a compor um mesmo conjunto de ações, embora conservem algumas especificidades inerentes aos seus processos produtivos.

O lugar da televisão nesta conjuntura está por se definir. As maiores expectativas giram em torno de uma divisão na execução das etapas de produção e exibição, com a inserção de novos agentes (*players*) no circuito e consequente redefinição do papel das programadoras e emissoras de televisão, sobretudo na TV Paga. A aposta é de que estas empresas passem a se concentrar cada vez mais na gestão dos conteúdos e dos processos, seja com produção própria, seja em parcerias com o segmento independente.

A compreensão sobre essas dinâmicas do mercado, internamente e em sua relação com o Estado, passa por considerar conformações como: o papel desempenhado por programadoras e por produtoras independentes, como se posicionam e se articulam; as especificidades dos sistemas de TV aberta e TV Paga, considerando o atendimento a demandas do mercado e dos públicos; o êxito ou não dos indutores regionais executados pela Política de Fomento tendo em vista as finalidades a que se propõem; o nível de inovação alcançado pelos projetos financiados nas linhas de Desenvolvimento; relações com mercados internacionais; o nível de profissionalização das produtoras independentes; a (re)configuração dos modelos de negócios; a movimentação dos canais e programadoras diante de novos direcionamentos da Política (poder de pressão e barganha) e diante das produtoras independentes (capacidade de controle dos processos).

O que se tem é um projeto amplo e audacioso onde as ações voltadas para televisão vem sendo objeto de revisão e ampliação, respaldadas pelo Plano de Metas da Ancine para o audiovisual até 2020, pelo Regulamento Geral do Prodav e consequente (re)definição de linhas de financiamento do FSA, pela Lei da TV Paga e pelo Programa Brasil de Todas as Telas, além de regras e procedimentos complementares.

Embora as diretrizes da Política carreguem o potencial de dinamizar o setor por meio do atendimento a algumas demandas dos movimentos ligados ao debate da democratização dos meios, é preciso considerar que aqueles que historicamente vem conseguindo ter suas demandas contempladas também são agentes neste momento de redesenho e implementação da Política para o audiovisual, o que deve interferir na configuração do setor mesmo com maior intervenção do Estado.

Sobretudo partindo do princípio de que a Política de Fomento busca interferir no mercado do audiovisual e que as regras deste mercado são conduzidas pelas grandes empresas de comunicação, parece claro que o atendimento às demandas deste setor tendem a figurar como prioritárias dentro das ações propostas no âmbito da Política. Para além das regras de funcionamento estabelecidas pelo Estado, o mercado de televisão instituiu suas leis internas de funcionamento, orientando as dinâmicas na indústria, sobretudo na negociação com outros agentes. Assento no Comitê Gestor do FSA para representantes do mercado, seu poder de pressão via representação no Legislativo e via entidades representativas do mercado são elementos reforçam este entendimento.

Assim, quando se fala na possibilidade de uma reconfiguração do mercado de televisão nos termos defendidos por este trabalho, não há uma referência à perda de espaço por parte dos canais e programadoras para as produtoras independentes, mas uma readequação daquelas a partir da inserção destes novos *players*. Não se acredita em um enfraquecimento de espaço/poder pelos canais e programadoras, mas em alterações em sua atuação no mercado, passando de produtores exclusivos para gestores dos processos e dos conteúdos.

Uma vez que as ações da Política de Fomento tem sido pensadas para resultados em sua maioria a médio prazo, o cenário que se apresenta neste



momento não é ainda suficiente para afirmações mais assertivas. Os resultados que virão poderão dizer mais sobre a implementação da Política de Fomento ao Audiovisual e sua repercussão no mercado nacional de televisão.

Referências

AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA. **Plano de diretrizes e metas para o audiovisual**: o Brasil de todos os olhares para todas as telas. 1a edição, julho/2013. Rio de Janeiro: ANCINE, 2013. 182 p.

CANNITO, Newton. A televisão na era digital: políticas, interatividade, convergência e novos modelos de negócios. In: **Revista Observatório Itaú Cultural/OIC**, n.10, set/dez 2010, São Paulo, SP: Itaú Cultural, 2010, pp.67-73.

MINISTÉRIO DA CULTURA; AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA. Relatório Anual de Gestão do Fundo Setorial do Audiovisual- FSA: exercício de 2013. Rio de Janeiro, 2014.

DEUBEL, André Noel Roth. **Políticas públicas**: formulación, imlementación y evaluación. Bogodá: Ediciones Aurora, 2002.

DYE, Thomas R. **Understanding public policy**. 8. ed. Canada: Prentice Hall; New Jersey: Englewood Cliffs, 1995.

GOMIDE, Carla; HAJE, Lara. Brasil: algumas conquistas, grandes desafios. In: GERALDES; HAJE; RAMOS; LEAL (orgs.). **Políticas de Comunicações**: um estudo comparado Brasil, Espanha, Estados Unidos, México e Venezuela. Salamanca, ES: Comunicación social Ediciones y publicaciones 2013.

Jambeiro, O. (2000). **Regulando a TV**: uma visão comparativa no Mercosul. Salvador: EDUFBA, 2000.

JAMBEIRO, Othon. **A TV no Brasil no século XX**. Salvador: EDUFBA, 2001.

LEAL FILHO, Laurindo. **Atrás das câmeras**: relações entre cultura, Estado e televisão. São Paulo: Summus, 1988.

MARQUES, Eduardo C. As políticas públicas na ciência política. In: MARQUES, E.C.; FARIA, C. E. Pimenta. **A política pública como campo multidisciplinar**. São Paulo: Ed. UNESP, 2013, pp. 23-46.

MIGUEZ, Paulo; LOIOLA, Elisabeth; ALVES, Lynn; FERREIRA, Fábio; GONZAGA, Iara; RABINOVITZ, Karina. Diagnóstico do audiovisual baiano. In: **Infocultura- Economia do audiovisual na Bahia e no Brasil: estudos e reflexões**. V2.n5 (nov/2010)__. Salvador: Secretaria de Cultura do Estado da Bahia, Fundação Pedro Calmon, Centro de Memória e Arquivo Público da Bahia, 2010, p.83-117.

SIMIS, Anita. Cinema e política cinematográfica. In: BOLAÑO, César; GOLIN, Silvia; BRITTOS, Valério. **Economia da arte e da cultura**. São Paulo: Itaú Cultural; São Leopoldo: Cepos/Unisinos; Porto Alegre: PPGCOM/UFRGS; São Cristóvão: Obscom/UFS, 2010, p. 137-164.



Simis,A; Marson, M.(2010). Do cinema para o audiovisual. O que mudou? In: **Rumos Itaú Cultural**. *Percepções: cinco questões sobre políticas culturais*. São Paulo: Itaú Cultural, 2010, p.21-33.

SOUZA, Celina. Políticas públicas: uma revisão da literatura. **Sociologias**, Dez. 2006, nº16, p.20-45. ISSN 1517-4522. Disponível em : www.scielo.org.