



**Texto para Discussão 025 | 2023**

***Discussion Paper 025 | 2023***

# **As Diferenças Regionais do Mercado Audiovisual Brasileiro**

**Ary Vieira Barradas**

*Instituto de Economia, Universidade Federal do Rio de Janeiro*

**Kleyton da Costa**

*Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Informática (DI/PUC-Rio)*

This paper can be downloaded without charge from

<https://www.ie.ufrj.br/publicacoes-j/textos-para-discussao.html>

# **As Diferenças Regionais do Mercado Audiovisual Brasileiro**

**Outubro, 2023**

**Ary Vieira Barradas**

*Instituto de Economia, Universidade Federal do Rio de Janeiro*

**Kleyton da Costa**

*Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Informática (DI/PUC-Rio)*

# 1 Introdução

Entre o final da década de 1950 e meados da década de 1970 foram criados no Brasil vários órgãos estatais com o objetivo de formular e executar políticas governamentais que propiciassem o desenvolvimento da indústria cinematográfica nacional. Esse foi o caso da Embrafilme<sup>1</sup>, e do Concine (Conselho Nacional de Cinema), criado em 1976.

Medidas protecionistas foram criadas, tais como, obrigatoriedade de número de dias para a exibição do filme doméstico (Cotas de Tela), entre outras, não contribuíram da forma esperada para o desenvolvimento da indústria nacional. Houve num certo período a ampliação do número de salas de exibição e melhoria das condições de conforto para o público nas salas dos grandes circuitos localizados nas principais cidades, principalmente os que mantinham relações comerciais estreitas com os grandes estúdios distribuidores norte americano. Mas a grande maioria dos exibidores com salas localizadas nas cidades menores ou do interior não tinham recursos ou apoio para investirem na aquisição de modernos sistemas de projeção, de som, ou de conforto para o público, sem também terem acesso aos filmes produzidos de maior bilheteria.

Até a década de 80 as salas de projeção eram quase que exclusivamente a única forma de exibição das produções cinematográficas no Brasil. Não era o caso cinema norte-americano que, desde o início da década de 50, tinha relações estreitas com o mercado nascente de televisão<sup>2</sup>. No período de 1971 a 2022, verificamos que o setor de exibição passou por períodos de crescimento de público e outros de queda acentuada, conforme Barradas (2023). No mesmo período houve mudanças na legislação no tocante ao financiamento e estímulos da produção. No entanto, progressivamente, a exibição de

---

<sup>1</sup> Criada pelo decreto-lei Nº 862, de [12 de setembro](#) de [1969](#). Foi extinta em [16 de março](#) de [1990](#).

<sup>2</sup> A principal referência sobre a aproximação entre o cinema norte-americano e a televisão é o artigo clássico de Barry Litman, 1982. Segundo Litman, (1982,pp.33): “ *A ideia de uma simbiose econômica do cinema norte-americano e da indústria de televisão remonta à meados dos anos 1950, quando os grandes estúdios de Hollywood perceberam que sua sobrevivência econômica dependia de algum tipo de acomodação com a indústria emergente de televisão. Os maiores produtores de cinema não apenas encerraram seu boicote à televisão, mas transformaram-se em grandes fornecedores para as redes de todas as formas de produção, desde séries inéditas, para horário nobre e vespertina, como de filmes para salas de cinema e de filmes feitos especialmente para a TV.*”

filmes foi transformada pelas mudanças tecnológicas, originalmente com o aparecimento do vídeo doméstico, substituído mais tarde pelo DVD, e por outras tecnologias de vídeo físico, como o Blue Ray. Mas, atualmente, o mercado mais promissor é o de filme transmitido por meio da internet, sendo que para isso é possível usar vários suportes, tais como, o computador pessoal, os Tablets, os celulares, e também a TV por assinatura.

Apesar de todos os esforços ao longo da história o setor audiovisual brasileiro não desenvolveu de sua capacidade de competir com o cinema estrangeiro, mais precisamente com o cinema americano.

Mais recentemente, em 2001, através da Medida Provisória 2228-1, foi criada a Ancine – Agência Nacional de Cinema - que é o órgão federal responsável pelo financiamento do filme brasileiro de longa-metragem. Através do FSA – Fundo Setorial do Audiovisual, utilizando os programas, PRODECINE, PRODAVE, PROINFRA, e RECINE<sup>3</sup>, várias linhas de ação são lançadas periodicamente objetivando o financiamento dos projetos das empresas dos diferentes setores do Audiovisual localizadas nas UF -Unidades da Federação brasileira. A Tabela 1.1 nos mostra o total de projetos cinematográficos selecionados no período 2008 a 2013.

---

<sup>3</sup> PRODECINE - Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Brasileiro

PRODAVE - Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Audiovisual Brasileiro

PROINFRA - Programa de Apoio ao Desenvolvimento da Infraestrutura do Cinema e do Audiovisual

RECINE - Regime especial de tributação para desenvolvimento da atividade de exibição cinematográfica

---

**Tabela 1.1 – Projetos selecionados por Unidade da Federação**

UF/Ano	2008/2009	2009/2010	2011/2012	2012/2013	Total
BA		2	3	4	9
CE		1			1
DF	1	1	1	3	6
MG		1	2	1	4
PB			1		1
PE			1	1	2
PR		3	2	2	7
RJ	23	39	45	61	168
RS	1	4	4	4	13
SC				1	1
SP	13	43	23	54	133
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>94</b>	<b>82</b>	<b>131</b>	<b>345</b>

Fonte: Ancine – Relatório do FDSA – ano de 2013

Observamos que o maior número de projetos selecionados está no eixo Rio – São Paulo e conseqüentemente, a maior quantidade de recursos distribuídos pelos programas: RJ- Rio de Janeiro – 168.042.991 e SP - São Paulo – 148.454.069<sup>4</sup>.

A definição de políticas públicas, conforme (Ary e Kleyton)<sup>5</sup> para o desenvolvimento do setor audiovisual seja necessário inicialmente identificar os principais agentes – produtores, distribuidores, exibidores, e consumidores - das diversas Unidades da Federação e regiões brasileiras existentes com o fim de direcionar essas políticas. Afirmamos ainda, que se não houver equilíbrio na distribuição dos financiamentos, manteremos as distorções regionais existentes (propositais ou não) na capacidade de produção e exibição dos filmes nacionais. Neste trabalho nos fixaremos apenas na análise dos dados de financiamento distribuídos pelo FDSA, cujos objetivos são:

- Demonstrar que mesmo que haja a política de financiamento para o setor audiovisual, as distorções permanecem;

---

<sup>4</sup> Ancine - Relatório do FDSA – ano de 2013

<sup>5</sup> Artigo – Ary Barradas /Kleyton Fernandes - Política Industrial e o Setor Audiovisual brasileiro

- Identificar as diferenças regionais e possíveis regiões nos quais a Indústria apresenta potencial para se desenvolver;
- Identificar as diferenças regionais e possíveis regiões nos quais a Indústria para se desenvolver necessita de políticas mais amplas e maior quantidade de valores para o financiamento de projetos.

O trabalho será descrito em 4 etapas. Na primeira etapa, a introdução, na segunda, a definição e caracterização da metodologia utilizada, na terceira, a análise dos dados sobre o setor. Ao final, apresentaremos as conclusões do trabalho.

## **2 Metodologia**

Este trabalho é uma pesquisa explicativa que apresenta aspectos teóricos e aplicados onde usaremos o método qualitativo-quantitativo. Os aspectos teóricos são os que tratam das políticas industriais visando atender os objetivos da pesquisa. O método é aplicado tendo em vista que utilizaremos os resultados voltados para o setor audiovisual nacional obtidos usando a análise multivariada, que é um conjunto de métodos estatísticos que se tornam úteis quando se está lidando com uma grande quantidade de dados com muitas variáveis. Existem diversos métodos na Análise Multivariada, cada um explora os dados com objetivos diferentes buscando atingir os objetivos.

## **3 O Método de Agrupamentos**

### **3.1 Identificação das variáveis**

A tabela 3.1 abaixo, mostra a matriz de dados no ano de 2013. A variável “espectadores” representa o público total que foi ao cinema no ano de 2013 em cada unidade da federação. A variável “Renda” representa a renda bruta da bilheteria adquirida pela venda de ingressos, “Complexos” são o número de estabelecimentos de cinema existentes em cada região, podendo cada estabelecimento desses ser constituído de mais de uma sala de cinema. Dessa forma, a variável “Salas” representa a quantidade de salas de cinema na

região. A “população” mostra a quantidade de habitantes residentes naquela região, e “Preço Médio do Ingresso - PMI” é apenas uma divisão do montante total de renda pelo total de espectadores naquela Unidade da Federação.

A variável “Hab por Sala” é obtida utilizando as variáveis população e salas, e nos mostra quantos habitantes em média a região tem para cada sala, sendo assim, quão menor for essa razão melhor, pois nos mostra maior oferta de salas de cinema no estado.

A variável IPC mede o nº de espectadores (ingressos) per capita.

O “Público por sala”, por sua vez, representa a demanda por cinema na região, que é o número de habitantes por salas existentes no estado.

O “PIB per capita” representa a renda média das pessoas que moram naquela região. Por fim, “Dens.TVA” é a densidade de TV por assinatura, e é dada pelo número de acessos de TV por assinatura por quantidade de domicílios na região no mês de dezembro de 2013.

**Tabela 3.1**  
**Matriz de Dados 2013**

UF	Espectadores <sup>1</sup>	Renda <sup>1</sup>	Complexos <sup>1</sup>	Salas <sup>1</sup>	Populacao <sup>1</sup>	Hab por Sala	Público por Sala	IPC	PIB per Capita <sup>2</sup>	PMI <sup>1</sup>	Dens. TVA <sup>3</sup>
SÃO PAULO	50.625.893	R\$ 641.926.983	208	893	43.663.669	48.895	56.692	1,16	R\$ 35.171	R\$ 12,68	45,81%
RIO DE JANEIRO	24.084.189	R\$ 285.794.514	84	311	16.369.179	52.634	77.441	1,47	R\$ 33.575	R\$ 11,87	41,76%
MINAS GERAIS	10.912.941	R\$ 114.649.427	70	213	20.593.356	96.682	51.234	0,53	R\$ 21.360	R\$ 10,51	20,56%
PARANÁ	8.074.104	R\$ 89.737.782	46	168	10.997.465	65.461	48.060	0,73	R\$ 25.366	R\$ 11,11	23,63%
RIO GRANDE DO SUL	7.062.324	R\$ 83.947.749	62	168	11.164.043	66.453	42.038	0,63	R\$ 27.109	R\$ 11,89	28,68%
DISTRITO FEDERAL	5.591.438	R\$ 71.624.263	14	81	3.476.598	42.921	69.030	1,61	R\$ 53.687	R\$ 12,81	48,16%
BAHIA	6.052.120	R\$ 61.212.067	26	93	15.044.137	161.765	65.077	0,40	R\$ 12.152	R\$ 10,11	12,27%
SANTA CATARINA	4.667.217	R\$ 54.468.759	34	109	6.634.254	60.865	42.819	0,70	R\$ 29.126	R\$ 11,67	27,20%
PERNAMBUCO	5.588.078	R\$ 61.605.810	19	82	9.208.550	112.299	68.147	0,61	R\$ 13.889	R\$ 11,02	12,47%
GOIÁS	4.111.667	R\$ 38.652.602	27	92	6.434.048	69.935	44.692	0,64	R\$ 20.995	R\$ 9,40	17,50%
AMAZONAS	3.197.430	R\$ 35.167.192	7	47	3.807.921	81.020	68.030	0,84	R\$ 18.354	R\$ 11,00	25,58%
CEARÁ	3.253.538	R\$ 35.583.953	13	49	8.778.576	179.155	66.399	0,37	R\$ 11.191	R\$ 10,94	12,55%
ESPIRITO SANTO	2.582.719	R\$ 29.997.745	17	56	3.839.366	68.560	46.120	0,67	R\$ 30.471	R\$ 11,61	18,82%
PARÁ	2.707.683	R\$ 30.671.498	12	47	7.999.729	170.207	57.610	0,34	R\$ 12.400	R\$ 11,33	12,51%
MATO GROSSO	2.057.520	R\$ 20.156.426	9	36	3.182.113	88.392	57.153	0,65	R\$ 27.688	R\$ 9,80	19,53%
RIO GRANDE DO NORTE	1.539.686	R\$ 16.761.730	5	29	3.373.959	116.343	53.093	0,46	R\$ 12.775	R\$ 10,89	18,92%
MARANHÃO	1.759.928	R\$ 19.144.573	6	33	6.794.301	205.888	53.331	0,26	R\$ 9.436	R\$ 10,88	7,59%
MATO GROSSO DO SUL	1.353.653	R\$ 15.856.054	6	28	2.587.269	92.402	48.345	0,52	R\$ 22.948	R\$ 11,71	20,82%
SERGIPE	1.104.278	R\$ 11.673.892	4	19	2.195.662	115.561	58.120	0,50	R\$ 13.812	R\$ 10,57	10,00%
PARAIBA	1.253.632	R\$ 12.214.498	6	26	3.914.421	150.555	48.217	0,32	R\$ 10.785	R\$ 9,74	11,38%
ALAGOAS	1.040.174	R\$ 10.795.299	4	14	3.300.935	235.781	74.298	0,32	R\$ 9.756	R\$ 10,38	11,29%
RONDONIA	679.336	R\$ 7.081.479	8	13	1.728.214	132.940	52.257	0,39	R\$ 18.519	R\$ 10,42	12,83%
PIAUI	539.968	R\$ 6.546.037	3	10	3.184.166	318.417	53.997	0,17	R\$ 8.805	R\$ 12,12	6,74%
TOCANTINS	582.099	R\$ 5.949.953	3	13	1.478.164	113.705	44.777	0,39	R\$ 14.401	R\$ 10,22	9,16%
RORAIMA	190.510	R\$ 2.233.993	1	6	488.072	81.345	31.752	0,39	R\$ 16.334	R\$ 11,73	13,65%
AMAPÁ	164.588	R\$ 1.899.494	2	4	734.996	183.749	41.147	0,22	R\$ 15.452	R\$ 11,54	15,69%
ACRE	413.573	R\$ 4.490.738	2	5	776.463	155.293	82.715	0,53	R\$ 13.518	R\$ 10,86	13,24%

**Observações:**

IPC = Ingresso per capita

PMI = Preço Médio do Ingresso

Dens. TVA = Densidade de TV por assinatura = # Acessos de TV por Assinatura (Anatel) / # Domicílios (Ipeadata)

**Fontes:**

<sup>1</sup> FilmeB. Disponível por meio de assinatura em: <http://www.filmeb.com.br/conteudo-exclusivo?r=node/81086>

<sup>2</sup> Ipeadata. Disponível em: <http://www.ipeadata.gov.br/>

<sup>3</sup> Anatel & Ipeadata. Disponível em: [http://ftp.anatel.gov.br/dados/Acessos/TV\\_por\\_Assinatura/Por\\_UF/csv/](http://ftp.anatel.gov.br/dados/Acessos/TV_por_Assinatura/Por_UF/csv/)

## 3.2 Características do Método

A análise de agrupamento tem como objetivo dividir os elementos da amostra, ou população, em grupos de forma que os elementos pertencentes a um mesmo grupo sejam similares entre si com respeito às variáveis (características) que neles foram medidas, e os elementos em grupos diferentes sejam heterogêneos em relação a estas mesmas variáveis (Mingoti, 2005). O primeiro passo dessa análise é decidir como medir a semelhança entre os elementos da amostra que pode basear-se nas similaridades ou diferenças das observações. Os diversos métodos de análise de agrupamento se diferenciam por usar medidas diferentes, cada tipo de medida produz um determinado tipo de agrupamento conforme mencionado pelo mesmo autor. Entretanto a maior parte desses métodos utilizam medidas de distância<sup>6</sup> para fazer os agrupamentos.

Os diversos métodos de análise de agrupamento podem ser divididos em dois tipos: métodos não-hierárquicos, nos quais é necessário estabelecer a priori o número de grupos que devem ser formados, e os métodos hierárquicos, que por sua vez podem ser classificados como aglomerativos ou divisivos.

Nos métodos hierárquicos aglomerativos, os grupos são formados por etapas, iniciando-se com “n” grupos, cada um contendo uma única observação, e terminando com um único grupo contendo “n” observações. Os métodos hierárquicos divisivos partem de um único grupo com “n” observações e terminam com “n” grupos, cada um com uma única observação. Nos dois casos, é tarefa do pesquisador escolher a melhor estrutura de grupos entre as “n” apresentadas no método.

Na presente análise, será utilizado o critério de Ward. Este é um método hierárquico e aglomerativo cuja medida de dissimilaridade utilizada para fazer as interações é a variância dentro de cada conjunto. Dessa forma o processo começa considerando cada elemento da amostra como um conjunto e é calculada a soma de quadrados dentro desses conjuntos da seguinte forma:

---

<sup>6</sup> Matriz de correlação: A matriz de correlação pode ser usada como medida de distância.



$$SS_i = \sum_{j=1}^{n_i} (X_{ij} - \bar{X}_i)'(X_{ij} - \bar{X}_i)$$

Onde,  $n_i$  representa o número de elementos no conjunto  $C_i$ ,  $X_{ij}$  é o vetor de observações do  $j$ -ésimo elemento da amostra que pertence ao  $i$ -ésimo conjunto,  $\bar{X}_i$  é o centroide (ponto no espaço das variáveis cujas coordenadas são as médias das variáveis dos elementos do grupo) do conjunto  $C_i$ ; e  $SS_i$  representa a soma de quadrados correspondente ao conjunto  $C_i$ . Logo a distância entre o conjunto  $C_1$  e  $C_i$  é dada por:

$$d(C_1, C_i) = \left[ \frac{n_1 n_i}{n_1 + n_i} \right] (\bar{X}_1 - \bar{X}_i)' (\bar{X}_1 - \bar{X}_i)$$

A distância “d” acima representa a soma de quadrados entre os conjuntos  $C_1$  e  $C_i$ . Em cada etapa do processo do método são agrupados os dois conjuntos que minimizam a distância d. Além disso, o método busca obter, com essas interações, sempre a menor soma das variâncias internas dos conjuntos  $SS_i$ . Portanto garantindo, no final, que teremos conjuntos bem homogêneos.

### 3.3 Aplicação do Método

Faremos a Análise de Agrupamento usando os dados apresentados na tabela 3.1 acima e utilizando o critério de Ward. Antes de aplicar o método de Ward, realizamos uma etapa de pré-processamento para lidar com valores ausentes e padronizar as variáveis numéricas. A normalização das variáveis é fundamental para garantir que todas as características tenham a mesma escala, evitando assim que determinadas variáveis dominem o processo de agrupamento devido às suas magnitudes.

Aplicamos o método de Ward ao conjunto de dados pré-processados, buscando identificar agrupamentos de estados com perfis semelhantes. A matriz de distâncias foi calculada com base nas características dos dados, e, em seguida, o algoritmo de segmentação aglomerativa foi utilizado para agrupar os estados de acordo com a minimização da variância dentro dos conjuntos obtidos.

### 3.4 Análise dos resultados

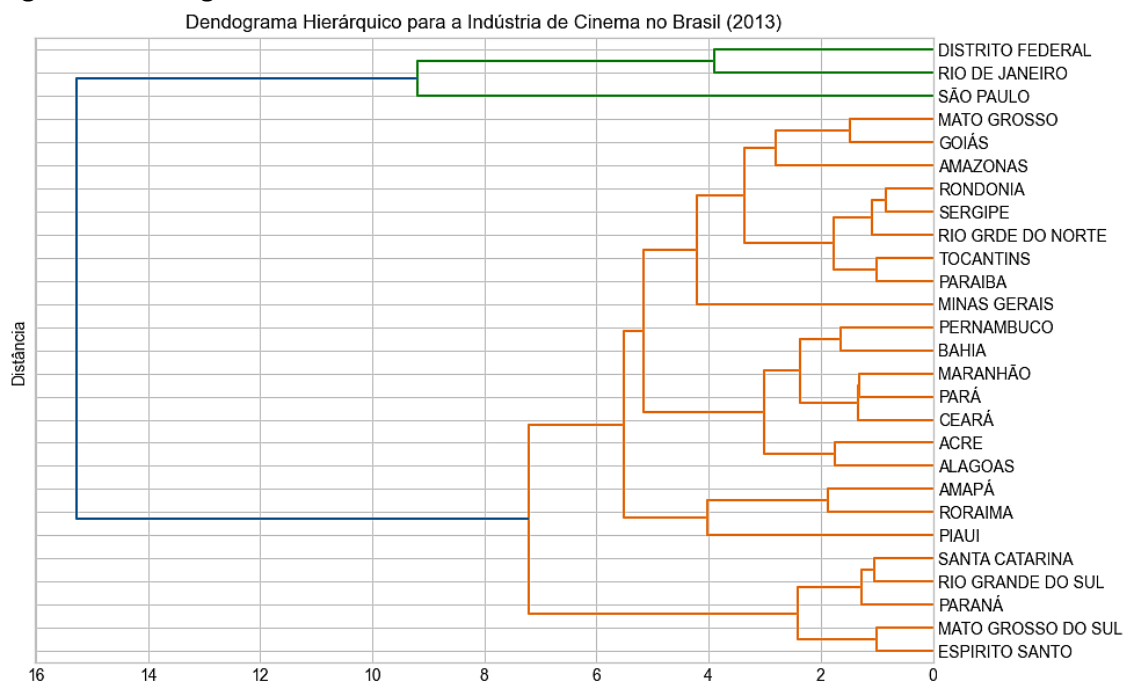
A partir dos resultados encontrados com o método de Ward, construímos o dendrograma para visualizar a estrutura hierárquica dos agrupamentos. O que nos permitiu identificar a formação de grupos em diferentes níveis de similaridade, facilitando a identificação de potenciais subgrupos estados da federação.

Os dados da Tabela 3.1, nos mostra que São Paulo, Rio de Janeiro, e Minas Gerais, são os estados que apresentam os maiores valores nas variáveis, Espectadores, Renda, Complexos, Salas, e População, enquanto São Paulo é o estado que apresenta valores superiores em relação a todos os demais estados da federação. Observamos que Rio de Janeiro e São Paulo, são os estados com maior número de projetos aprovados para o financiamento através do FDSA no período de 2008 a 2013; ver Tabela 1.1. Ainda na tabela 3.1, verificamos que em apenas 3 regiões do país têm o ingresso per capita acima de 1, São Paulo, Rio de Janeiro, e Distrito Federal. Isso quer dizer que em média os brasileiros vão ao cinema menos de uma vez por ano, o que é muito pouco. A indústria também é muito concentrada, principalmente em São Paulo e Rio de Janeiro. Os dois estados juntos detêm quase 50% do público do total de cinemas no país, e mais de 50% da renda total. Outro dado discrepante é o nº de salas; 54% das salas estão concentradas nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, e Minas Gerais.

Através do dendrograma, Figura 1, vemos que o Distrito Federal e o Rio de Janeiro apresentam similaridades quando olhamos para a matriz de distância dos dados. Enquanto São Paulo não apresenta similaridades com qualquer outro estado.

Foi possível identificar 3 grupos formados a partir dos cortes definidos. O Grupo 1, São Paulo, é o estado que lidera a produção e o faturamento da indústria cinematográfica no país. O Grupo 2 é composto pelos estados de desempenho médio, e o Grupo 3 é composto pelos demais estados, que apresentam um baixo desempenho em relação a todas as variáveis.

**Figura 1 - Dendograma**



Fonte: elaboração própria

A tabela 3.4 abaixo, apresenta o resumo estatístico para a soma dos valores das variáveis para o conjunto dos estados analisados. Os resultados fornecem informações sobre cada grupo identificado na Análise de Agrupamentos. Cada um deles possui um conjunto de características específicas que os diferenciam.

**Tabela 3.4 – Grupos identificados pelo Método de Agrupamento**

	<b>Grupo 1</b>	<b>Grupo 2</b>	<b>Grupo 3</b>
<b>Renda</b>	641.926.983,00	178.709.388,50	32.104.114,58
<b>Complexos</b>	208,00	49,00	16,33
<b>Salas</b>	893,00	196,00	56,67
<b>População</b>	43.663.669,00	9.922.888,50	5.760.007,50
<b>Hab por Sala</b>	48.895,00	47.777,50	130.115,54
<b>Público por Sala</b>	56.692,00	73.235,50	54.142,83
<b>IPC</b>	1,16	1,54	0,48
<b>PIB per Capita</b>	35.171,00	43.631,00	16.047,58
<b>PMI</b>	12,68	12,34	10,89
<b>Dens. TVA</b>	0,46	0,45	0,16

No Grupo 1 temos o estado de São Paulo, identificado pelo conjunto dos dados. É estado líder na produção e faturamento que apresenta um mercado consolidado. O Grupo 2 podemos afirmar que é constituído dos estados com potencial de crescimento e que apresentam oportunidades para expandir sua participação no mercado nacional, independente do volume de aprovação dos projetos no programa do FSA. Já o Grupo 3 é constituído dos estados que apresentam a participação reduzida na indústria cinematográfica, tanto em termos de produção quanto de público consumidor. São os estados que apresentam potencial de desenvolvimento, com oportunidades para aumentar a participação na indústria, desde que impulsionados por políticas públicas abrangentes que visem o desenvolvimento dessas regiões. Claro que a aprovação de maior número de projetos através do FDSA poderá ser um fator de contribuição.

## 4 Conclusão

Vimos inicialmente que o maior número de projetos selecionados para financiamento pelo FDSA está no eixo Rio – São Paulo, ou seja, são os estados que recebem maior quantidade de recursos para as suas empresas nos diferentes programas existentes. Ressaltamos que a definição de políticas públicas para o desenvolvimento do setor audiovisual seja necessário identificar os principais agentes das diversas Unidades da Federação e regiões brasileiras existentes com o fim de direcionar essas políticas. Afirmamos ainda, que se não houver equilíbrio na distribuição dos financiamentos, manteremos as distorções regionais (propositais ou não) na capacidade de produção e exibição dos filmes nacionais.

Os dados nos mostraram que São Paulo, Rio de Janeiro, e Minas Gerais, são os estados que apresentam os maiores valores nas variáveis, Espectadores, Renda, Complexos, Salas, e População, enquanto que São Paulo é o estado que apresenta valores superiores em relação a todos os demais estados da federação. Verificamos ainda que em apenas 3 regiões do país têm o ingresso per capita acima de 1, que são, São Paulo, Rio de Janeiro, e Distrito Federal. Isso quer dizer que em média os brasileiros vão ao cinema menos de uma vez por ano, o que é muito pouco. A indústria também é muito concentrada, principalmente em São Paulo e Rio de Janeiro. Os dois estados juntos detêm quase 50%

do público do total de cinemas no país, e mais de 50% da renda total. Outro dado discrepante é o nº de salas; 54% das salas estão concentradas nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, e Minas Gerais.

A segmentação dos estados através da Análise de Agrupamento revelou a existência de diferentes grupos de estados com características distintas. Os estados líderes em produção e faturamento apresentam um mercado consolidado, é o caso do Rio de Janeiro e o estado de São Paulo, que são os estados para os quais foram canalizados a maior quantia do FDSA para os financiamentos dos projetos nos 5 anos considerados. Demonstrou ainda que mesmo que se tenha política de financiamento para o setor audiovisual, as distorções entre as unidades da federação permanecem. Os resultados mostraram que há um grupo de estados que a indústria pode se desenvolver rapidamente nos próximos anos, formado por Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul e Minas Gerais. Mas também há os estados que não tem bons indicadores de desempenho que necessitam de mais incentivos por parte do governo para se desenvolverem; dentre esses grupos ainda existem alguns estados que mostram algum potencial como Espírito Santo, Amazonas e Pernambuco e também que existem outros estados em que a Indústria do Audiovisual tem um péssimo desempenho como Alagoas e Piauí. Na visão geral, a partir dos resultados, vê-se que os melhores desempenho dessa indústria se concentram na região Centro-Sul. Isto significa que mudanças no direcionamento de valores para o financiamento do setor audiovisual devam ser feitos diante da limitação de recursos. Sugerimos ao final do trabalho que deve-se distribuir o montante dos recurso de forma ponderada, com peso maior para os estados com potencial de desenvolvimento e para os de menor potencial, como identificado.

## Referências Bibliográficas

BARRADAS, AV. Análise da demanda do cinema no Brasil. Aguardando publicação

BARRADAS, A.V & PRADO, L. C.. Economia do cinema e do audiovisual: Um Resenha. Instituto de Economia - Universidade Federal do Rio de Janeiro. Texto para Discussão 005 | 2014.

BURLAMAQUI, L. e FAGUNDES, J. “Notas sobre a diversidade e regularidade no comportamento dos agentes econômicos: uma perspectiva neo-schumpeteriana” . In BARROS DE CASTRO, Antonio; POSSAS, Mário L.; PROENÇA, Adriano (Orgs). Estratégias empresariais na indústria brasileira: discutindo mudanças. Rio de Janeiro: Forense Universitária. 1996

COUTINHO, Luciano G. FERRAZ, J. Carlos. Estudo da Competitividade da Indústria Brasileira (ECIB). Ministério da Ciência e Tecnologia - MCT. 1994

GUIMARÃES, R. & SOUZA. Distribuição de Recursos na Indústria Cinematográfica - O Impacto da Carga Tributária. Registrado na Biblioteca Nacional sob número 013025.

LATTIN, JAMES; CARROLL, J. DOUGLAS & GREEN, PAUL E.. Análise de Dados Multivariados. Cengage Learning. 2011.

Lei nº 8.685, de julho de 1993

MINGOTI, SUELI APARECIDA. Análise de Dados Através de Métodos e Estatística Multivariada, Uma Abordagem Aplicada. Editora UFMG. 2007.

RODRIGUES, CRYSLAINE F. DA SILVA; FILHO, RICARDO SCHMIDT. O Processo de Industrialização Brasileiro: Repercussões e Perspectivas. XI Congresso Brasileiro de História Econômica. Setembro 2015

SILVA, E. R., LOPES, D. & MUNIZ, R..O Modelo Produtivo Cinematográfico Brasileiro: Dimensionando a Importância das Alianças entre os Atores do Campo. XXXVII Encontro da ANPAD. Setembro 2013.

## Sites

ANATEL. Acesso em 09/03/2023. Disponível em: <http://www.anatel.gov.br/institucional/>

ANATEL. Acesso em 09/06/2015. Disponível em: <http://www.anatel.gov.br/institucional/>

ANCINE. Acesso em 04/04/2023. Disponível em: <http://www.ancine.gov.br/>

ANCINE. Acesso em 15/04/2015. Disponível em: <http://www.ancine.gov.br/>

FILMEB. Acesso em 06/06/2015. Disponível em: <http://www.filmeb.com.br/>

FILMEB. Acesso em 21/02/2023. Disponível em: <http://www.filmeb.com.br/>

IBGE. Acesso em 09/06/2015. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/>

IBGE. Acesso em 20/01/2023. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/>

IPEADATA. Acesso em 08/03/2023. Disponível em: <http://www.ipeadata.gov.br/>

IPEADATA. Acesso em 09/06/2015. Disponível em: <http://www.ipeadata.gov.br/>

OBSERVATÓRIO BRASILEIRO DO CINEMA E DO AUDIOVISUAL (OCA). Acesso em 24/03/2023. Disponível em: <http://oca.ancine.gov.br/>

OBSERVATÓRIO BRASILEIRO DO CINEMA E DO AUDIOVISUAL (OCA). Acesso em 15/04/2015. Disponível em: <http://oca.ancine.gov.br/>

WIKIPEDIA. Acesso em 20/05/2015. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Wikip%C3%A9dia:P%C3%A1gina\\_principal](https://pt.wikipedia.org/wiki/Wikip%C3%A9dia:P%C3%A1gina_principal)