
DEMOCRACIA E CULTURA

4º encontro regional da CNTU:
Democracia, comunicação e cultura

SUMÁRIO

1. **O marco legal: a criação do Ministério da Cultura e a Constituição de 1988**
2. **A Política Nacional de Cultura (2003-2011)**
 - ❖ 2 eixos da **democratização** da cultura: ampliação do **acesso** e da **participação social**
 - O Sistema Nacional de Cultura
 - O Plano Nacional de Cultura
 - A Conferência Nacional de Cultura
3. **As políticas setoriais para o audiovisual: leis de incentivo, FSA, Lei 12.485/11 e Programa Cinema Perto de Você**

1. O marco legal: a criação do Ministério da Cultura e a Constituição de 1988

O MARCO LEGAL

A CRIAÇÃO DO MINISTÉRIO DA CULTURA

- MinC: criado pelo Decreto 91.144/1985 → reconhecimento da importância e da autonomia da cultura, tratada pela primeira vez em separado da educação.
- Cultura = setor de destaque na economia do país, como fonte de geração crescente de empregos e renda.
- Em 1990, no Governo Collor, o MinC foi transformado em Secretaria da Cultura, mas dois anos depois a situação foi revertida.
- Em 2003, o Ministério da Cultura passou por uma reestruturação por meio do Decreto 4.805.

O MARCO LEGAL

A CONSTITUIÇÃO DE 1988, seus princípios e o CONCEITO DE CULTURA

- Artigo 215, *caput*: “O Estado garantirá a todos o pleno exercício dos **direitos culturais** e **acesso** às fontes de cultura nacional, e apoiará e incentivará a valorização e a difusão das manifestações culturais.”
- Do pluralismo cultural, da participação popular na concepção e gestão de políticas culturais, da universalidade, do fomento, da coordenação e planejamento estatal.
- Texto constitucional: a cultura como “bem” e como “patrimônio” → relações jurídicas de conteúdo econômico + a cultura como instrumento para o exercício da cidadania.

O MARCO LEGAL

A EC 48/20058 e o CONCEITO DE CULTURA

- Emenda Constitucional n. 48/2005: o Plano Nacional de Cultura (§ 3º do art. 215) → duração plurianual, integração das ações do poder público, democratização do acesso aos bens culturais (inciso IV).

Artigos 220 a 224 (capítulo V): Da comunicação social → compete ao Executivo a outorga de concessões para o serviço de radiodifusão sonora e de imagens; a **promoção da cultura nacional** e a regionalização; proibição do monopólio e do oligopólio.

O MARCO LEGAL

comunicação

- Art. 221. A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:
- I - preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;
- II - promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;
- III - regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei;
- IV - respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.

2. A Política Nacional de Cultura (2003-2011)

A POLÍTICA NACIONAL DE CULTURA

O MINISTÉRIO DA CULTURA 2003-2011

- **2 eixos da democratização da cultura:** ampliar o **acesso** aos bens culturais + ampliar a **participação social** nas decisões
- 2003: refundação do MinC com o Decreto 4.805 → a cultura se torna um dos eixos do desenvolvimento do país → metas culturais no Plano Plurianual e ações envolvendo a cultura no Programa de Aceleração do Crescimento (PAC).

- As 3 dimensões da cultura: simbólica, cidadã e econômica



A POLÍTICA NACIONAL DE CULTURA

O MINISTÉRIO DA CULTURA 2003-2011

■ Com o objetivo de ampliar o **acesso** aos bens culturais, o MinC lançou, a partir de 2003, programas como:

* **Mais Cultura**

* **Procultura**

* **Cultura Viva (Pontos de Cultura)**

* **Cinema Perto de Você**

■ Os **Pontos de Cultura**, criados em 2004, são centros produtores e difusores de cultura, que compõem uma rede orgânica de gestão, agitação e criação cultural.

■ O **Procultura**, instituído pela Lei 6.722/10, funciona com base nos seguintes mecanismos: FNC (Fundo Nacional da Cultura), incentivo fiscal a projetos culturais, Ficart (Fundo de Investimento Cultural e Artístico) e Vale-Cultura (criado por lei específica).

A POLÍTICA NACIONAL DE CULTURA

PONTOS DE CULTURA

- Os projetos selecionados funcionam como instrumento de **pulsão e articulação de ações já existentes** nas comunidades, contribuindo para a inclusão social e a **construção da cidadania**, seja por meio da geração de emprego e renda ou do fortalecimento das identidades culturais.
- Em alguns casos, pode ser a adequação do espaço físico, em outros, a compra de equipamentos ou, como a maioria, a realização de cursos, oficinas culturais e produção contínua de linguagens artísticas (música, dança, teatro, cinema, capoeira, entre outras).
- Com tais programas, o MinC aumentou o número de editais publicados e, logo, de beneficiados com as premiações. De acordo com a publicação *Oito Anos de Cultura: as políticas do Ministério da Cultura de 2003 a 2010*, **o número de editais subiu de 13 para 98, e o de contemplados saltou de 150 para 5.013** (dados de 2009; fonte: www.cultura.gov.br).

O SISTEMA NACIONAL DE CULTURA

HISTÓRICO DO SNC

- Proposta de refundação das políticas públicas para a cultura no país a partir do novo governo em 2003.
- Maior centralidade e institucionalidade da política cultural.
- Inspiração em outros sistemas, como o SUS (Sistema Único de Saúde).
- Assinatura do Protocolo de Intenções para a criação do SNC pela União, Estados e municípios. Até o momento, 604 municípios já aderiram ao SNC.
- PEC 416/2005 em tramitação no Congresso Nacional (cria o artigo 216-A na Constituição, instituindo o SNC).

O SISTEMA NACIONAL DE CULTURA

PRINCÍPIOS DO SNC

- **diversidade** das expressões culturais;
- **universalização do acesso** aos bens e serviços culturais;
- **fomento** à produção, difusão e circulação de conhecimento e bens culturais;
- **cooperação** entre os entes federados, os agentes públicos e privados atuantes na área cultural;
- **integração e interação** na execução das políticas, programas, projetos e ações desenvolvidas;
- **complementaridade** nos papéis dos agentes culturais;
- **transversalidade** das políticas culturais;
- **autonomia** dos entes federados e das instituições da sociedade civil;
- **transparência** e compartilhamento das informações;
- **democratização** dos processos decisórios com participação e controle social;
- **descentralização** articulada da gestão, dos recursos e das ações.

O SISTEMA NACIONAL DE CULTURA

Elementos constitutivos do SNC

- ✓ Órgãos Gestores dos Sistemas de Cultura
- ✓ Conselhos de Política Cultural
- ✓ Conferências de Cultura
- ✓ Sistemas de Financiamento à Cultura
- ✓ **Planos de Cultura**
- ✓ Sistemas Setoriais de Cultura
- ✓ Comissões Intergestores Tripartite e Bipartites
- ✓ Sistemas de Informações e Indicadores Culturais
- ✓ Programa Nacional de Formação na Área da Cultura



O SISTEMA NACIONAL DE CULTURA

Recursos Financeiros do SNC

A política de financiamento público da cultura hoje está baseada no seguintes **instrumentos**:

- 1) Orçamento do Ministério da Cultura** e instituições vinculadas;
- 2) Lei 8.131/1991 (Lei Rouanet) e Lei do Audiovisual**, que institui o PRONAC (Programa Nacional de Incentivo à Cultura), estabelecendo 3 mecanismos de fomento a projetos culturais: FNC (Fundo Nacional de Cultura), renúncia fiscal (mecenato) e Ficarts (Fundos de Investimento nas Artes); Arts. 1º, 1º A, 3º e 3ºA.
- 3) Medida Provisória 2228-1 e Lei 11.437/2006**, que estabelece 2 mecanismos destinados ao financiamento de programas e projetos voltados para o desenvolvimento de atividades audiovisuais: o **FSA** (Fundo Setorial do Audiovisual) e os **FUNCINES** (Fundos de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional).

O PLANO NACIONAL DE CULTURA

- O Plano Nacional de Cultura, de duração **decenal** conforme determina o §3º do Art. 215 da Constituição Federal, é um instrumento de **planejamento estratégico** que organiza, regula e norteia a execução da Política Nacional de Cultura (Lei 12.343/10).
- Comporta os objetivos gerais e específicos; as diretrizes e prioridades deliberadas; as ações e estratégias correspondentes para sua implementação; as metas estabelecidas; os resultados e impactos esperados; os recursos materiais, humanos e financeiros disponíveis e necessários; os mecanismos e fontes de financiamento; os indicadores de monitoramento e avaliação e o espaço temporal de execução.
- **PNC 2011-2020: 48 metas e 275 ações**
 - em **consulta pública** de 21/09 a 20/10/2011
 - quase 300 contribuições até 17/10

A CONFERÊNCIA NACIONAL DE CULTURA

- Instância de **participação social** e **articulação** entre Estado (governos federal, distrital, estaduais e municipais) e sociedade civil (organizações culturais e segmentos sociais) para analisar a conjuntura da área cultural no país e propor **diretrizes** para a formulação de políticas públicas.
- Cabe ao MinC convocar e coordenar a Conferência Nacional de Cultura, que se reunirá a cada 4 anos. A representação da sociedade civil precisa ser, no mínimo, paritária em relação ao poder público.
- A **II Conferência Nacional de Cultura** realizou-se de 11 a 14 de março de 2010 em Brasília e aprovou com 88,6% dos votos a implementação do SNC, entre outros pontos de agenda.

3. As políticas setoriais para o audiovisual

AS METAS DO AUDIOVISUAL NO PNC

PROPOSTAS DO AUDIOVISUAL

- A Conferência Setorial e a Confecom apontam proposições:
 - ✓ Estabelecer ações que viabilizem a parceria entre a produção independente e regional do audiovisual brasileiro, e a televisão aberta, pública e privada, e a TV por assinatura.
 - ✓ Ampliar as redes de distribuição e acesso, mediante a expansão, descentralização e a diversificação do parque exibidor nacional.
 - ✓ Promover desenvolvimento sustentável e econômico voltado à formação de conteúdos audiovisuais por meio da criação de polos regionais que contemplem o Plano Nacional de Banda Larga.

O FOMENTO AO AUDIOVISUAL

MECANISMOS DE FOMENTO

Para o alcance das metas estabelecidas pelo PNC em torno da **democratização do acesso** aos bens culturais, o audiovisual conta com 3 eixos de estímulo ao desenvolvimento do setor:

- 1) Lei do Audiovisual, Lei Rouanet e Art. 39 da MP 2.228-1/01 (incentivo fiscal – fomento indireto) + Lei 11.437/06 (**Fundo Setorial do Audiovisual** – fomento direto) e Prêmio Adicional de Renda e Prêmio de Qualidade, além de Editais de Coprodução Internacional
- 2) **Lei 12.485/11** (TV por assinatura)
- 3) MP 545/11 (**Programa Cinema Perto de Você**)

Mecanismos de incentivo fiscal

O QUE É

- ❖ Os mecanismos de incentivo ao audiovisual funcionam sob a lógica da renúncia fiscal (fomento indireto) e são encontrados em três instâncias normativas: Lei Rouanet, Lei do Audiovisual e o Artigo 39 da MP 2.228-1/01.
- ❖ São os impulsionadores da chamada “retomada” do cinema nacional a partir de meados dos anos 1990.
- ❖ Relatórios recentes da Superintendência de Acompanhamento de Mercado da ANCINE revelam o aumento a cada ano dos valores captados pelos proponentes de acordo com o mecanismo de incentivo fiscal (ver tabela a seguir).

Mecanismos de incentivo fiscal

Valores Captados por Mecanismo de Incentivo - R\$ Mil - 2010

Mecanismos de Incentivo	2009	2010	Variação (%)
ARTIGO 1º A da Lei 8.685/93	50.576,8	64.710,4	27,9%
ARTIGO 1º da Lei 8.685/93	36.684,8	24.266,1	-33,9%
ARTIGO 3º da Lei 8.685/93	23.540,9	29.686,9	26,1%
ARTIGO 3º A da Lei 8.685/93	2.500,0	28.201,0	1028,0%
ART. 39 da MP 2228-1/01	11.801,4	12.474,6	5,7%
FUNCINES - Art. 41 da MP 2228-1/01	1.850,0	6.600,0	256,8%
Lei 8.313/91	8.549,6	2.889,8	-66,2%
Total	135.503,46	168.828,87	24,6%

Fonte: Sistema de Informações da ANCINE em 23/03/2011 - Superintendência de Desenvolvimento Econômico - SDE / ANCINE

Mecanismos de incentivo fiscal

Tabela 16 - Comparativo 2009 X 2010

	2009	2010	Variação % 2010/2009
Público Total	112.683.383	134.364.520	19,24%
Renda Total	969.783.735,77	1.256.550.704,09	29,57%
Público Filmes Nacionais	16.092.482	25.227.757	56,77%
Renda Filmes Nacionais	131.936.273,88	222.169.100,11	68,39%
Público Filmes Estrangeiros	96.590.901	109.136.763	12,99%
Renda Filmes Estrangeiros	837.847.461,89	1.034.381.603,98	23,46%
Participação de Filmes Nacionais	14,28%	18,78%	31,47%
Lançamentos Nacionais	84	75	-10,71%
Lançamentos Estrangeiros	235	228	-2,98%

Fonte: Informe Anual de Acompanhamento de Mercado / Sistema de Acompanhamento da Distribuição em Salas de Exibição – SADIS (agregado) / ANCINE

Mecanismos de incentivo fiscal

BALANÇO 2010 e filmes nacionais em 2011

- **2010 foi um ano de recordes** para o cinema no Brasil. Indicadores importantes superaram as estimativas mais otimistas: 134 milhões de bilhetes vendidos com R\$1.257 milhões de renda; 0,70 bilhetes por habitante, melhor índice desde os anos 1980; 25 milhões de bilhetes e R\$222 milhões para filmes brasileiros, *market share* de mais de 18% e crescimento de mais de 30% na receita; *Tropa de Elite 2* e seus 11,2 milhões de bilhetes, maior bilheteria nacional de todos os tempos.
- Até agora, foram lançados um total de **86 filmes nacionais em 2011**, superando a marca de 75 filmes lançados em 2010.

O Fundo Setorial do Audiovisual

O QUE É

❖ O Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) é um fundo destinado ao **desenvolvimento articulado** de toda a cadeia produtiva da atividade audiovisual no Brasil. Criado pela Lei N° 11.437, de 28 de dezembro de 2006, e regulamentado pelo Decreto n° 6.299, de 12 de dezembro de 2007, o FSA é uma categoria de programação específica do Fundo Nacional de Cultura (FNC).

❖ Seus recursos são oriundos da própria atividade econômica, de contribuições recolhidas pelos agentes do mercado, principalmente da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional – CONDECINE – e do Fundo de Fiscalização das Telecomunicações FISTEL.

O Fundo Setorial do Audiovisual

4 LINHAS DE AÇÃO: ampliar o acesso de todos os elos da cadeia do audiovisual aos recursos públicos

Linha A - Produção Cinematográfica de Longa-Metragem

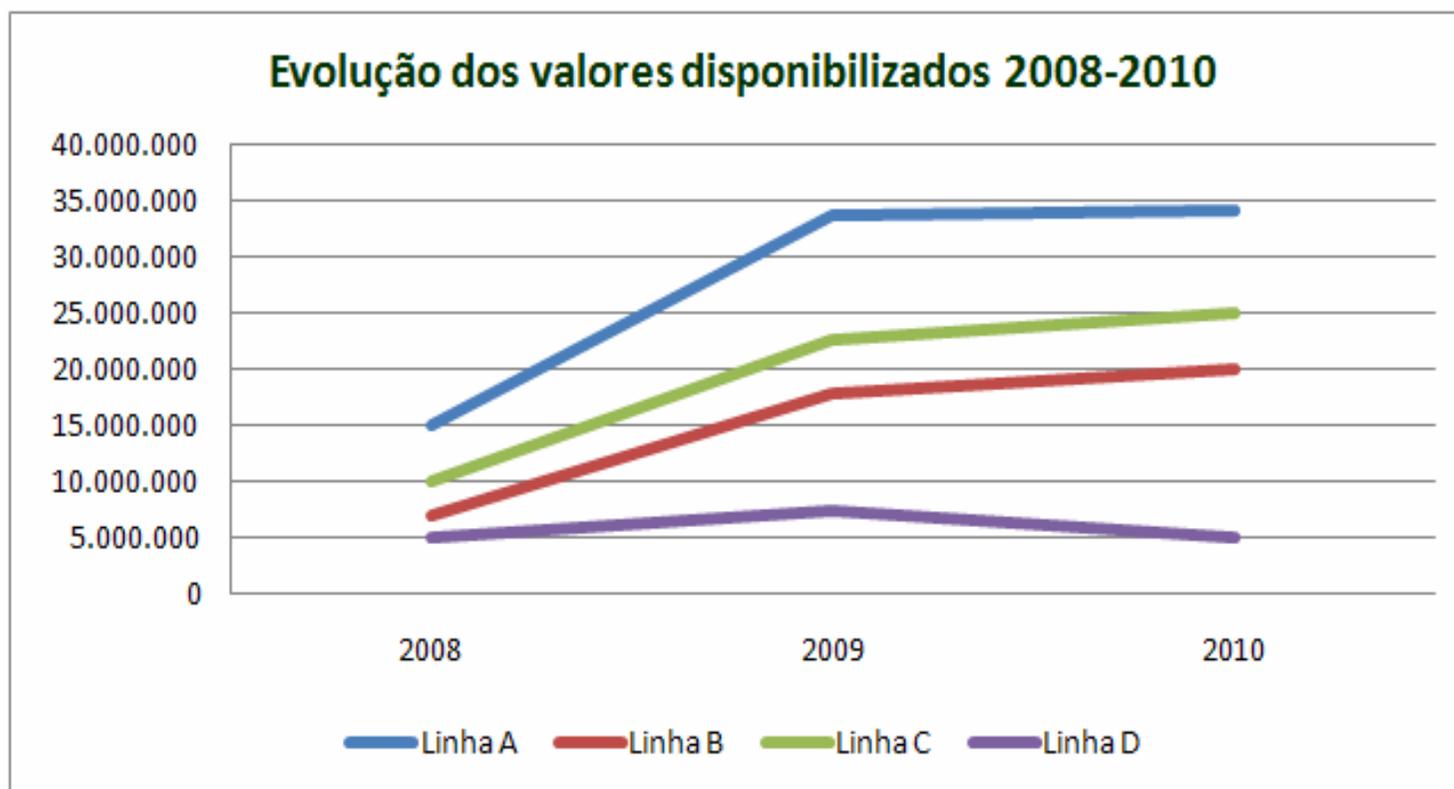
Linha B - Produção Independente de Obras Audiovisuais para a Televisão

Linha C - Aquisição de Direitos de Distribuição de Obras Cinematográficas de Longa-Metragem

Linha D - Comercialização de Obras Cinematográficas Brasileiras de Longa-Metragem no Mercado de Salas de Cinema

O Fundo Setorial do Audiovisual

Balanço do FSA Orçamento



FSA 2008
Total: R\$ 37 milhões

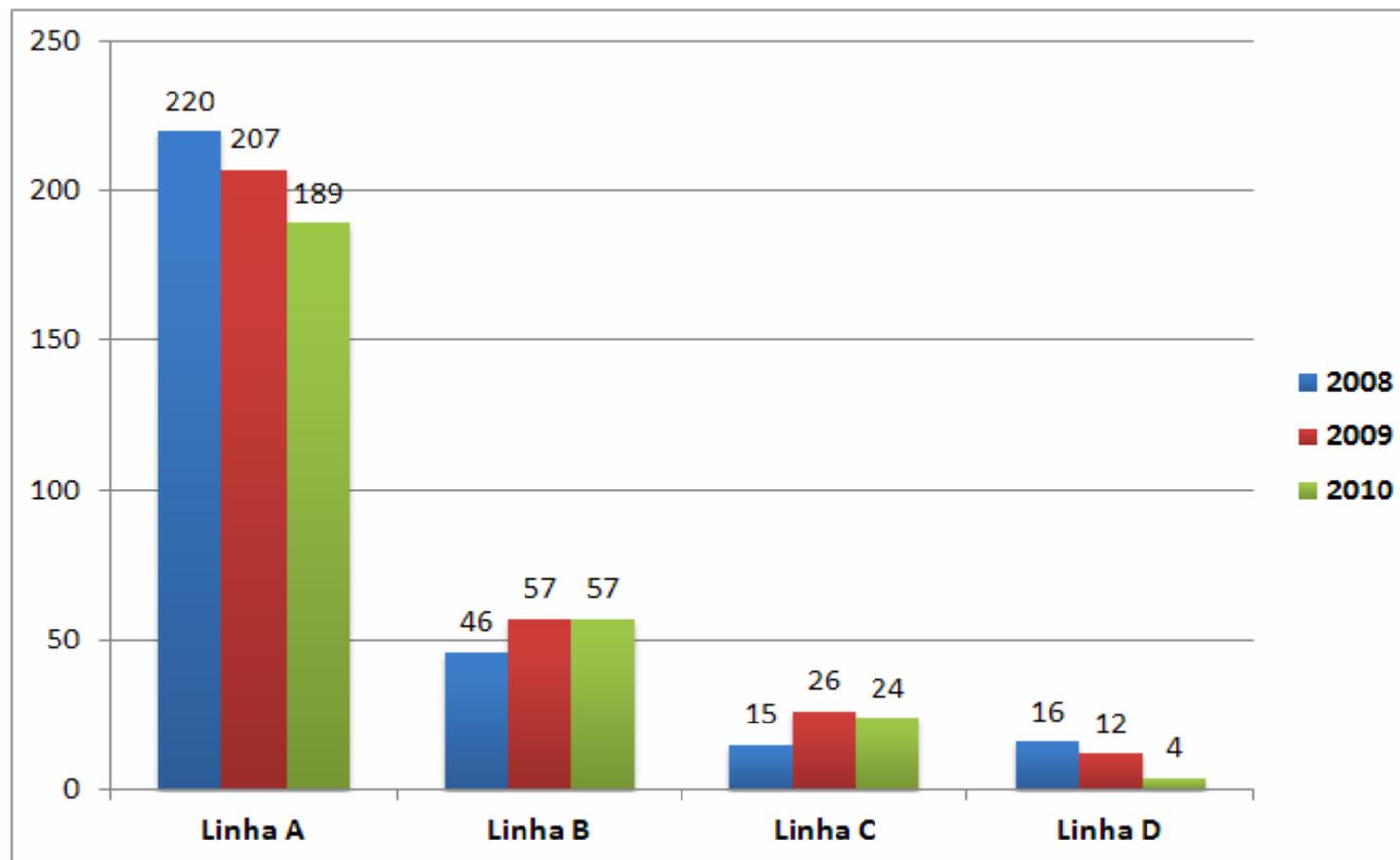
FSA 2009
Total: R\$ 81 milhões

FSA 2010
Total: R\$ 84 milhões

Total Geral
R\$ 202,4 milhões

O Fundo Setorial do Audiovisual

Balanço do FSA Evolução do nº de projetos inscritos

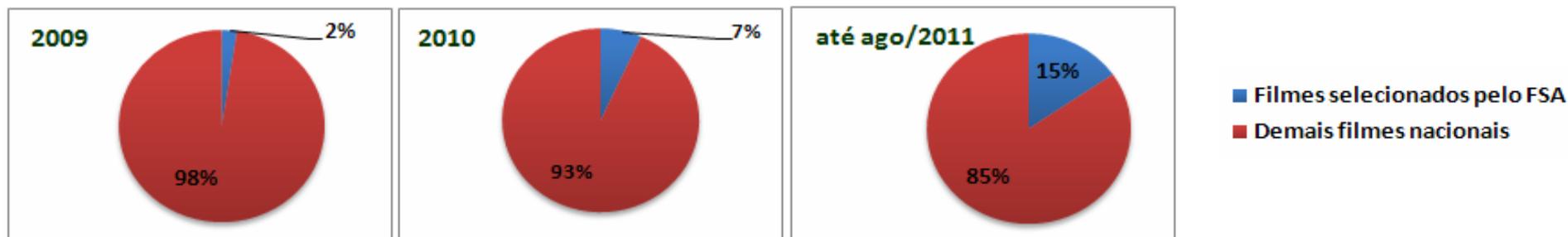


O Fundo Setorial do Audiovisual

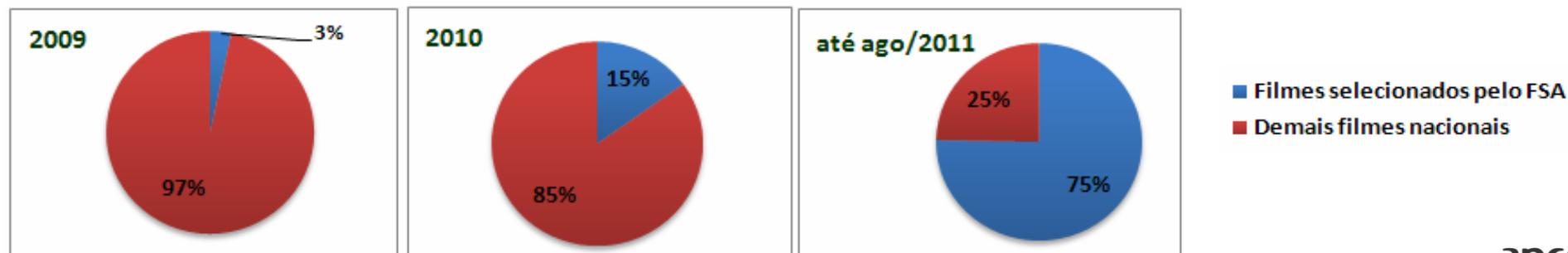
Participação do FSA no mercado nacional

- Foram considerados os projetos **selecionados** no âmbito do FSA (PRODECINE)
- O nº de filmes lançados que foram selecionados pelo FSA vem crescendo em relação ao total de lançamentos nacionais.
- A renda total dos filmes lançados que foram selecionados pelo FSA cresceu em uma proporção bem maior do que o % de filmes lançados. Ou seja, o FSA tem **selecionado** filmes com bom retorno comercial.

Total de obras nacionais lançadas



Renda total dos lançamentos nacionais



Os novos Regulamentos

Lei 12.485/11

Medida Provisória 545/11


ancine

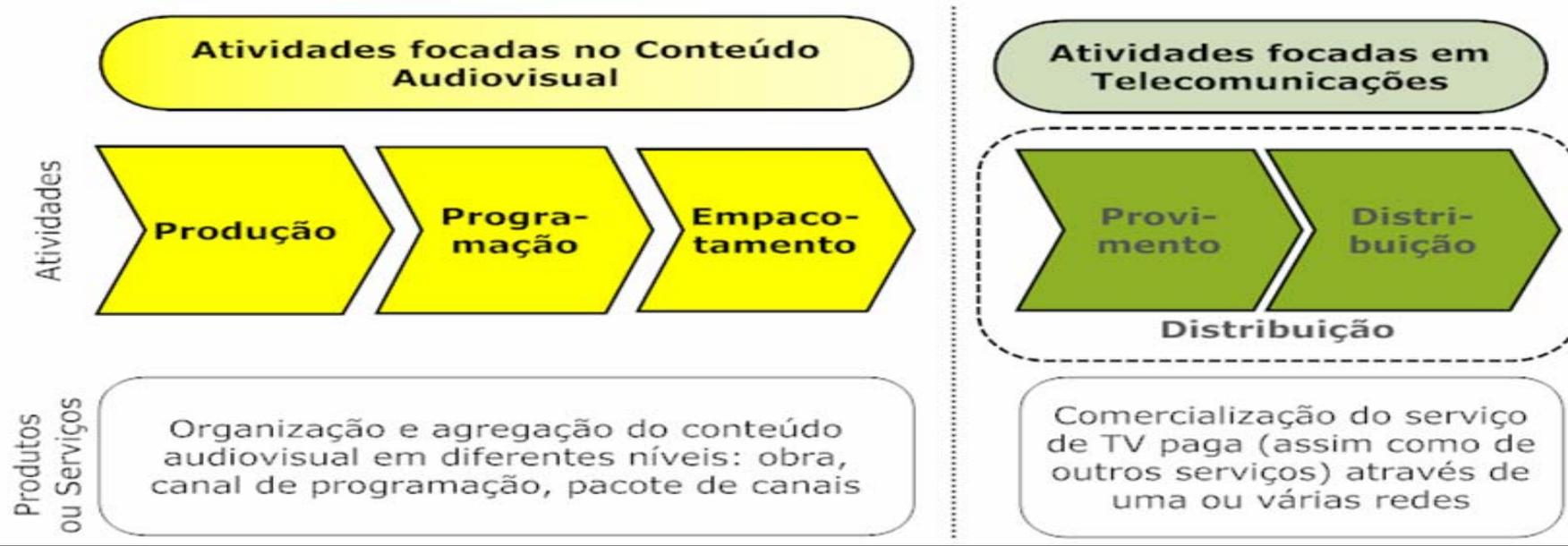
Televisão (aberta)

- Representa cerca de 60,6% do faturamento de todo o mercado audiovisual brasileiro.
- Três atividades econômicas distintas: produção, programação e difusão.
- No Brasil, a outorga confere conjuntamente as atividades de programação e difusão a um mesmo agente econômico.
- Historicamente, obras brasileiras exibidas na programação são produzidas pelas próprias empresas que programam.
- 8 grandes 'cadeias' de televisão chegam, por meio de afiliadas e retransmissoras, a maior parte dos domicílios.

Televisão (fechada)

- No âmbito das atividades da camada de telecomunicações:
 - Barreiras legais à entrada de novos competidores;
 - Concentração em dois grandes *players*.
- No âmbito das atividades da camada do audiovisual:
 - Ambiente pouco competitivo, refratário a investimentos privados, na produção e na programação de novos canais nacionais;
 - Concentração da programação de canais nacionais nas mãos de uma única empresa.
- Em ambas as camadas:
 - Estratégias de discriminação de preços em torno do mesmo canal são ainda praticadas para reforçar concentração de mercado:
 - ❖ Canais vendidos em pacotes;
 - ❖ Grande variação de preços praticada entre diferentes competidores.

A Lei 12.485/11 e os possíveis gargalos à competição na TV fechada



- Agentes econômicos com atividades mais próximas dos consumidores podem não ter acesso a conteúdos relevantes para a competição
 - Baixo investimento em serviços de comunicação audiovisual e nas próprias redes
- Agentes econômicos das atividades de produção ou de agregação de conteúdos podem não conseguir ter acesso às redes de distribuição
 - Baixo investimento na produção e na agregação de conteúdos audiovisual

A Lei 12.485/2011

ESCOPO

■ REGULAMENTA PRINCÍPIOS CONSTITUCIONAIS

Regulamenta parte do § 3º do art. 222 da CF/88, aplicando princípios do art. 221 (política de cotas, regionalização, produção independente etc.).

■ UNIFICA LEGISLAÇÃO SOBRE TV POR ASSINATURA

Revê e unifica normas aplicadas às variadas tecnologias (Cabo, DTH, MMDS, TVA), agregando novas mídias - na qualidade de programação linear paga.

■ ABRE O MERCADO PARA TELES (STFC)

Elimina barreiras para o capital estrangeiro nas empresas de distribuição de TV por Assinatura (Cabo) e permite oferta de combos (TV + internet + telefone). Contudo, cria condicionantes para contratação de talentos e nos direitos sobre conteúdo.

■ CRIA O SERVIÇO DE ACESSO CONDICIONADO

Estabelece um novo conceito: “serviço de telecomunicações de interesse coletivo prestado no regime privado”.

A Lei 12.485/2011

ESCOPO

■ EXPANDE CONDECINE

Novo recolhimento estimado em R\$ 400 milhões com transferência de 10% do FISTEL, destinado ao fomento do audiovisual (produção, distribuição, exibição) - inclusive para outros segmentos além da TV fechada. Estabelece 30% para regionalização.

■ CRIA POLÍTICA DE COTAS

Institui cotas para conteúdo nacional de produção independente e para canais de programadoras brasileiras.

- COTAS = MAIOR demanda de PROJETOS

■ ABORDA DEFESA DA CONCORRÊNCIA E DO CONSUMIDOR

Inova ao trazer questões referentes à ordem econômica com princípios pró-concorrenciais e de proteção dos direitos do consumidor.

A Lei 12.485/2011

ESCOPO (cont.)

■ ESTABELECE REGIME DE REGULAÇÃO

Conceitua as atividades da comunicação audiovisual de acesso condicionado (produção + programação + empacotamento + distribuição) e estabelece regime próprio de regulação, registro e fiscalização.

■ DEFINE DUAS CAMADAS DE REGULAÇÃO:

- ANCINE = “audiovisual” (produção, programação e empacotamento)
- ANATEL = “telecomunicações / rede de infraestrutura” (distribuição).

■ AMPLIA ATUAÇÃO DA ANCINE

Regulação das atividades da camada audiovisual tem impactos significativos:

- no estoque regulatório existente e na demanda regulatória do Planejamento Estratégico.
- na organização interna da agência, incluindo dimensionamento da força de trabalho, estrutura regimental e procedimentos operacionais.
- nos sistemas de captura e tratamento de informações.

A Lei 12.485/2011

DIRETRIZES REGULATÓRIAS

- Garantia da **PLURALIDADE** e **DIVERSIDADE** do conteúdo, através:
(Art. 2º, II)
 - Aumento da produção brasileira, e brasileira de produção independente.
 - Incentivo à entrada de novos atores, especialmente programadores e produtores brasileiros.
- Correção de **FALHAS** de mercado e prevenção de distorções econômicas.
- **NEUTRALIDADE** tecnológica.
- Estímulo à **CONCORRÊNCIA** e à competição.

A Lei 12.485/2011

DIRETRIZES REGULATÓRIAS (cont.)

- Garantia do exercício efetivo da **LIBERDADE DE EXPRESSÃO** (art. 2º, I).
- Ampliação, em médio e longo prazos, da **BASE DE ASSINANTES**.
- Melhoria nos termos de **CONTRATOS** de veiculação de conteúdo nacional.
- Observância do *benchmark* **INTERNACIONAL**.
- **REDUÇÃO INCREMENTAL DOS PREÇOS** ofertados aos assinantes.

A Lei 12.485/2011

RESUMO DAS NOVAS CONDIÇÕES TRAZIDAS PELA LEI 12.485

- Perspectivas de receitas em torno de 400 milhões/ano;
- Destinação de 30% da arrecadação para investimento em projetos das regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste;
- Destinação de 10% para TVs comunitárias e universitárias;
- Maior vínculo da produção com a televisão;
- Maior demanda de horas de programação;
- Foco nos recursos reembolsáveis.

→ **PRAZO DE REGULAMENTAÇÃO: 180 DIAS**

Programa Cinema Perto de Você

MP 545/2011

O QUE É

- Reinstitui e estabelece as regras gerais aplicáveis ao Programa Cinema Perto de Você, tratado anteriormente pela MP nº 491/2010, destinado à **ampliação, diversificação e descentralização do mercado de salas de exibição cinematográfica** no Brasil e o Regime Especial de Tributação para Desenvolvimento da Atividade de Exibição Cinematográfica – RECINE, que em determinadas situações determina a suspensão do Pis e da Cofins incidente sobre o faturamento e nas operações de importação.

Programa Cinema Perto de Você

O QUE É

- O Programa CINEMA PERTO DE VOCÊ foi criado para ampliar o mercado interno de cinema e acelerar a implantação de salas em nosso país. Trata-se de uma ação coordenada pelo MinC e pela ANCINE, em parceria com o BNDES e o Ministério da Fazenda.
- O foco do Programa é a **inclusão de consumidores** pela oferta de cinema para a nova classe C, cerca de metade da população brasileira. Atualmente, esse é o estrato social mais dinâmico e com maior potencial de consumo, que tem garantido o crescimento econômico do país. O Programa é concebido para enfrentar outros desequilíbrios como a **concentração geográfica das salas**, com estímulos especiais para as regiões Norte e Nordeste e para as cidades do interior não atendidas ou mal atendidas por salas.

Programa Cinema Perto de Você

5 EIXOS DE AÇÃO

Eixo 1: Linhas de crédito e investimento

Eixo 2: Projeto Cinema da Cidade

Eixo 3: Medidas de desoneração tributária

Eixo 4: Sistema de Controle de Bilheteria

Eixo 5: Digitalização do parque exibidor

Programa Cinema Perto de Você

BALANÇO

Resumo – Seleção e Contratação BNDES

Estágio de contratação	Qtd.
Propostas apresentadas ao BNDES	11
Propostas Contratadas	2
Propostas devolvidas para reestruturação	3
Propostas em análise	6

Programa Cinema Perto de Você

Projetos contratados

Propostas contratadas	Salas	Status	Valores (R\$)
Cine Sulacap	6	Inaugurada	3.763.000
Redecine-Cinesystem	6	Inaugurada	3.556.000
Total			7.319.000

Programa Cinema Perto de Você

Projetos aprovados e em análise

Empresa	Complexos	Nº salas	Assentos	Valor Requerido	Valor Aprovado	Localidade	UF	Status
Cine Sulacap	1	6	1373	3.763.000	3.763.000	Sulacap- Supermercado Carrefour Rio de Janeiro-RJ	RJ	Inaugurado
Redecine-Cinesystem	1	6	1160	3.556.000	3.556.000	Irajá Shopping Via Brasil- Rio de Janeiro- RJ	RJ	Inaugurado
Empresa de Cinemas SERCLA Ltda	2	8	1320	4.000.000		Governador Valadares MG e Fortaleza CE	MG/CE	Em análise
ADICINE	1	4	600	1.000.000		Itaguaí- RJ	RJ	Em análise
Movie art	7	32	n/d	16.663.000		Interior do Rio Grande Sul e Centro histórico de Porto Alegre- RS	RS	Em análise
Delta Filmes LTDA - Cineart	1	6	1243	4.074.000		Minas Shopping- Belo Horizonte- MG	MG	Em análise
Praia de Belas- Empreendimentos Cinematográficos-GNC	1	6	1661	3.106.000		Shopping Praia de Belas-RS	RS	Em análise
Circuito Espaço de Cinema - Cinespaço	4	26	53013	12.204.000		Porto Alegre -RS, São Gonçalo-RJ, Florianópolis- SC e Cotia-SP	RS/RJ/SC/S P	Em análise
Inovação Cinemas S/A	1	6	1420	5.020.000		Bairro do Limão-São Paulo	SP	Em análise
Cinema Pereira Pedrosa	1	3	530	3.254.400		Itajubá - MG	MG	Em análise
Redecine Hortolândia Cinematográfica Ltda	1	4	1277	3.863.200		Hortolandia - SP	SP	Em análise
Total				60.503.600	7.319.000			

Considerações finais

Considerações finais

- A busca por uma **democratização das políticas públicas** para a cultura é um marco dos últimos dez anos de governo federal no Brasil.
- O 1º eixo dessa busca é a **ampliação do acesso aos recursos públicos, e também ao consumo dos bens culturais**, por parte da sociedade brasileira. Ações como os Pontos de Cultura e o Programa Cinema Perto de Você destacam-se nesse âmbito.
- O 2º eixo é o **aumento da participação popular nas decisões** de construção das políticas públicas nacionais. Nesse sentido, a realização das Conferências de Cultura e a consulta pública do Plano Nacional de Cultura têm obtido resposta positiva da sociedade civil.

Considerações finais

- Para tornar cada vez mais democrática a política pública cultural, o Estado brasileiro deve se empenhar em **construir novos mecanismos de participação social**, de modo que as ações públicas venham a refletir os desejos e as necessidades apresentadas pela própria sociedade.
- Além disso, investir em **ações que sigam ampliando o acesso** da população aos mais diversos bens culturais, **desde a sua produção até o seu consumo final**, é também indispensável para a democratização da cultura no Brasil.

**Obrigada
pela atenção!**

Rosana Alcântara
Superintendente Executiva
ANCINE

Tel.: 55 21 3037 6330

www.ancine.gov.br

e-mail: rosana.alcantara@ancine.gov.br