

A Carga Tributária no Cinema Nacional

Rodrigo Guimarães e Souza¹

RESUMO: O artigo é um exercício de simulação da comercialização de um filme nacional fictício em cinema, *home video* (mercado de DVD) e televisão, aberta e fechada. Esta simulação permite observar a remuneração de cada agente envolvido e destacar dentre as respectivas remunerações o montante de recursos recolhidos de impostos. Foi realizada também uma simulação que observa o impacto na arrecadação adicional dos agentes envolvidos em um ambiente de imunidade tributária na indústria cinematográfica nacional. Conclui-se que a receita adicional pode destinar mais investimentos para o desenvolvimento do setor e ainda, em determinados casos, permite o financiamento de filmes nacionais sem leis de incentivo ou, em um primeiro momento, um financiamento misto de leis de incentivo e recursos privados.

PALAVRAS CHAVE: cinema nacional; carga tributária; imposto; desoneração tributária.

The Tax Burden in the National Cinema

ABSTRACT: The article is an exercise of simulation of the trading of a fiction national movie in cinema, home video (DVD market) and television. This simulation intends to observe the payment of each agent involved and highlight, among the respective payments, how many resources are taken from taxes. It has also been made a simulation which observes the impact in additional collection of the agents involved inside an environment of tributary immunity in the national film industry. In conclusion, the additional collection can attribute more investments to the development of the sector and yet, in certain cases, it permits the financing of national films without incentive laws or, in a first moment, a mix financing of incentive laws and private resources.

KEYWORDS: national cinema, tax burden, tax, tax exoneration.

1. Apresentação

O presente trabalho observa o impacto da carga tributária em um projeto fictício de longa metragem nacional através de uma simulação de venda pelas janelas de comercialização de (i) Cinema, (ii) *Home Video* e (iii) Televisão². A simulação buscou ser o mais fiel possível quanto à correlação de resultados entre as janelas de comercialização. O

¹ Economista, pesquisador do Laboratório do Audiovisual do Instituto de Economia da UFRJ e consultor da empresa Elaborar Projetos. E-mail: rodrigo.guimaraes@elaborar.com.br

² Janela de Comercialização é nomenclatura dada às distintas mídias as quais o filme de longa metragem é comercializado, sendo as principais (i) o mercado de salas de cinema, (ii) o mercado de *Home Video*, *Rental* (venda a locadoras) e *Sell Through* ou *Retail* (venda no varejo) e (iii) o mercado de televisão, tv paga e tv aberta.

mercado externo não está sendo considerado. As correlações utilizadas não têm origem em um estudo econométrico, pela ausência de dados também para *Home Video* e Televisão, e foram realizadas a partir de pesquisas publicadas e relações comerciais divulgadas.

O exercício buscou considerar um modelo de negócio abrangente, no qual possuem participação patrimonial do projeto (i) o produtor proponente, responsável legal do projeto perante a ANCINE (Agência Nacional de Cinema), (ii) o investidor através da Lei do Audiovisual - Artigo 1º, (iii) um distribuidor com investimento realizado através da Lei do Audiovisual - Artigo 3º, (iv) um Canal de Televisão e (v) demais sócios que usualmente podem vir a fazer parte deste modelo como o diretor do filme, elenco e outros co-produtores.

Os modelos de distribuição de recursos que demonstram o fluxo dos recursos arrecadados em cada processo comercial estão disponíveis no artigo “Distribuição de Recursos na Indústria Cinematográfica - O Impacto da Carga Tributária”, trabalho que observa exclusivamente o impacto da carga tributária no setor e os resultados provenientes de uma isenção fiscal no processo comercial, para cada agente envolvido.

As conclusões, nesta simulação, de que em um ambiente de imunidade tributária o exibidor incorreria em uma geração de receita adicional de 29%, o distribuidor de 42%, o produtor de 70% e ainda o filme nacional poderia ser financiado sem mecanismos de lei de incentivo parecem suficientes para início de uma movimentação mais efetiva pelo setor em busca da isenção fiscal.

2. Premissas Gerais

Para efeito da simulação dos resultados são consideradas premissas gerais, comuns a quase todas as janelas de comercialização, e premissas específicas para cada janela.

A seguir são apresentadas as premissas gerais e em seguida as premissas específicas assim como seus respectivos resultados.

- Impostos:

Alíquotas incidentes sobre o valor total efetivamente faturado pelas respectivas empresas.

a. Federais:

- PIS = 1,65%;

- COFINS = 7,60%.

Para determinação das alíquotas dos impostos federais PIS e COFINS, são permitidos descontos sobre o valor da alíquota recolhida, em função de custos operacionais da empresa. As alíquotas tributárias destes impostos federais utilizadas nos modelos a seguir não consideram possíveis créditos fiscais.

b. Estaduais:

- ICMS = 12,50%;

- ICMS Substituto = 2,50%.

Devido ao sistema de compensação tributária na forma de recolhimento do ICMS e a diferenciação na alíquota em cada estado, está sendo utilizada uma estimativa das alíquotas médias incorridas no setor.

c. Municipais:

- ISS = 5,00%.

É utilizada a alíquota máxima deste imposto não considerando variações nos distintos municípios em todas as janelas.

- Taxa de Câmbio:

R\$/US\$ 1,61 (Cotação de 04/07/2008).

Fonte: Banco Central do Brasil

Utilizada para determinação do faturamento na janela de TV Aberta.

- Participação Patrimonial:

Aplicada em todas as janelas de comercialização, para financiamento e estabelecimento de parcerias comerciais que permitam a execução do projeto. O produtor proponente cede participação patrimonial do filme a distintos agentes da indústria, os quais de maneira geral são os agentes relacionados abaixo. As respectivas participações patrimoniais seguem médias gerais de mercado.

- a. Distribuidor = 30% - Valor estimado para contrapartida de investimento via Artigo 3º da Lei do Audiovisual. Valores diferentes são aplicados para negociações distintas no mercado.
- b. Canal de Televisão = 15% - Está sendo considerada a participação de um canal de televisão neste modelo de negócio.
- c. Investidores via Artigo 1º da Lei do Audiovisual = 10% - Estimativa.

- d. Outros Sócios = 5% - diretor, elenco e outros co-produtores - Estimativa.
- e. Produtor Proponente = 40% - Saldo remanescente.

2.a – Premissas Específicas na Janela de Comercialização de Cinema

Abaixo são apresentadas as premissas específicas utilizadas na janela de comercialização de cinema para determinação da distribuição de recursos entre os agentes envolvidos, e em seguida a participação de agente no faturamento desta janela.

- a. Preço Médio do Ingresso (PMI) = R\$ 7,98 (PMI nacional – Filme B – Data Base Brasil 2007).
- b. Bilheteria = 1.000.000 (Um milhão de espectadores) – Quantidade estipulada para este exercício.
- c. Contribuição - ECAD = 2,50%. (Direitos autorais cobrados pela execução de músicas incluídas nas trilhas sonoras dos filmes).
- d. *Fee* de Exibição* = 41,25% - Remuneração dos exibidores pela comercialização do filme.

*O *Fee* de Exibição praticado no mercado varia em torno de 53%, porém a este percentual estão agregados os impostos federais (PIS e COFINS) e o ECAD. Para melhor análise da incidência tributária na cadeia, utiliza-se o percentual desagregado de todos os impostos incorridos exclusivamente pelo exibidor (41,25% = 53% - 1,65% (PIS) - 7,60% (COFINS) – 2,50% (ECAD)).

- e. Comissão de Distribuição - Remuneração dos agentes envolvidos na distribuição do filme.
 - Distribuidor = 20,00% - Valor padrão do setor para a janela de cinema (é possível encontrar pequenas variações);
 - Canal de Televisão = 5% - Está sendo considerada a participação de um canal de televisão neste modelo de negócio;
 - Produtor Proponente = 2,5% - Comissão cedida a produtores em determinados casos.
- f. Despesas de Comercialização - as despesas de comercialização para lançamento do filme são geralmente incorridas pelo distribuidor e recuperadas prioritariamente ao repasse dos recursos ao produtor.

Cópias:

- Quantidade de cópias = 100 – Quantidade estipulada para este exercício;
- Custo unitário de copiagem* = R\$ 2.400,00.

*Preço Médio Unitário de Cópias = US\$ 1.500,00 – Estimativa.

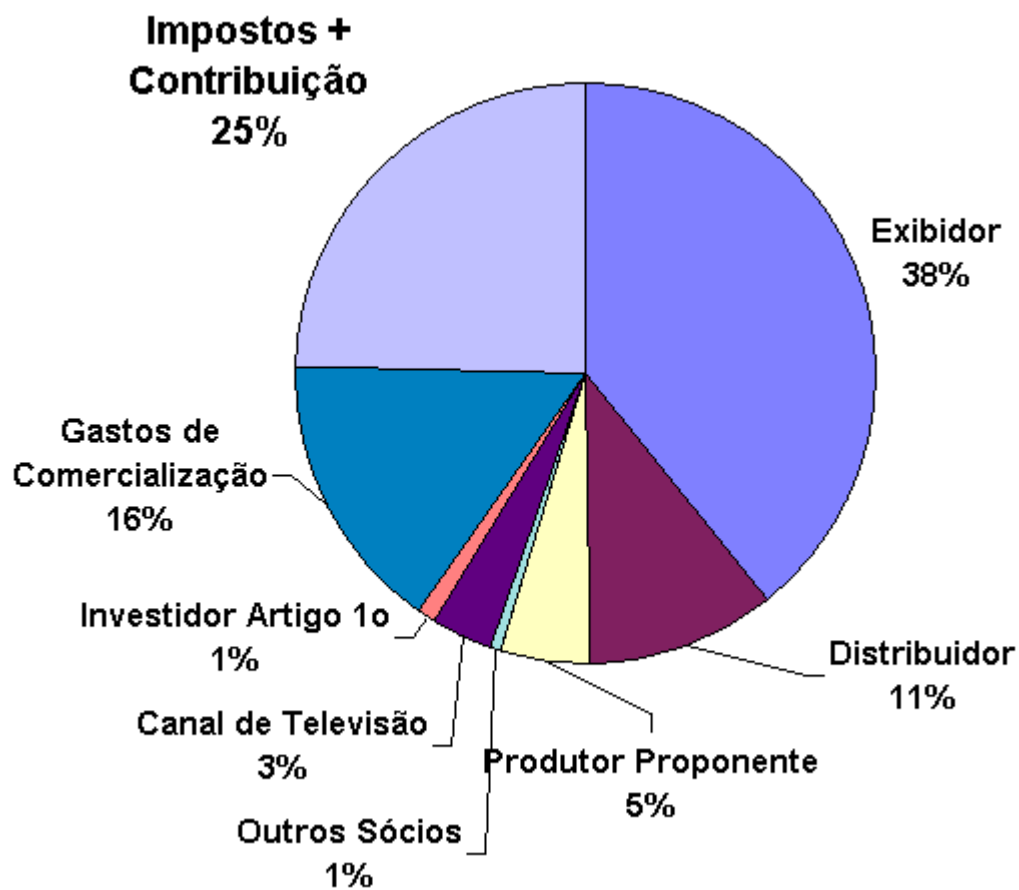
Propaganda e Despesas Gerais:

Estimativa de R\$ 10.000,00 por cópia com gastos de comercialização. Também estão sendo consideradas demais despesas como frete, armazenagem, fiscalização, despesas administrativas do distribuidor e seguro.

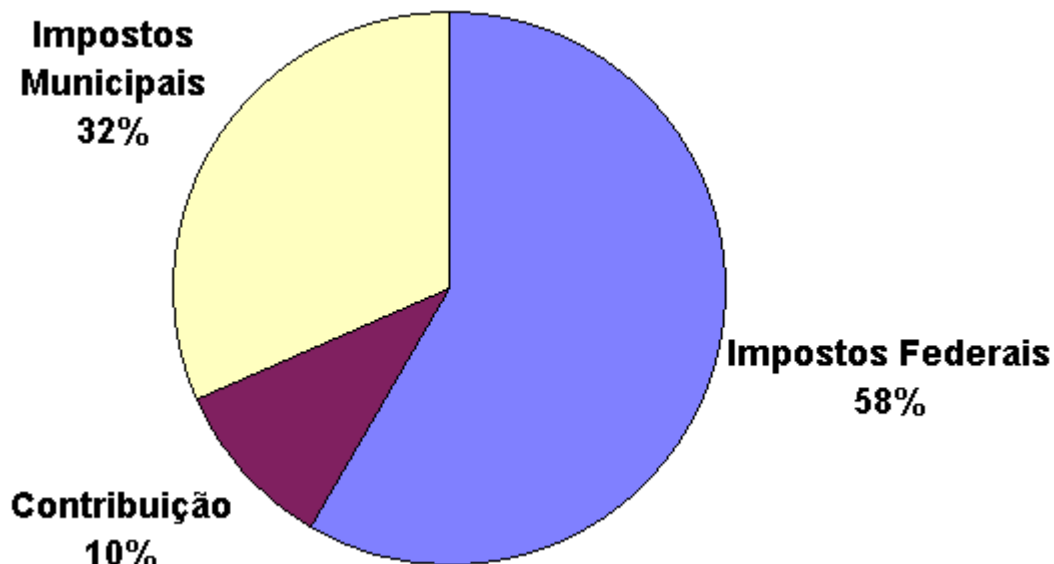
As premissas de preço médio do ingresso (PMI) e de bilheteria geram um faturamento bruto na janela de cinema de R\$ 7.980.000,00 (sete milhões novecentos e oitenta mil reais). O gráfico abaixo apresenta as arrecadações nesta janela.

No mercado de salas de cinema, em que a carga tributária atinge **25%** de seu faturamento total, o exibidor é o agente menos impactado por estar na ponta da cadeia, o distribuidor incide em **bi-tributação** e os demais sócios do projeto, investidores e produtor proponente incorrem em **tri-tributação**.

ARRECADADAÇÃO NA JANELA DE CINEMA



DETALHAMENTO DOS IMPOSTOS EM CINEMA



Na distribuição dos recursos entre os impostos e contribuição os impostos federais possuem maior incidência com **58%** do total de imposto arrecadados.

2.b - Premissas Específicas na Janela de Comercialização - *Home Video – Rental e Sell Through*

Abaixo são apresentadas as premissas específicas utilizadas na janela de comercialização de *Home Video – Rental e Sell Through* para determinação da distribuição de recursos entre os agentes envolvidos, e em seguida a participação de agente no faturamento desta janela.

Considerações

A estimativa de faturamento para comercialização da janela de *Home Video* é determinada pela proporção do faturamento desta janela sobre o somatório do faturamento bruto total de Cinema e *Home Video*. Esta forma de estimativa é utilizada devido à ausência de dados estatísticos disponíveis desta indústria.

O mercado de Home Video no Brasil movimentou no ano de 2006, segundo relatório da empresa Price Waterhouse and Coopers (PWC) “*Global Entertainment and Media Outlook: 2007-2011*”, **R\$ 750.157.200**, dos quais **84% referentes a Rental e 16% referentes a Sell Through**, proporção que será aplicada nesta análise.

O relatório apresenta também uma estimativa de crescimento do setor o qual será utilizada para determinação do faturamento bruto em Home Video em 2007.

- Faturamento bruto em Cinema no Brasil em 2007 = R\$ 712.623.707,00;

Fonte: Filme B

- Faturamento bruto em *Home Video* no Brasil em 2007 = R\$ 784.664.431,00.*.

* Faturamento bruto total de *Home Video* no Brasil em 2006 + (Faturamento bruto total de *Home Video* no Brasil em 2006 X Estimativa da taxa de crescimento do mercado de *Home Video* 2007 – 2006) = R\$ 750.157.200,00 + (R\$ 750.157.200,00 X 4,6%) = **R\$ 784.664.431,00.**

Fonte: PRICE WATHERHOUSE AND COOPERS

Faturamento Bruto Agregado (Cinema + *Home Video*) = R\$ 1.497.288.138,00.

Observa-se com estes dados que o mercado de *Home Video* representa hoje aproximadamente **52%** do faturamento conjunto destas duas indústrias, enquanto o mercado de **cinema** representa **48%** deste faturamento. Portanto, através de aplicação de regra de três simples para determinação do **Faturamento Bruto em *Home Video*** de um projeto, encontramos:

$$(1) \text{ Faturamento Bruto } Home \text{ Video} = (\text{Faturamento Bruto Cinema} \times 0,52) / 0,48.$$

Estimativa de Faturamento Bruto em Home Video

Conforme estimado a janela de cinema gera um faturamento bruto de **R\$ 7.980.000,00**. Assim, aplicando a fórmula (1) encontramos o seguinte valor:

Faturamento Bruto *Home Video*

$$= (\text{R\$ } 7.980.000,00 \times 0,52) / 0,48 = \text{R\$ } 8.645.000,00;$$

Faturamento Bruto - *Home Video* - **Rental**

$$= \text{84\% de R\$ } 8.645.000,00 = \text{R\$ } 7.261.800,00;$$

Faturamento Bruto – *Home Video - Sell Through*

= **16%** de R\$ 8.645.000,00 = R\$ 1.383.200,00.

Para determinação da quantidade de DVDs vendida divide-se o faturamento bruto da janela por seu respectivo preço estimado no mercado. É relevante a determinação da quantidade vendida para estimar as despesas de comercialização nesta janela.

a. **Quantidade – Rental**

= Faturamento Bruto - *Home Video – Rental* / Preço – *Rental*

= R\$ 7.261.800,00 / R\$ 82,00* = **88.559 unidades.**

b. **Quantidade – Sell Through**

= Faturamento Bruto – *Home Video - Sell Through* / Preço– *Sell Through*

= R\$ 1.383.200,00 / R\$ 24,00* = **57.633 unidades**

*Estimativa de mercado

c. **Comissão de Distribuição – Rental e Sell Through:** Remuneração dos agentes envolvidos na distribuição do filme.

- Distribuidor = 30,00% - Valor padrão do setor para a janela de Home Video.

Atualmente o Canal de Televisão e o Produtor Proponente não possuem comissão de distribuição na janela de Home Video.

d. **Despesas de Comercialização**

As despesas de comercialização para lançamento do filme são geralmente incorridas pelo distribuidor e recuperadas prioritariamente ao repasse dos recursos ao produtor.

- **Custo Unitário de Produção (Rental e Sell Through):**

- DVD = R\$ 4,00.

- **Outros Custos de Comercialização - Rental**

Estimativa de R\$ 8,00 por unidade com gastos de comercialização.

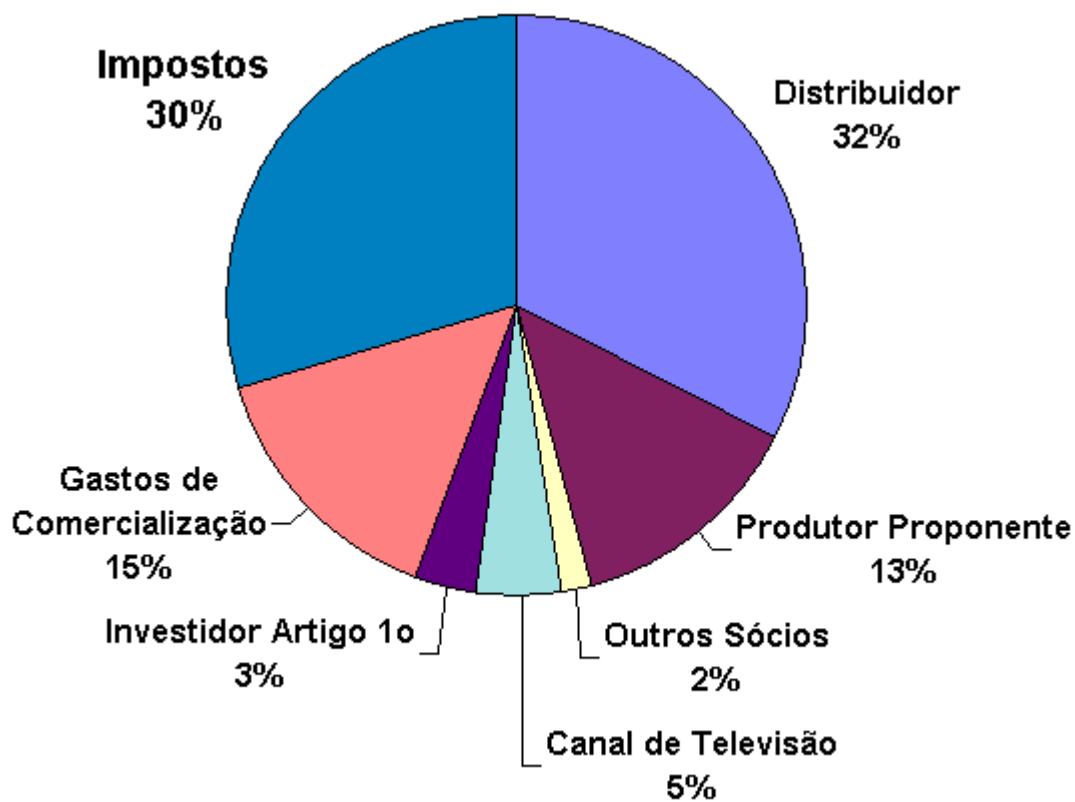
- **Outros Custos de Comercialização – Sell Through**

Estimativa de R\$ 2,90 por unidade com gastos de comercialização.

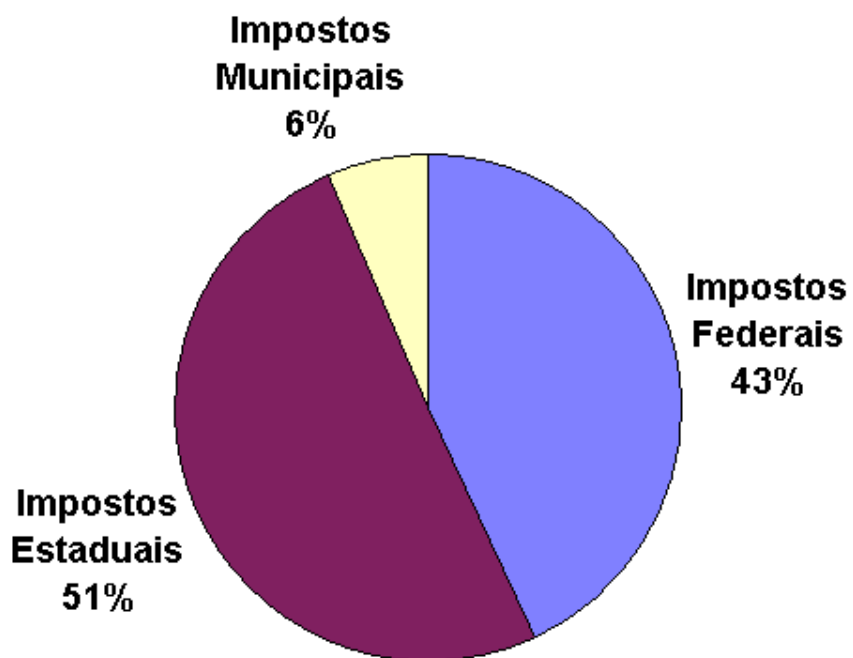
Também estão sendo consideradas demais despesas como frete, armazenagem, fiscalização, despesas administrativas do distribuidor e seguro.

As premissas de venda (preço unitário e quantidade) geram um faturamento bruto na janela de *Home Video – Rental* de R\$ 7.261.800,00 (sete milhões duzentos e sessenta e um mil e oitocentos reais). O gráfico abaixo apresenta as arrecadações nesta janela.

ARRECADAÇÃO NA JANELA DE *HOME VIDEO – RENTAL*

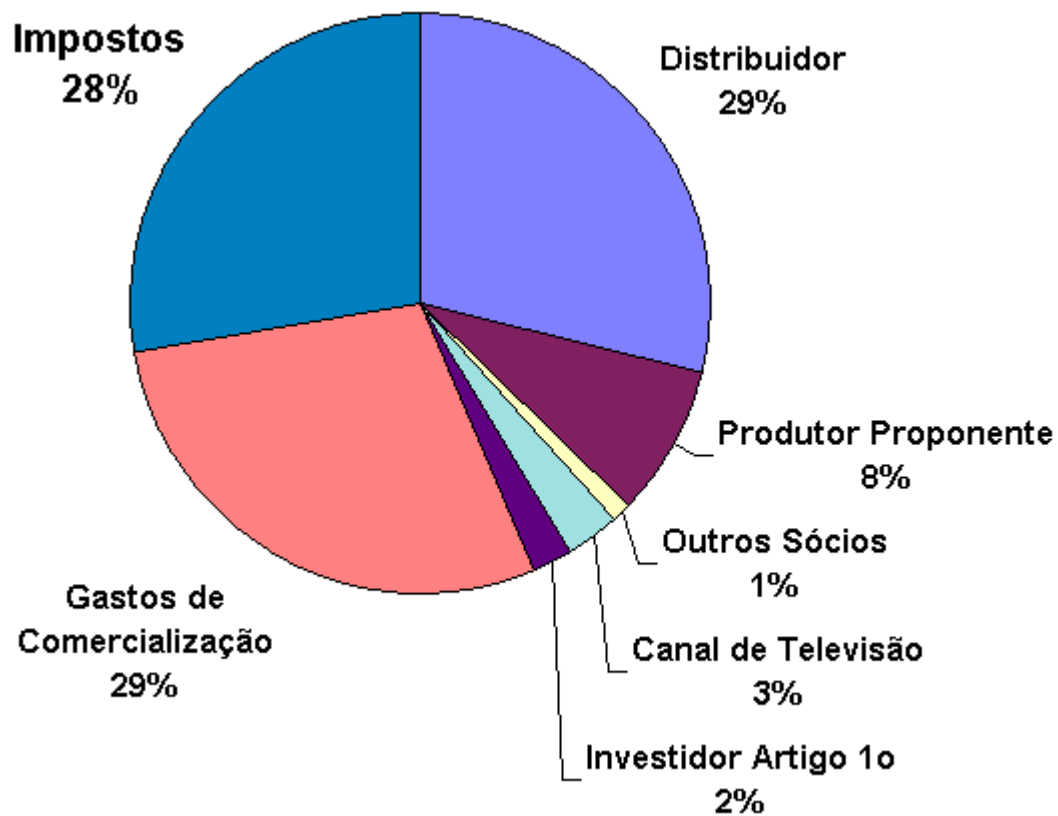


DETALHAMENTO DOS IMPOSTOS EM *HOME VIDEO – RENTAL*

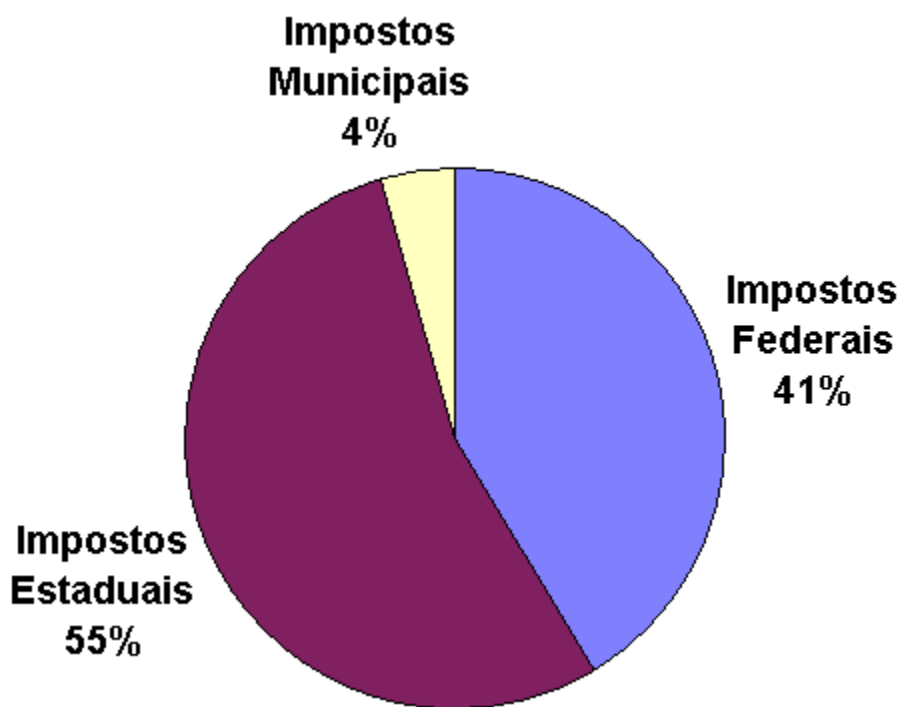


As premissas de venda (preço unitário e quantidade) geram um faturamento bruto na janela de *Home Video – Sell Through* de R\$ 1.383.200,00 (um milhão trezentos e oitenta e três mil e duzentos reais). O gráfico abaixo apresenta as arrecadações nesta janela.

ARRECADADAÇÃO NA JANELA DE *HOME VIDEO* – *SELL THROUGH*



DETALHAMENTO DOS IMPOSTOS EM HOME VIDEO – SELL THROUGH



No mercado de *Home Video* a carga tributária atinge quase **30%** em *Rental* e quase **28%** em *Sell Through* de seu faturamento total. Como não estão sendo consideradas as empresas locadoras e demais varejistas neste exercício, o distribuidor é o agente menos impactado pela carga tributária enquanto que os demais sócios do projeto, investidores e produtor proponente incorrem em **bi-tributação**.

Na distribuição dos recursos entre os impostos os de competência estadual (ICMS) possuem maior incidência com **50%** em *Rental* e **54%** em *Sell Through* do total de impostos arrecadados.

2.c - Janela de Comercialização – TV Paga

Abaixo são apresentadas as premissas específicas utilizadas na janela de comercialização de TV Paga para determinação da distribuição de recursos entre os agentes envolvidos, e em seguida a participação de agente no faturamento desta janela.

A ausência de dados históricos disponíveis para esta janela de comercialização impede uma análise mais precisa a partir de resultados anteriores e leva a uma previsão de venda a canais de televisão fechada baseada apenas em estimativas de agentes do mercado.

O faturamento ocorre através da venda direta pelo Distribuidor ao Canal de Televisão.

- a. Faturamento Bruto – Televisão – TV Paga* = R\$ 45.000,00**.

Estimativa

* Considerando também a comercialização em Pay Per View;

** Valor líquido de possíveis custos de comercialização.

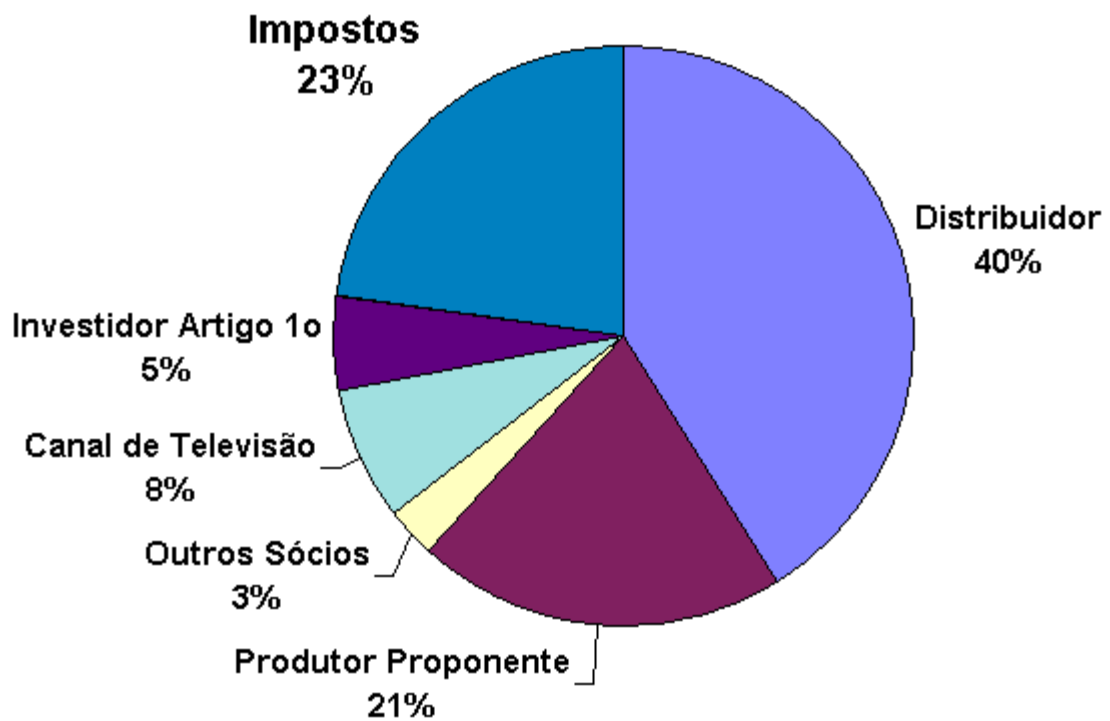
- b. Comissão de Distribuição – TV Paga: Remuneração dos agentes envolvidos na distribuição do filme.

- Distribuidor = 30,00% - Valor padrão do setor para a janela de TV Paga.

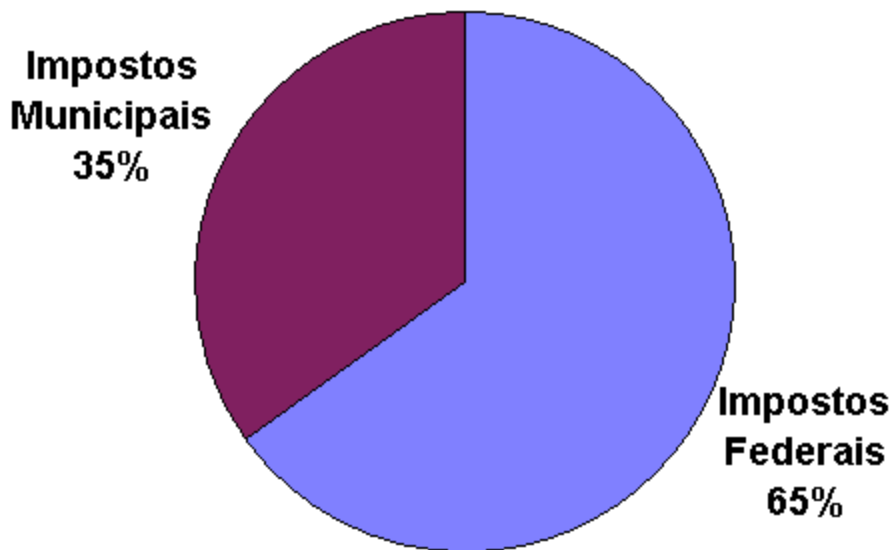
Atualmente o Canal de Televisão e o Produtor Proponente não possuem comissão de distribuição na janela de TV Paga.

O gráfico abaixo apresenta as arrecadações na janela de TV Paga, considerando a premissa de venda de R\$ 45.000,00 (quarenta e cinco mil reais).

ARRECADADAÇÃO NA JANELA DE TV PAGA



DETALHAMENTO DOS IMPOSTOS NA TV PAGA



2.d - Janela de Comercialização – TV Aberta

Abaixo são apresentadas as premissas específicas utilizadas na janela de comercialização de TV Aberta para determinação da distribuição de recursos entre os agentes envolvidos, e em seguida a participação de agente no faturamento desta janela.

A forma de valoração da comercialização do filme na janela de TV Aberta ocorre de forma relacionada à janela de cinema, sendo aplicado um valor unitário por espectador em cinema.

a. Preço* = US\$ 0,12 por espectador em cinema.

*Preço praticado no mercado para filmes nacionais.

b. Quantidade = 1.000.000 de espectadores, conforme previsão para cinema.

- **Faturamento Bruto** = US\$ 0,12 x R\$/US\$ 1,61* x 1.000.000 = **R\$ 192.000,00**.

*Cotação de 04/07/2008.

Fonte: Banco Central do Brasil

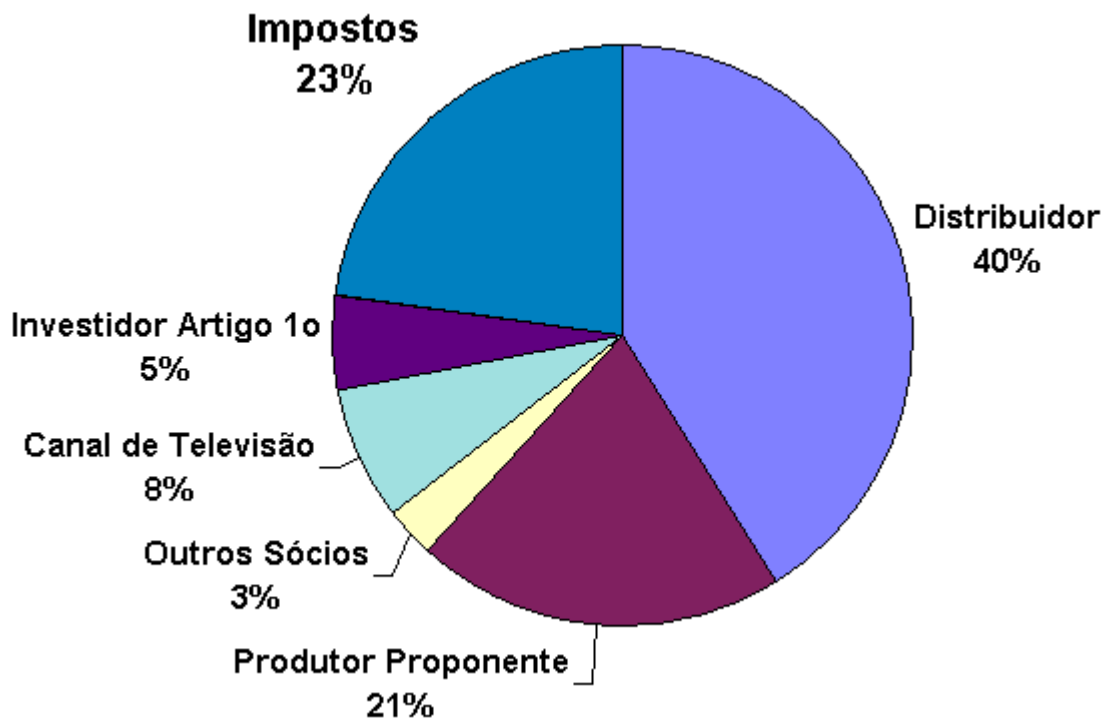
c. **Comissão de Distribuição:** Remuneração dos agentes envolvidos na distribuição do filme.

- Distribuidor = 30,00% - Valor padrão do setor para a janela de TV Aberta.

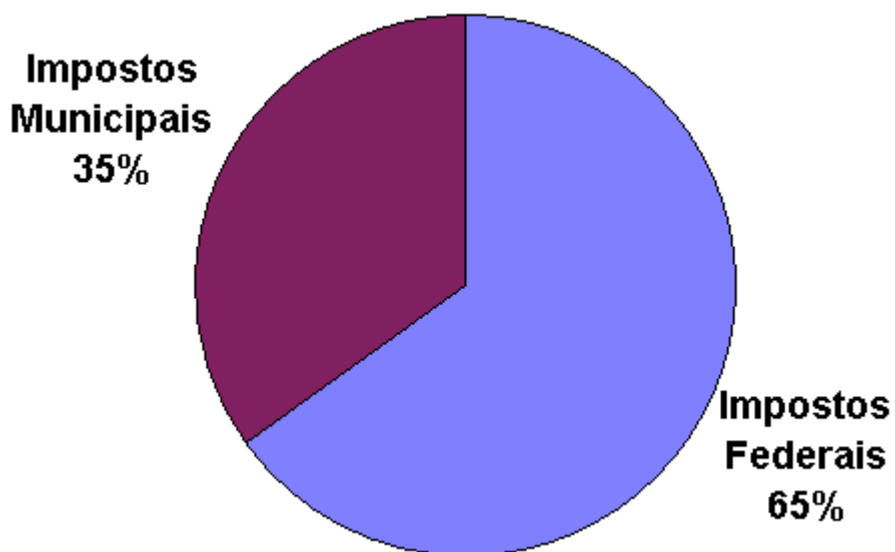
Atualmente o Canal de Televisão e o Produtor Proponente não possuem comissão de distribuição na janela de TV Aberta.

As premissas de venda (preço unitário e quantidade) geram um faturamento bruto na janela de TV Aberta de R\$ 192.000,00 (cento e noventa e dois mil reais). O gráfico abaixo apresenta as arrecadações nesta janela.

ARRECADAÇÃO NA JANELA DE TV ABERTA



DETALHAMENTO DOS IMPOSTOS NA TV ABERTA



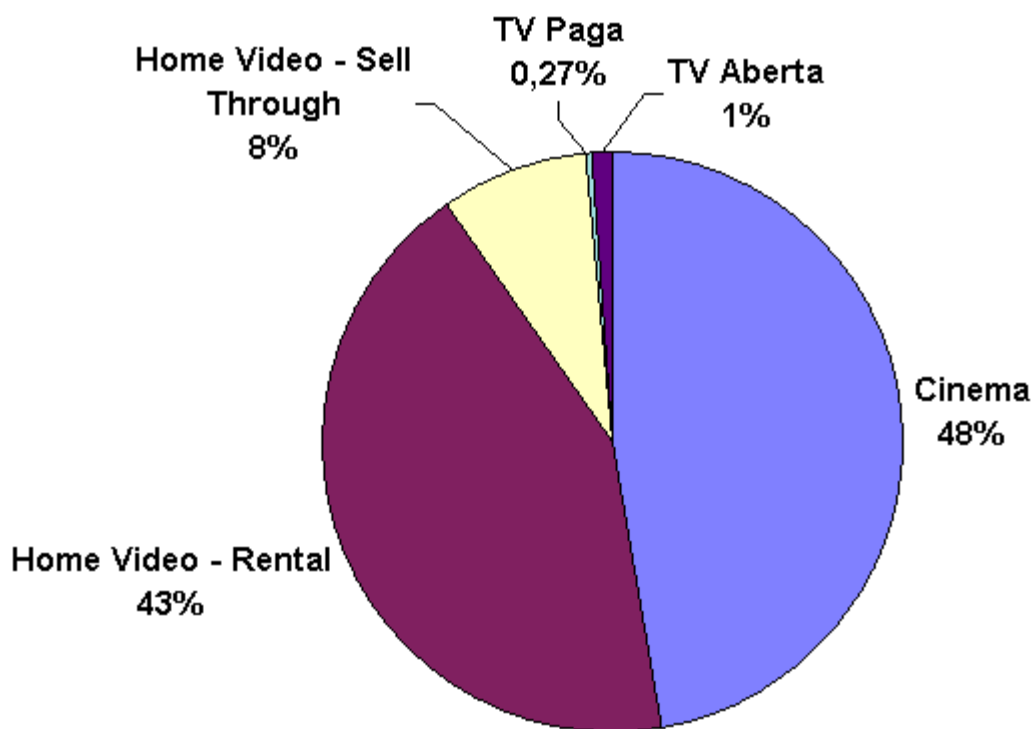
No mercado de televisão a carga tributária atinge quase **23%** tanto em TV Paga quanto TV Aberta. A similaridade entre a distribuição dos recursos nestas duas janelas acontece devido a sua estrutura de comercialização similar e a ausência das despesas de comercialização. Observa-se novamente **bi-tributação** nos demais sócios do projeto, investidores e produtor proponente.

Na distribuição dos recursos entre os impostos os de competência federal possuem maior incidência com **65%** do total de impostos arrecadados.

3. Análises

Os gráficos abaixo apresentam a relevância de cada janela de comercialização no faturamento total do projeto de R\$ 16.862.000,00 (dezesesseis milhões oitocentos e sessenta e dois mil reais) nesta simulação.

FATURAMENTO TOTAL POR JANELA DE COMERCIALIZAÇÃO

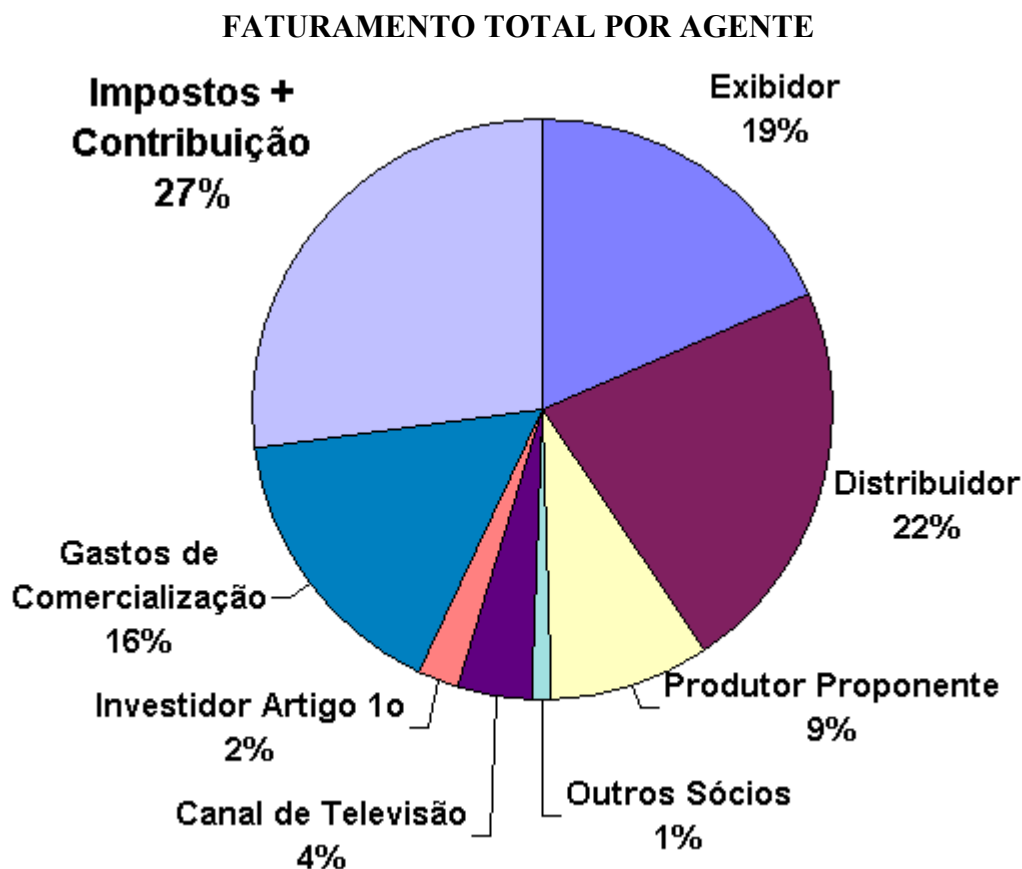


Percebe-se forte relevância da janela de cinema para o faturamento de um filme nacional. Estimativas de mercado apresentam uma relevância maior na janela de *Home Video (Rental e Sell Through)* para o filme americano.

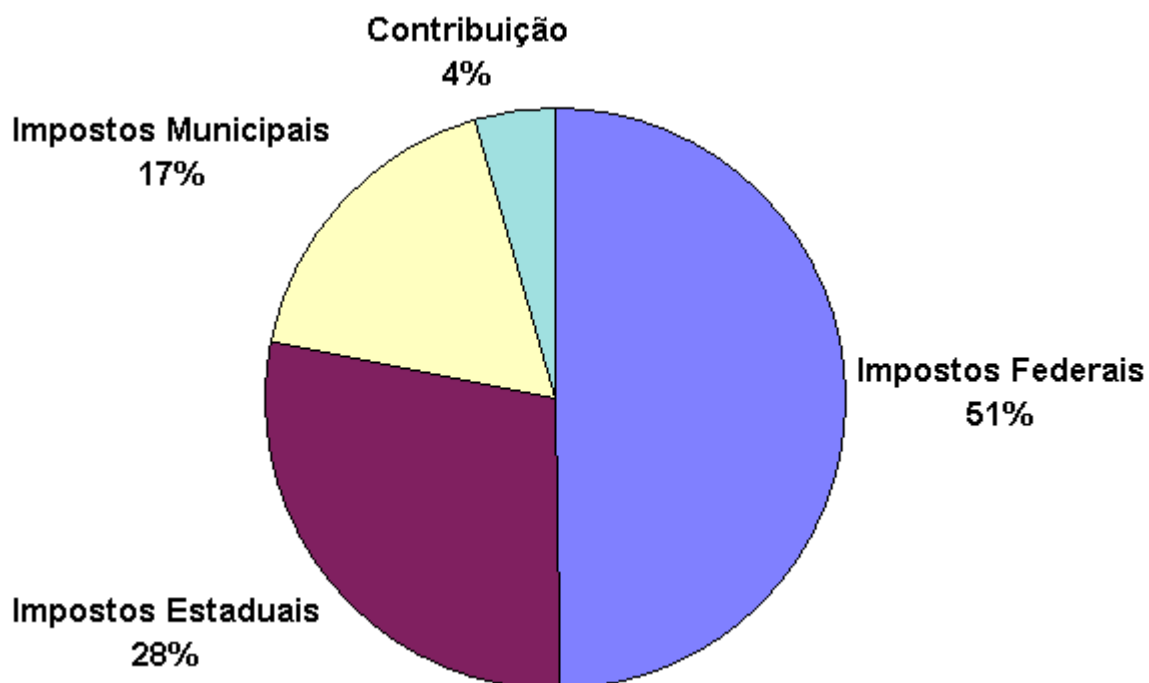
Observando os faturamentos consolidados das janelas de comercialização observa-se um resultado impressionante: a carga tributária (impostos + contribuição) possui a maior participação – **27%** – sobre o faturamento total do filme.

Na distribuição dos recursos entre os impostos os de competência federal possuem maior incidência: **51%** do total de impostos arrecadados.

Chama atenção neste exercício que o valor total de impostos recolhidos em todo processo de comercialização, **R\$ 4.568.083** (quatro milhões quinhentos e sessenta e oito mil e oitenta e três reais), se assemelha a um orçamento médio de um longa-metragem nacional. Pode-se começar a pensar os impactos de um processo de desoneração fiscal nos modelos de financiamentos atuais.



DETALHAMENTO DOS IMPOSTOS NO FATURAMENTO TOTAL



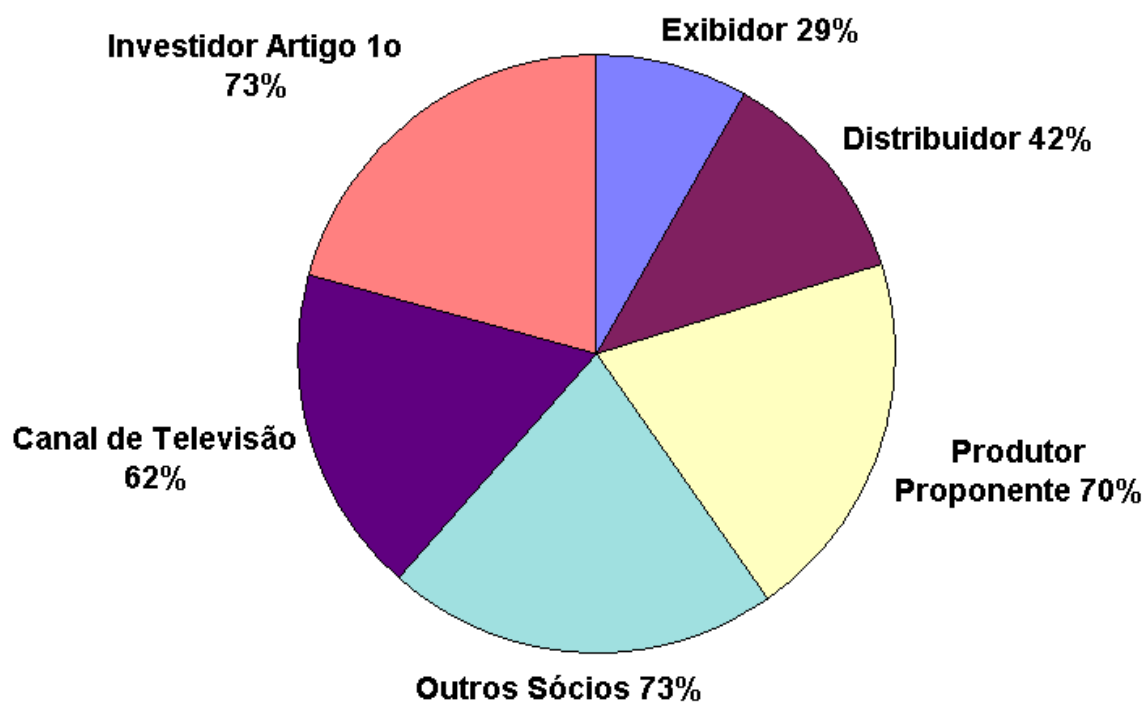
A seguir serão apresentadas simulações quanto aos impactos positivos gerados na arrecadação dos agentes envolvidos em caso de um processo de desoneração fiscal, e será observado também tal impacto na Receita Líquida do Produtor (RLP), conceito que define a base de cálculo para divisão patrimonial do filme, ou seja, a remuneração aos investidores.

Variação de arrecadação por agente após desoneração tributária

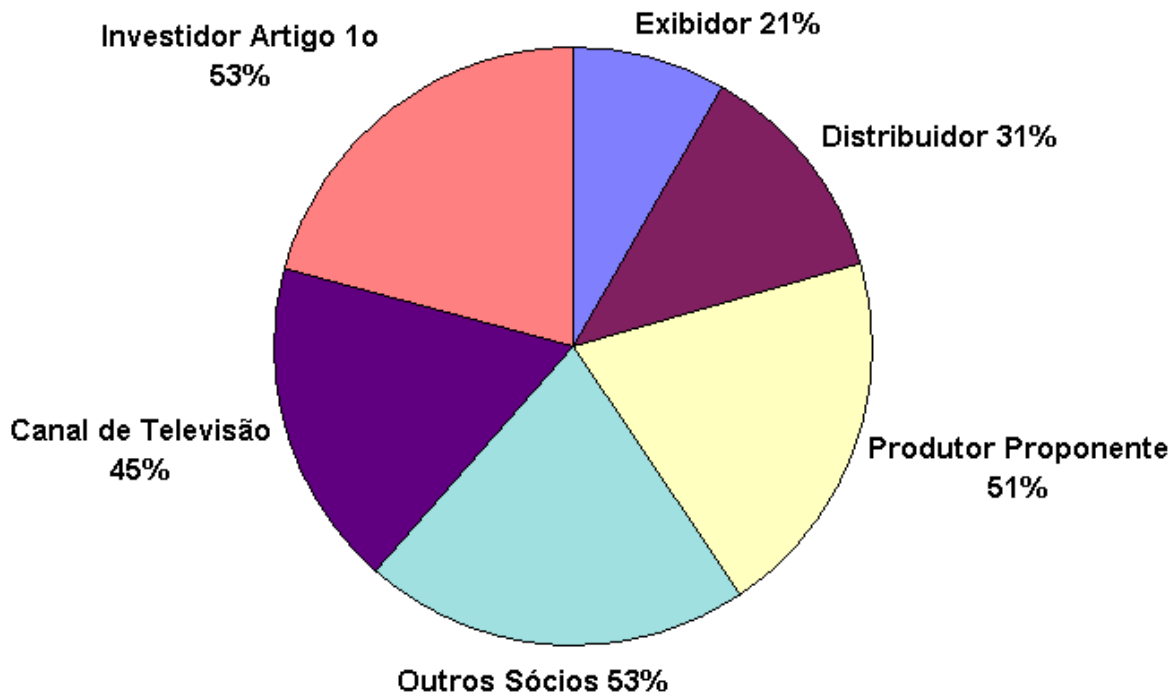
Os gráficos abaixo apresentam os impactos resultantes na geração adicional de faturamento de uma desoneração tributária em quatro situações: **(i)** 100% de desoneração tributária, **(ii)** 75% de desoneração tributária, **(iii)** 50% de desoneração tributária e **(iv)** 25% de desoneração tributária.

Os resultados encontrados são para o **faturamento consolidado** de todas as janelas de comercialização. O percentual recolhido de ECAD pelo exibidores não foi excluído para efeito das simulações abaixo e permanece incidindo na janela de cinema.

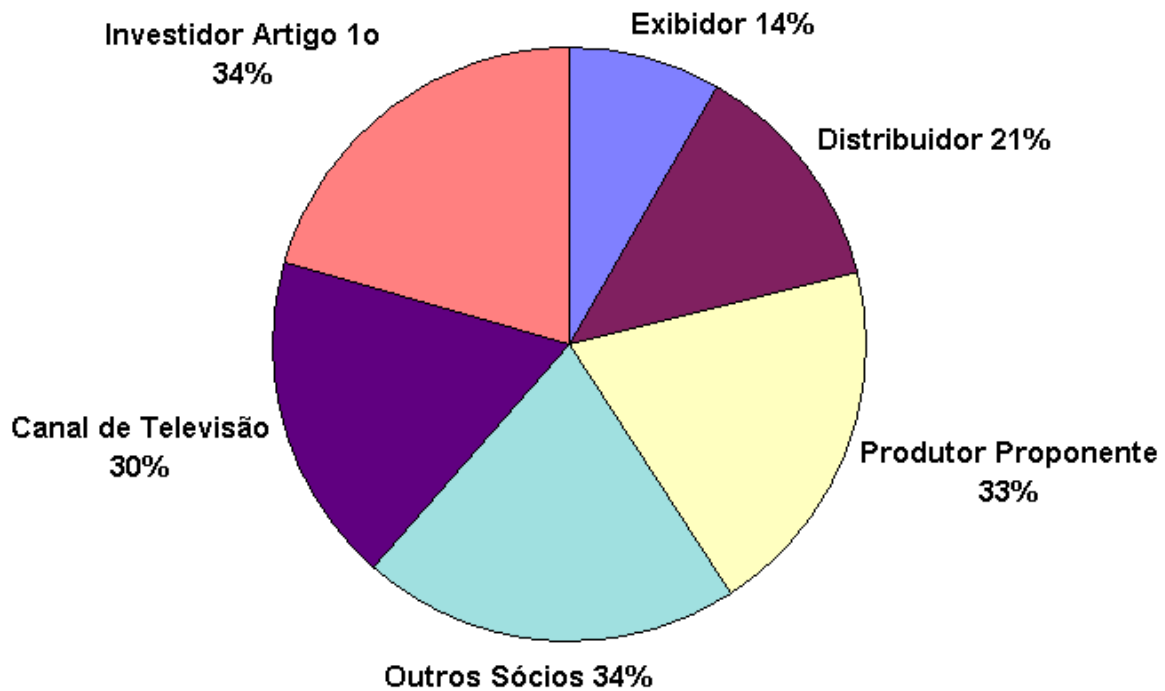
**GERAÇÃO ADICIONAL DE FATURAMENTO DEVIDO A UMA DE
REDUÇÃO DE 100% DA CARGA TRIBUTÁRIA**



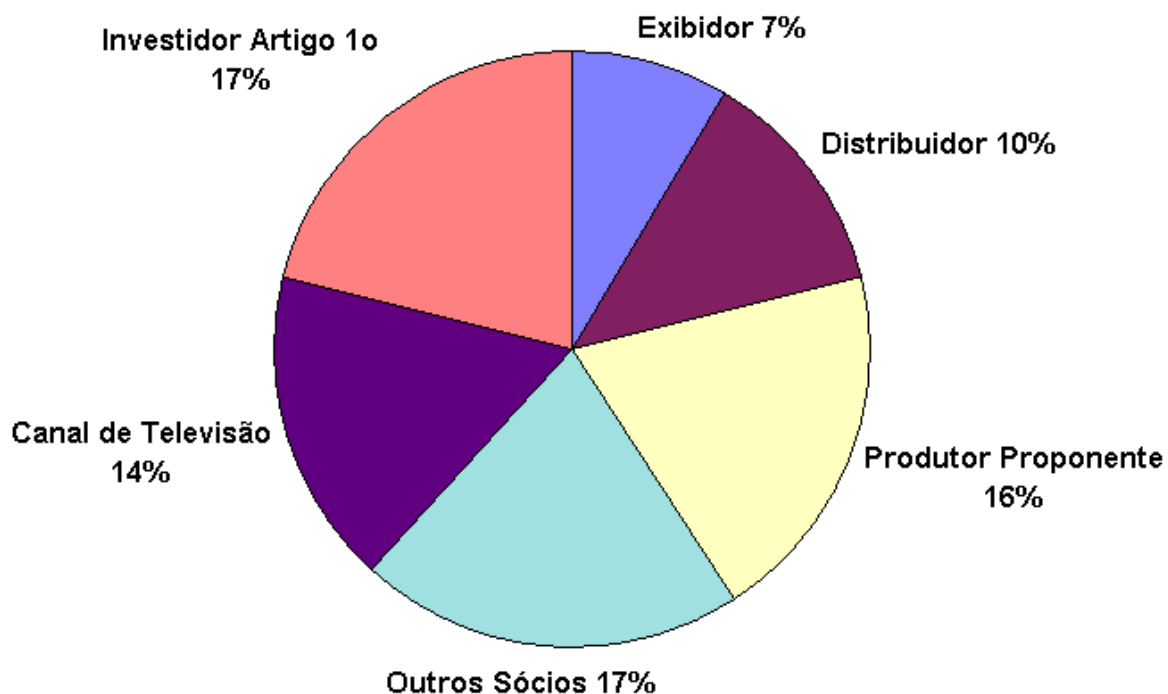
GERAÇÃO ADICIONAL DE FATURAMENTO DEVIDO A UMA DE REDUÇÃO DE 75% DA CARGA TRIBUTÁRIA



GERAÇÃO ADICIONAL DE FATURAMENTO DEVIDO A UMA DE REDUÇÃO DE 75% DA CARGA TRIBUTÁRIA



GERAÇÃO ADICIONAL DE FATURAMENTO DEVIDO A UMA REDUÇÃO DE 25% DA CARGA TRIBUTÁRIA



Observa-se significativo impacto positivo quanto à arrecadação de cada agente em um processo de desoneração tributária, chamando atenção para o impacto do **produtor proponente**, agente do elo mais tributado da cadeia.

Em caso de **100%** de desoneração tributária, o produtor – agente responsável pelo desenvolvimento e gestão dos projetos audiovisuais – teria uma arrecadação adicional de **70%**.

Receita Líquida do Produtor (RLP)

A RLP é o conceito na indústria cinematográfica que representa a base de cálculo para divisão patrimonial do projeto, o que significa dizer que este conceito define o retorno ao(s) investidor(es).

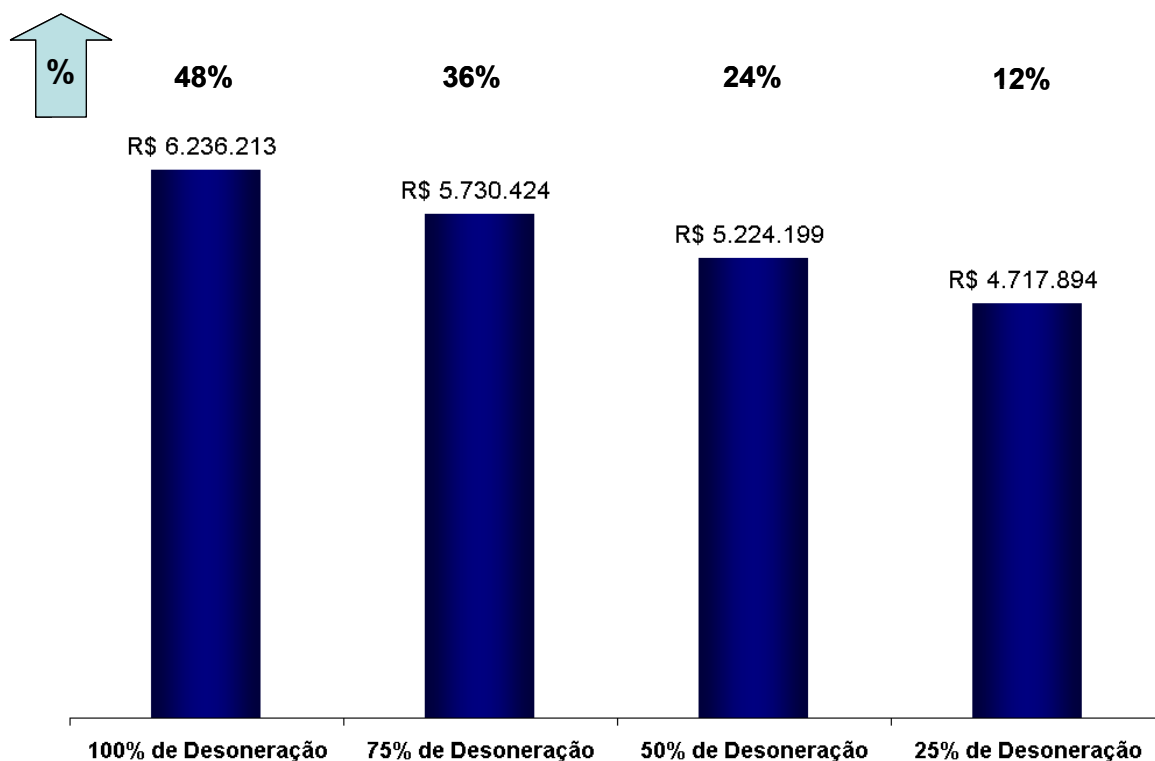
Sua forma de apuração é basicamente a dedução sobre a **receita bruta** de comercialização, em qualquer janela, dos impostos e contribuições incorridos, das

comissões dos agentes (exibidor e distribuidor) e despesas de comercialização geralmente incorridas pelos distribuidores na forma de adiantamento.

No presente exercício a RLP inicial consolidada para todas as janelas de comercialização é de **R\$ 4.211.868,00** (quatro milhões duzentos e onze mil oitocentos e sessenta e oito reais). O gráfico a seguir apresenta qual seria o impacto proveniente do processo de desoneração tributária.

RLP antes da Desoneração Tributária = R\$ 4.211.868,00

RLP APÓS DESONERAÇÃO TRIBUTÁRIA



Observa-se então que a **RLP** absorveria um impacto positivo de **48%** em sua arrecadação total em um caso de desoneração tributária de **100%**, gerando um valor arrecadado de **R\$ 6.236.213,00** (seis milhões duzentos e trinta e seis mil duzentos e treze

reais), ou seja, valor suficiente para retornar investimento de R\$ 4.500.000,00 em um filme, orçamento médio para longas metragens nacionais.

Não existe a pretensão neste trabalho em afirmar que uma desoneração tributária permitirá a todos os filmes nacionais serem financiados sem leis de incentivo fiscal, ou que imediatamente após um processo de desoneração não fossem constituídos modelos de financiamento que ainda utilizassem parcialmente tais mecanismos de incentivo. A previsão de público neste exercício, geralmente alcançada por alguns projetos de foco comercial, é bem otimista e não pode ser aplicada a totalidade das produções. Porém, é possível avaliar como a viabilidade econômica e financeira permanece distante de ser alcançada sem um processo de desoneração tributária.

Vale ressaltar também que não foi foco deste exercício o cálculo da Taxa Interna de Retorno de um possível investimento, conceito financeiro para avaliação de projetos que incorpora os prazos de investimento e retorno econômico ao longo de um determinado período.

4. Conclusão

Livros, jornais e periódicos adquiriram imunidade tributária há alguns anos, e está em andamento no congresso nacional uma proposta de emenda constitucional que garante imunidade tributária a fonogramas (CDs) e videofonogramas (DVDs) musicais de autores brasileiros produzidos no Brasil. Esta reivindicação parte de justificativas de valorização da cultura nacional e de forma de combate à pirataria.

Assim, em uma indústria que necessita de mecanismos de renúncia fiscal para seu financiamento, uma vez que os projetos (filmes) não possuem viabilidade financeira, é totalmente compatível um pleito no mesmo sentido.

Observa-se também que, além do impacto na produção nacional, o filme estrangeiro e em especial o americano, responsável por 90% da bilheteria nacional e conseqüentemente responsável pela viabilidade econômica e financeira de nossos complexos de exibição, sofre com a bi-tributação.

Mas o ponto a ser considerado com maior atenção é o desenvolvimento pelo qual a indústria cinematográfica nacional pode passar caso seja implantado um processo de desoneração tributária.

Ao permitir maior arrecadação dos agentes envolvidos gera-se imediatamente maior capacidade de reinvestimento no próprio setor. Com faturamento adicional de **29%** os exibidores ampliam sua capacidade de investir na ampliação do parque exibidor ainda tão carente de salas. Com **42%** de faturamento adicional os distribuidores, principalmente os nacionais, adquirem maior capacidade de investir em novos lançamentos, diversificar seu portfólio e ampliar o número de filmes lançados. E com **70%** adicionais no faturamento dos projetos os produtores adquirem capacidade de realizarem investimentos em desenvolvimento de projetos (principalmente em roteiros), se tornam menos dependentes dos recursos da produção e podem assim estruturar melhor suas empresas.

Tal processo de desoneração tributária pode também criar um novo paradigma no processo de financiamento do cinema nacional. A possibilidade de redução de utilização de benefícios fiscais na realização de projetos mais comerciais, tendo em vista que o retorno comercial pode começar a “pagar” um financiador, é o estímulo necessário, em um primeiro momento, para um maior desenvolvimento dos FUNCINES (Fundos de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional) e também para que estes passem a investir mais recorrentemente na produção. Já em um segundo momento, a desoneração tributária poderá permitir que novas fontes de financiamento passem a atuar no setor.

Por fim, mas não menos importante, a redução da utilização de benefícios fiscais a projetos de foco mais comercial permitirá que tais recursos incentivados, anteriormente utilizados nestes projetos, sejam destinados a projetos com menor alcance comercial como filmes de arte, que são extremamente importantes à diversidade artística e ao desenvolvimento de novas linguagens do cinema brasileiro.