

269

**ECONOMIA DO AUDIOVISUAL.** *Marcos Vinicio Wink Junior, Stefano Florissi (orient.)* (UFRGS).

Dentro do conjunto de atividades culturais existentes, o audiovisual surge como o segmento de maior impacto econômico, sendo assim, a partir de bases quantitativas e públicas de dados culturais, torna-se possível o desenvolvimento da “Economia do Audiovisual”. Audiovisual é tratado aqui como toda e qualquer mídia que envolva áudio e visual conjuntamente ou separados. Grosso modo, é a TV, o cinema, o rádio e a internet. O objetivo é, portanto, definir e dimensionar o audiovisual e tudo que o segue no Brasil, incluindo leis de incentivos, tipos de fomento a produção audiovisual, estudo de sua cadeia produtiva e propriedade intelectual. Além de questões quantitativas, o estudo da “Economia do Audiovisual” também engloba outros aspectos microeconômicos que dizem respeito ao bem estar social, como externalidades e bens públicos, contribuindo, dessa forma, para uma melhor alocação de recursos por parte dos gestores de políticas públicas. Para discutir a situação do Brasil, o trabalho se baseia em uma comparação entre as principais indústrias culturais existentes no mundo. A base de comparação utilizada é o valor gerado, desejando assim identificar os diversos tipos de atividades não a partir do formato do conteúdo ou do meio de difusão, mas a partir do consumo, que gera a necessidade do conteúdo e do meio de acesso a ele.