



Universidade de Brasília

Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e  
Ciência da Informação e Documentação - FACE.

Departamento de Economia

**CONTEXTUALIZAÇÃO DA POLÍTICA DE MEIA-ENTRADA NO  
BRASIL E ANÁLISE DO PROBLEMA DE MAXIMIZAÇÃO DOS  
EXIBIDORES**

Henrique Soares Almeida

Orientador: Leandro Gonçalves do Nascimento

Brasília, Fevereiro, 2016.





Universidade de Brasília

Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e  
Ciência da Informação e Documentação - FACE.

Departamento de Economia

## **CONTEXTUALIZAÇÃO DA POLÍTICA DE MEIA-ENTRADA NO BRASIL E ANÁLISE DO PROBLEMA DE MAXIMIZAÇÃO DOS EXIBIDORES**

Henrique Soares Almeida

Orientador: Leandro Gonçalves do Nascimento

Monografia de conclusão de curso de  
Bacharel em Ciências Econômicas.  
Universidade de Brasília – UnB

Brasília, Fevereiro, 2016.

Soares Almeida, Henrique

Contextualização da política de meia-entrada no Brasil e análise do problema de maximização dos exibidores / Henrique Soares Almeida. Brasília, 2016, 33 pág.

Monografia (bacharelado) – Universidade de Brasília, Departamento de Economia, 2016.

Orientador: Leandro Gonçalves do Nascimento, Departamento de Economia

1. discriminação de preços de terceiro grau
2. bem-estar
3. meia-entrada
4. cinema.

POLÍTICA DE MEIA-ENTRADA NO BRASIL: ANÁLISE DO PROBLEMA DE  
MAXIMIZAÇÃO DO EXIBIDOR SOB DISCRIMINAÇÃO DE PREÇOS

Henrique Soares Almeida

Banca Examinadora

.....  
Orientador: Leandro Gonçalves do Nascimento

.....  
Professor: Moisés de Andrade Resende Filho

Brasília, Fevereiro de 2016.



## SUMÁRIO

Resumo	7
Abstract	7
1. <i>Introdução</i> .....	8
2. <i>Revisão de literatura</i> .....	10
2.1. Bem-estar e políticas públicas.....	10
2.2. Discriminação de preços.....	12
2.2.1 Discriminação de preços de terceiro grau .....	13
2.3. Subsídios cruzados.....	13
3. <i>O mercado de cinema</i> .....	15
3.1. Características econômicas da indústria cinematográfica .....	15
3.2. Discriminação de preços na etapa de exibição .....	17
3.3. Obrigações sociais do setor de exibição no Brasil.....	18
3.4. Regulamentação do mercado de cinema no Brasil .....	19
3.4.1 Intervencionismo estatal e a Ancine.....	19
3.4.2 A Lei 12.988/2013.....	20
4. <i>Ilustração do problema de maximização dos exibidores com demandas lineares</i> ...	22
4.1. Caso sem discriminação de preços .....	22
4.2. Caso com discriminação de preços de terceiro grau.....	24
4.3. Análise de impacto sobre o bem-estar.....	27
5. <i>Conclusão</i> .....	29
6. <i>Referências Bibliográficas</i> .....	30





## **Resumo**

Este trabalho apresenta a literatura relevante à política de meia-entrada à estudantes em vigor no Brasil e ilustra o efeito desta sobre o problema de maximização dos exibidores, considerando a prática de discriminação de preços de terceiro grau e mercados com demandas lineares.

O resultado obtido mostra que a política de meia-entrada aumenta o bem estar (como produção total) caso a diferença entre as rendas do grupo beneficiado e do grupo não beneficiado sejam pequenas.

Palavras-Chave: Discriminação de preços de terceiro grau, bem-estar, meia-entrada, cinema.

## **Abstract**

This paper presents the relevant literature concerning the half-price student discount policy in force in Brazil, illustrating its effect on the movie exhibitors' maximization problem, considering third-degree price discrimination and linear demand markets.

The results obtained show that the half-price policy increases welfare (as total production) if the difference between the incomes of the group benefited by the policy and the non-benefited group are small.

Keywords: Third-degree price discrimination, welfare, half-price discount, cinema.

## 1. Introdução

O caso mais comum de discriminação de preços é o de terceiro grau: o monopolista é capaz de identificar diferentes grupos de consumidores com diferentes elasticidades de demanda e cobra o mesmo preço para todos os consumidores do grupo. Essa prática ocorre amplamente ao redor do mundo com produtos da indústria cultural, como museus, teatros, cinemas e shows, concedendo descontos a estudantes, idosos e militares, bem como a membros de associações profissionais ou a clientes de empresas parceiras.

Nesse tipo de indústria, a decisão por discriminar nem sempre é puramente econômica: seus produtores podem considerá-lo uma espécie de bem meritório e estimular a demanda de grupos específicos reduzindo o preço cobrado destes, como, por exemplo, um museu de história natural conceder descontos ou admissão gratuita a estudantes de História ou Biologia.

Salas de cinema e outros empreendimentos artístico-culturais e de entretenimento ao redor do mundo comumente concedem descontos a crianças e idosos, e alguns deles a estudantes, sem que haja obrigação legal para isso. Estes descontos raramente ultrapassam 1/3 do valor integral.

No Brasil, entretanto, isso acontece de forma diferente: a escolha do produtor pelo preço de entrada para espetáculos culturais é restrita pela Lei nº 12.933, de 26 de dezembro de 2013, regulamentada pelo Decreto nº 8.537 de 5 de outubro de 2015, que assegura o benefício da meia-entrada a estudantes, idosos, pessoas com deficiência e jovens de baixa renda a um mínimo de 40% do total de ingressos disponíveis.

No caso específico das salas de cinema, essa situação possibilita a prática de subsídios cruzados entre tipos de consumidores e incentiva a prática de subsídios cruzados entre a exibição dos filmes e a venda concessionada de produtos como alimentos e bebidas. Estas práticas estão inseridas no problema de maximização do lucro do produtor, que orienta a escolha de preços, considerando um caso de monopólio competitivo, e quantidades produzidas.

Políticas públicas de regulação, como é o caso da Lei 12.933/2013, devem ter seus efeitos avaliados e serem ajustadas de forma a maximizar o bem-estar dos consumidores ou da

sociedade, dependendo do viés da autoridade regulatória. Essa análise deverá resultar em uma alocação eficiente no sentido de Pareto em um nível de utilidade superior ao que seria alcançado num equilíbrio de mercado sem regulação. Entretanto, nem sempre essa análise conta com todos os dados necessários à estimação, devido à assimetria de informação entre a autoridade regulatória e o produtor.

O presente trabalho pretende apresentar a literatura relevante ao mercado de cinema e, mais especificamente, da etapa de exibição dos filmes; traçar um breve histórico institucional e a situação atual da regulamentação do mercado de cinema no Brasil; e descrever o problema de maximização do monopolista dos exibidores de cinema com base num modelo simples com demandas lineares de modo a verificar os efeitos de uma política de meia-entrada sobre lucro e produção.

## 2. Revisão de literatura

Neste capítulo serão expostas as fundamentações da teoria econômica para as práticas adotadas na precificação dos ingressos de cinema e na regulação deste mercado.

### 2.1. Bem-estar e políticas públicas

Desde a Revolução Marginalista, o mainstream da economia passa a enfatizar a formalização e demonstração lógico-matemática das proposições, com a corrente de pensamento neoclássica assumindo uma posição de predominância nas ciências econômicas (BLAUG, 1978). De acordo com E. Roy Weintraub (2007), essa corrente sustenta-se sobre três hipóteses-chave: (i) os agentes têm preferências racionais quanto a recompensas as quais podem ser identificadas e um valor pode ser a elas associado; (ii) as pessoas agem em interesse próprio de forma a maximizar sua utilidade e firmas de forma a maximizar seu lucro; e (iii) as pessoas agem independentemente com base na informação relevante disponível, com o sistema de preços atuando como garantidor do equilíbrio entre os mercados.

A interação estratégica entre consumidores e produtores segue um modelo de equilíbrio geral walrasiano. Com ambos os agentes tentando maximizar seu bem-estar, o bem-estar agregado da economia passa a ser objeto de análise com a introdução do conceito de ótimo de Pareto, por Vilfredo Pareto em 1906 em seu livro *Manual of Political Economy* (BLAUG, 1978).

No ano de 1920, Arthur Cecil Pigou publica *The Economics of Welfare*, em que além de introduzir os conceitos e a terminologia que perduram até hoje na literatura sobre discriminação de preços, constrói os alicerces da literatura de economia do bem-estar. Nesta mesma obra, o autor introduz o conceito de externalidades, fundamental à análise do bem-estar social e a diversos campos de estudo, como a Economia do Meio-ambiente.

Os possíveis conflitos entre agentes geradores e sobre os quais incidem as externalidades será tratado futuramente por Ronald Coase, em *The problem of social cost* (1960). Ele expõe o que fica conhecido como o Teorema de Coase, que enuncia que se os agentes

envolvidos em externalidades puderem negociar com direitos de propriedades bem definidos, existe uma solução privada para o problema que maximiza o bem-estar social independentemente de uma ação governamental.

A segunda seção do livro de Pigou é inteiramente dedicada à majoração e repartição do produto social, trazendo uma das primeiras contribuições à literatura de bem-estar social quanto o papel do Estado no processo regulatório em mercados imperfeitos. Este autor questiona a possibilidade de auto-regulamentação plena do mercado, atribuindo ao Estado a responsabilidade de garantir a existência e o cumprimento de um marco legal e institucional que proteja direitos de propriedade e promova a compensação por externalidades. Ainda nesta seção, são descritas as situações de competição monopolística e monopólio discriminador de preços, que guardam semelhanças com o funcionamento do mercado de exibição de filmes.

Joseph Stiglitz apresenta, em 1996, na Conferência Anual em Economia do Desenvolvimento do Banco Mundial, medidas para melhorar o desempenho dos mercados por mecanismos de ação governamental. Segundo ele, as políticas governamentais nesse sentido devem ser *consumer-oriented*, priorizando o bem-estar dos consumidores e estimulando a competição, e a política regulatória deve ser constantemente aprimorada de forma a captar as mudanças na sociedade, nas condições de mercado e, principalmente, nas tecnologias e estruturas de produção.

Sam Peltzman, em 1976, propõe um modelo de decisão dos agentes públicos que complementa o modelo de Stigler (1971): enquanto este tinha enfoque apenas no lado da demanda por regulação, sob a forma de *lobby* de representantes de uma determinada indústria, Peltzman chama atenção também para o lado da oferta de regulação, representado pelos legisladores. Pressupondo que: (i) a regulação redistribui riqueza; (ii) legisladores desejam manter-se em seus cargos e portanto sempre buscarão maximizar o apoio político recebido em suas atuações; e (iii) grupos de interesse competem entre si oferecendo aos legisladores apoio político em troca de legislação favorável; descreve uma função objetivo dos legisladores sensível a (i) apoio financeiro do *lobby* dos interessados diretamente na política de regulação e (ii) apoio político da população, que será afetada pela política regulatória, sob a forma de votos. Desse forma, amplia o modelo de Stigler, que não explicava situações como a aprovação de regulações que prejudicam grandes

empresas ou a redução do protecionismo. Por fim, confirma a observação de Olson (1965) de que a população raramente tem incentivos a tomar ações contra o legislador.

Ainda em *The Economics of Welfare*, Pigou demonstra que se todas as funções de demanda forem lineares e todos os mercados são servidos ao preço não-discriminatório, a discriminação de preços tem efeito negativo sobre o bem-estar. A análise de Joan Robinson (1933), continuada por Schmalensee (1981), demonstra que a curvatura da demanda determina o sinal do efeito sobre o bem-estar; e Varian (1985) prova que uma condição necessária para elevação do bem-estar a partir da introdução de discriminação de preços é que a produção total aumente.

## **2.2. Discriminação de preços**

A discussão teórica sobre discriminação de preços remete à controvérsia entre Taussig e Pigou no fim do século XIX acerca das múltiplas tarifas de transporte ferroviário. Taussig acreditava que os serviços prestados a diferentes passageiros eram serviços distintos decorrentes de um processo conjunto de produção. Já Pigou considerava que estes serviços não eram distintos e não predominantemente caracterizados por custos conjuntos de produção (EKELUND e HULLET, 1973).

A prática da discriminação de preços, por seu potencial de aumento a receita do produtor pela captura adicional da disposição a pagar dos consumidores de mercados já servidos e pela expansão para novos mercados, é amplamente difundida entre diversos ramos de atividade econômica e documentada na literatura da ciência econômica. Pigou identifica três “graus” de discriminação de preços no livro *The Economics of Welfare* (1920), introduzindo os conceitos e a terminologia que perduram até hoje na literatura da fronteira do conhecimento sobre o tema, que explora a ocorrência desse fenômeno de diferentes maneiras em uma ampla miríade de indústrias.

Alguns exemplos são a discriminação de preços baseada em comportamento do histórico de compras, principalmente no comércio *online* (ESTEVES e REGGIANI, 2014); a discriminação baseada no dia da semana em que é realizada a compra, comprovada empiricamente para passagens aéreas nacionais nos EUA por Puller e Taylor (2012), que também apontam a possibilidade (ainda não verificada) da extensão dessa prática a outros

ramos da indústria de viagens, como hotelaria e aluguel de veículos; a discriminação intertemporal de preços pela prática de descontos por antecedência e de última hora (*early bird* e *last-minute*, respectivamente) e seu impacto sobre a concorrência e bem-estar (BAYER, 2010); e a discriminação endógena de preços, que utiliza a moldura teórica da Economia Comportamental para analisar situações em que o preço de venda é determinado total ou parcialmente por cada consumidor (REGNER, 2015; ISAAC, LIGHTLE e NORTON, 2015).

### **2.2.1 Discriminação de preços de terceiro grau**

A hipótese do comportamento maximizador é formalizada no campo da Microeconomia pela Teoria da Firma, em que as firmas maximizam o lucro dadas as restrições impostas pela tecnologia, instituições (leis, regulamentos, convenções sociais, etc.) e as preferências dos consumidores. Estes têm diferentes disposições a pagar por um mesmo bem e os produtores tentarão identificar a disposição a pagar de cada consumidor, maximizando seu lucro pela discriminação de preços.

O caso da meia-entrada nos cinemas encaixa-se perfeitamente nas condições para que a discriminação de preços em terceiro grau ocorra: “o monopolista vende a pessoas diferentes a diferentes preços, mas que todas as unidades do bem vendidas a determinado grupo são vendidas ao mesmo preço” (VARIAN, 2012). A identificação de cada grupo se dá pela exigência legal de verificação de documentos comprobatórios da elegibilidade ao benefício da meia-entrada. Dentro desses dois grandes grupos, ainda é possível identificar subgrupos de consumidores com menor disposição a pagar a partir da preferência revelada por sessões com menor preço exibidas em dias e horários de menor demanda total.

### **2.3. Subsídios cruzados**

A prática de subsídios cruzados, por sua vez, é mais comum em mercados que tendem a monopólios naturais e estão sujeitos à regulação governamental, como o de telecomunicações, por exemplo, analisado a fundo no livro de José Fernandes Soares (2002).

No caso das salas de cinema, é comum a ocorrência da venda casada do serviço de exibição dos filmes em si com os produtos das lojas concessionadas, o que permite que o produtor subsidie um destes de forma cruzada. Entretanto, dada a natureza complementar dos produtos disponíveis para vendas concessionadas nos complexos de salas de cinema e o relativo poder de monopólio do qual desfrutam estes estabelecimentos devido ao fato de já estarem integrados às salas de cinema, a venda casada não é condição necessária para que os subsídios cruzados entre produtos e filmes sejam aplicados.

A restrição imposta pela legislação sobre meia-entrada incorre na prática de subsídios cruzados entre os diferentes grupos de consumidores e incentiva a prática de subsídios cruzados entre a exibição dos filmes e a venda concessionada de produtos como alimentos e bebidas. Estas práticas estão inseridas no problema de maximização do lucro do produtor, que orienta a escolha de preços e quantidades produzidas, considerando um caso de monopólio competitivo.



### **3. O mercado de cinema**

Antes de partir para a análise do problema de maximização do produtor das salas de cinema, da política brasileira de meia-entrada e dos efeitos dessa sobre o bem-estar, faz-se necessário descrever e explicitar as especificidades da indústria cinematográfica como um todo, dos filmes como produto e da etapa de exibição destes.

#### **3.1. Características econômicas da indústria cinematográfica**

Em sua revisão de literatura, Jordi McKenzie (2012) aponta um crescente interesse de acadêmicos pelo estudo da indústria cinematográfica, atribuindo essa ascensão à multiplicidade de “quebra-cabeças” presentes em seu complexo processo produtivo, às características ímpares de distribuição e exibição, à natureza incerta da demanda e à relativa abundância de dados empíricos sobre o setor. Lamentavelmente, o mercado brasileiro não dispõe dessa abundância de microdados, especialmente na etapa de exibição, dificultando a aplicação de modelos empíricos.

O autor prossegue então realizando um histórico do setor, que tem início com a invenção do “kinetoscópio” de Thomas Edison em 1894. Na década seguinte popularizam-se os filmes de um rolo, sendo substituídos pelos de 2 rolos nos anos de 1910 e pelo cinema falado na década seguinte. Após a crise provocada pela Grande Depressão, em 1933 são liberadas práticas como a venda de filmes em pacotes (subsídios cruzados), a venda “cega” (sem a pré-visualização da obra) e a discriminação de preços de ingressos. Dois anos depois essas práticas voltam a ser proibidas, porém permanecem acontecendo tacitamente.

Durante a década de 1930 os cinco maiores estúdios são acusados de tentar deliberadamente eliminar concorrentes menores do setor, o que culmina na decisão da Suprema Corte dos Estados Unidos em 1948 que proíbe a integração vertical entre distribuição e exibição. Essa decisão é contestada em De Vany e Eckert (1991), que sustentam que essas práticas eram mecanismos razoáveis para lidar com características idiossincráticas do produto da indústria cinematográfica, protegendo-se do alto nível de incerteza do setor: (i) cada filme é único e não pode ser duplicado; (ii) a demanda é

imprevisível; (iii) um filme necessita de tempo em cartaz para atrair uma audiência; (iv) a maior parte dos custos de produção e distribuição ocorrem antes que o filme possa ser exibido e são custos afundados.

McKenzie (2012) descreve o processo produtivo da indústria cinematográfica em três principais etapas (produção, distribuição e exibição) e cria uma distinção categórica da literatura da ciência econômica sobre esta indústria em problemas “macroeconômicos” e “microeconômicos”.

A perspectiva “macroeconômica” focaliza os problemas de cunho mais holístico do setor, como os de demanda agregada por cinema, oferta agregada da indústria, impactos de mudanças em políticas econômicas e sociais e da evolução tecnológica, como a introdução de filmes na televisão à cabo, vídeo cassetes, DVDs, internet de banda larga, etc., e direitos de reprodução, propriedade intelectual e pirataria. Neste campo também se incluem pesquisas demográficas e socioeconômicas sobre o perfil do consumidor desse tipo de produto.

Já a abordagem “microeconômica”, por sua vez, lida com problemas relacionados a entidades individualizadas, como por exemplo a produção de um filme específico, os indivíduos relacionados a esta e os acordos para sua realização. Nessa categoria, figuram os problemas de demanda e incerteza; do papel de estrelas (sejam atores ou diretores), críticas e avaliações, indicações a prêmios e premiações, classificação etária e gênero; arranjos da etapa de produção, como os financeiros, institucionais e contratuais entre roteiristas, atores, diretores e os estúdios (CHISHOLM, 1997), com a parcela de pagamento fixa a atores relacionada a captura de rendimentos, compartilhamento de riscos, sinalização e otimização de portfólio dos estúdios (CHISHOLM, 2004).

Ainda no âmbito “micro”, incluem-se os problemas da etapa de distribuição, envolvendo data de estreia, número de sessões e salas (ajustando-os nas semanas subsequentes) e o desenho e implementação de campanhas publicitárias.

A fase de exibição oferece o maior escopo para a investigação econômica, em particular da aplicação de técnicas de organização industrial. Uma técnica recorrente na literatura para estimar o tempo ideal para que um filme permaneça em cartaz, considerando efeitos de canibalização de mercado de outros filmes, são os modelos estatísticos de sobrevivência

(DE VANY e WALLS, 1997; KRIEDER e WEINBERG, 1998; NELSON et al., 2001; CHISHOLM e NORMAN, 2006).

É na fase de exibição que se materializam os fenômenos a serem investigados neste trabalho. Considerando a unidade do complexo das salas de cinema, o produtor maximiza sua receita considerando bilheteria e vendas. Davis (2005) alega que há uma interação estratégica entre distribuidores e exibidores, com os primeiros tendendo a um preço de entrada mais alto e os seguintes a preços de entrada mais baratos, de forma a explorar a venda de produtos concessionados, cuja receita não é dividida com os distribuidores e as margens de lucro são consideravelmente maiores.

### **3.2. Discriminação de preços na etapa de exibição**

Dentre os artigos sobre discriminação de preços para o caso específico dos cinemas, destacam-se de Roos e McKenzie em “Cheap Tuesdays and the demand for cinema” (2014), que realiza uma estimação robusta das elasticidades preço-demanda para os cinemas a partir da análise de um fenômeno de discriminação de preços de acordo com o dia de exibição da sessão.

Os resultados obtidos a partir da base de dados explorada por De Roos e McKenzie (2014) também fornecem subsídios para a análise de outros aspectos característicos das salas de cinema: a partir dos dados utilizados é possível extrair a proporção de consumidores que obtiveram descontos no ingresso. Outra contribuição relevante do trabalho é considerar a distribuição espacial das salas de cinema e o custo de deslocamento dos consumidores, o que influi na disposição a pagar dos consumidores e dá às salas certo grau de poder de monopólio em uma região.

Moretti (2011) também utiliza as salas de cinema como objeto de estudo, porém com enfoque sobre os efeitos de aprendizado e dispersão social considerando a incerteza quanto à qualidade esperada *ex ante* de um filme. Este trabalho, assim como o de De Roos e McKenzie (2014), analisa uma ampla base de dados e fornece estimativas de elasticidades preço-demanda para sessões de cinema.

Tanto em Moretti (2011) quanto em de Roos e McKenzie (2014) ressalta-se a importância de considerar as vendas concessionadas de produtos no problema de maximização do produtor. Todavia, em nenhum destes artigos este componente é introduzido na análise.

### **3.3. Obrigações sociais do setor de exibição no Brasil**

Luiz Gonzaga de Luca (2011), especialista em cinema digital e estudioso da história cinematográfica brasileira, afirma:

Um engano que se comete com frequência é equiparar o cinema a um serviço público, de interesse coletivo. Essa ideia é consequência do que o cinema significou nas sociedades totalitárias, como nos países comunistas, nazifascistas e, mesmo, nos Estados Unidos, em seus esforços de mobilização para a Segunda Guerra Mundial e, após esta, durante a Guerra Fria, ocasiões em que se utilizou o cinema como instrumento de difusão ideológica. No Brasil, temos uma longa tradição do uso instrumental do cinema a serviço do Estado, iniciado no Estado Novo sob a orientação do DIP (Departamento de Imprensa e Propaganda), que utilizou as salas de exibição, então a principal fonte de lazer da população, para veicular os “jornais da tela”, os quais nada mais eram que propaganda getulista. Iniciou-se aí uma longa série de intervenções nos cinemas, estabelecendo obrigações como a imposição da exibição dos próprios “jornais da tela”, dos curtas-metragens simultaneamente aos longas-metragens, da oferta de meias-entradas para determinadas categorias da população e uma cota de tela, que representa a obrigação de se exibirem filmes nacionais em determinado número de dias por ano.

De Luca prossegue, então, afirmando que não há respaldo na Constituição de 1988 para a intervenção no mercado cinematográfico, que só é permitida em serviços essenciais e de interesse coletivo. Entretanto, obrigações específicas ao funcionamento dos cinemas podem sofrer intervenção estatal devido a seu caráter de atividade social coletiva. Os dois principais mecanismos de intervenção, instituídas em 1932, durante o Estado Novo de Getúlio Vargas, são:

- i. Cotas de tela: com respaldo no interesse coletivo da identidade nacional e no desenvolvimento da indústria cinematográfica local, é estabelecido um número mínimo de salas e dias por ano para a exibição de filmes nacionais.
- ii. Meia-entrada: concede desconto de 50% nos ingressos a estudantes nacionalmente. Leis estaduais e municipais podem estender o benefício a outras categorias.

Esta última obrigação é a que apresenta maior impacto sobre a decisão de produção do exibidor. Entretanto, sua constitucionalidade é questionada por juristas, dado que o Estado concede um desconto de preço sobre um bem do qual não é dono, além de não se tratar de serviço essencial ou concedido.

De Luca conclui que o crescimento da participação de meias-entradas provocou uma busca pela reposição do valor real médio dos ingressos pelo aumento do ingresso inteiro, prejudicando o acesso da população de baixa renda e provocando a elitização da frequência aos cinemas.

### **3.4. Regulamentação do mercado de cinema no Brasil**

O mercado de cinema do Brasil é fortemente regulado em comparação com o restante do mundo. Em sua história, o país teve grande influência de órgãos e empresas estatais e de atos legais relativos a esse mercado.

#### **3.4.1 Intervencionismo estatal e a Ancine**

A intervenção do Estado no mercado de cinema brasileiro está fortemente ligada aos períodos ditatoriais atravessados pelo país no século passado.

Durante o Estado Novo de Vargas, além das obrigações expostas na seção 3.3, foram criados o Instituto Nacional de Cinema Educativo (INCE), em 1936, e o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), em 1939, num esforço de construir e reforçar uma identidade nacional e espírito ufanista, prática adotada de forma semelhante nos países europeus sob regimes autoritários de inspiração fascista à época (Almeida, 1999).

Em 1966, já no Regime Militar, foi criado o Instituto Nacional de Cinema (INC), com funções semelhantes ao INCE. Em 1969, o INC foi esvaziado de suas principais funções de regulação e fiscalização com a criação da empresa estatal Embrafilme, que também atuava como produtora e distribuidora de conteúdo cinematográfico (Fornazari, 2006).

Como parte do Programa Nacional de Desestatização, executado pelo presidente Fernando Collor de Mello, a Embrafilme é extinta via Medida Provisória em março de 1990, com o Estado deixando de produzir para apenas regular o cinema (Almeida, 1999). Após a

extinção da estatal, seus recursos foram transferidos, em 1992, à Secretaria Nacional de Cultura, que foi elevada de volta à condição de Ministério da Cultura no governo de Itamar Franco, após a renúncia de Collor (Gatti, 2007).

Atualmente, a Agência Nacional do Cinema (Ancine), como autarquia vinculada ao Ministério da Cultura, atua tanto como órgão regulador do mercado de cinema e audiovisual como órgão de fomento deste. A criação da Ancine, em 2001 sob forma de agência reguladora, é controversa. Segundo Pacheco (2004), suas atribuições a forçam a atuar mais como agência de fomento do que como órgão regulador, não se justificando o formato adotado.

### **3.4.2 A Lei 12.988/2013**

A legislação sobre o benefício da meia-entrada remonta à década de 1930, e, desde então, acumulam-se múltiplas leis nas três esferas de governo com a finalidade de regulamentar o benefício. A Lei 12.933/2013 busca unificar a regulamentação da meia-entrada na esfera da União.

O Art. 1º da referida lei estabelece a abrangência do benefício:

É assegurado aos estudantes o acesso a salas de cinema, cineclubes, teatros, espetáculos musicais e circenses e eventos educativos, esportivos, de lazer e de entretenimento, em todo o território nacional, promovidos por quaisquer entidades e realizados em estabelecimentos públicos ou particulares, mediante pagamento da metade do preço do ingresso efetivamente cobrado do público em geral.

Dentre seus parágrafos, destacam-se:

§ 1º. Estabelece que o benefício não é cumulativo com demais convênios e não se aplica a serviços adicionais, como camarotes e áreas especiais;

§ 2º. Estabelece as entidades qualificadas para emissão de Carteiras de Identificação do Estudante (CIEs);

Este é um dos principais pontos divergentes entre as regulamentações estaduais e municipais até então em vigor. Inicialmente, eram emitidas pelas próprias escolas e centros acadêmicos de universidades e, com o tempo, esse procedimento foi sendo centralizado em

associações estudantis como a UNE e UBES, historicamente ligadas à partidos de esquerda.

Sob o pretexto de diminuir o custo de emissão das CIEs, a Medida Provisória nº 2.208 de 2001 estendeu o privilégio de emissão destas a qualquer escola ou entidade representativa de estudantes, diminuindo o financiamento daquelas entidades no período pré-eleitoral e aumentando o drasticamente o número de CIEs em circulação e, conseqüentemente, de beneficiários da meia-entrada.

A Lei 12.933/2013 centraliza novamente o privilégio de emissão das CIEs à UNE, UBES, ANPG, entidades estaduais e municipais filiadas a estas, Diretórios Centrais dos Estudantes e a Diretórios e Centros Acadêmicos.

§ 7º. Estende o benefício a pessoas com deficiência e seus acompanhantes;

§ 8º. Estende o benefício a jovens de baixa renda 15 a 29 anos;

§ 10. Assegura a concessão do benefício a um mínimo de 40% do total de ingressos disponíveis para cada evento

§ 11. Exclui da aplicabilidade da lei os eventos Copa do Mundo FIFA de 2014 e Olimpíadas do Rio de Janeiro de 2016;

Os demais artigos estabelecem condições para aplicação e fiscalização do cumprimento da Lei, bem como estabelecem sanções administrativas e penais em caso do seu descumprimento.

A referida lei foi regulamentada pelo Decreto nº 8.537 de 5 de outubro de 2015, gerando efeitos a partir desta data. O decreto define os termos principais da lei e estabelece padrões para as CIEs. Além disso, regulamenta também a lei nº 12.852, de 5 de agosto de 2013, que dispõe sobre a reserva de vagas a jovens de baixa renda nos veículos do sistema de transporte coletivo interestadual.

#### 4. Ilustração do problema de maximização dos exibidores com demandas lineares

Partindo do modelo canônico de discriminação de preços de terceiro grau, consideremos duas funções lineares de demanda  $q_i = A_i - p_i$ ,  $i = 1, 2$ , cada qual relativa a um mercado (ou grupo de pessoas) diferente. Uma única firma produz o bem e tem custo de produção zero. Suponha que  $A_2 > A_1 > 0$ , de modo que o mercado 2 é o mais forte, ou seja, o grupo de consumidores com maior renda. Considera-se também que o grupo de menor renda corresponde aos beneficiários da política de meia-entrada, assumindo que estes não fazem parte da população economicamente ativa e, portanto, possuem menor renda.

##### 4.1. Caso sem discriminação de preços

O problema no caso sem discriminação consiste em maximizar  $\pi(\bar{p}) = \bar{p}Q(\bar{p})$ , onde  $Q(\bar{p})$  é a demanda total ao preço comum  $\bar{p}$  nos dois mercados. Tem-se que o lucro, respectivamente nos casos em que ambos os mercados são servidos, apenas o mercado mais forte é servido, e nenhum mercado é servido, torna-se:

$$\pi(\bar{p}) = \begin{cases} \bar{p}(A_1 + A_2 - 2\bar{p}), & \bar{p} \leq A_1 \\ \bar{p}(A_2 - \bar{p}), & A_1 \leq \bar{p} \leq A_2 \\ 0, & \bar{p} > A_2 \end{cases} \quad (1)$$

O máximo na região em que a firma supre os dois mercados ocorre quando temos a seguinte condição de primeira ordem (CPO):

$$A_1 + A_2 - 4\bar{p} = 0 \Leftrightarrow \bar{p} = \frac{A_1 + A_2}{4} \quad (2)$$

Para que a condição acima realmente caracterize o máximo na região precisamos da seguinte restrição nos parâmetros:  $\bar{p} = \frac{A_1 + A_2}{4} \leq A_1 \Leftrightarrow \frac{A_2}{A_1} \leq 3$ . Nesse caso, o lucro máximo da firma quando escolhe o mesmo preço e supre os dois mercados é:  $\pi =$



$\left(\frac{A_1+A_2}{4}\right)\left(A_1 + A_2 - 2\frac{A_1+A_2}{4}\right) = \frac{(A_1+A_2)^2}{8}$ . No caso em que apenas o mercado mais forte é servido, temos a CPO:

$$A_2 - 2\bar{p} = 0 \Leftrightarrow \bar{p} = \frac{A_2}{2} \quad (3)$$

Analogamente ao caso da CPO (2), devemos ter  $A_1 \leq \bar{p} = \frac{A_2}{2} \Leftrightarrow \frac{A_2}{A_1} \geq 2$ . O lucro máximo é  $\pi = \frac{A_2}{2}\left(A_2 - \frac{A_2}{2}\right) = \frac{A_2^2}{4}$  e a produção total é  $Q = A_1 + A_2 - 2\left(\frac{A_1+A_2}{4}\right) = \frac{A_1+A_2}{2}$ .

Existe uma interseção entre as regiões para a razão  $\frac{A_2}{A_1}$  em que o máximo lucro pode ser caracterizado tanto pela CPO (2) quanto pela (3). Para dirimir qualquer ambiguidade sobre qual seria realmente a escolha, compare os lucros nas duas situações:

$$\begin{aligned} \frac{(A_1 + A_2)^2}{8} &\geq \frac{A_2^2}{4} \Leftrightarrow A_1 + A_2 \geq \sqrt{2}A_2 \\ &\Leftrightarrow \frac{A_2}{A_1} \leq \frac{1}{\sqrt{2} - 1} \end{aligned} \quad (4)$$

Portanto, quando  $\frac{A_2}{A_1} \leq \frac{1}{\sqrt{2}-1} \approx 2,41$  o lucro é máximo na região em que ambos os mercados são servidos. Analogamente, para o caso em que apenas o mercado mais forte é servido, obtém-se uma solução de canto:  $\bar{p} = A_1$  e  $\pi = A_1(A_2 - A_1)$ .

Comparando os lucros nos dois casos, temos:

$$\begin{aligned} \frac{(A_1 + A_2)^2}{8} &\geq A_1(A_2 - A_1) \Leftrightarrow \\ &\Leftrightarrow A_1^2 + 2A_1A_2 + A_2^2 \geq 8A_1A_2 - 8A_1^2 \\ &\Leftrightarrow 1 + 2\left(\frac{A_2}{A_1}\right) + \left(\frac{A_2}{A_1}\right)^2 \geq 8\left(\frac{A_2}{A_1}\right) - 8 \end{aligned} \quad (5)$$

$$\Leftrightarrow 1 + 2\left(\frac{A_2}{A_1}\right) + \left(\frac{A_2}{A_1}\right)^2 \geq 8\left(\frac{A_2}{A_1}\right) - 8$$

$$\Leftrightarrow \left(\frac{A_2}{A_1}\right)^2 - 6\left(\frac{A_2}{A_1}\right) + 9 \geq 0$$

$$\Leftrightarrow \left(\frac{A_2}{A_1} - 3\right)^2 \geq 0$$

Conclui-se que realmente quando  $\frac{A_2}{A_1} \leq \frac{1}{\sqrt{2}-1}$  a escolha ótima consiste em maximizar o lucro suprindo os dois mercados. A interpretação é de que quando o parâmetro  $A_2$  não é muito grande quando comparado ao valor do intercepto no mercado mais fraco a firma não se beneficia em excluir o mercado de menor demanda, pois o mercado com maior demanda não é forte o bastante para compensá-lo.

## 4.2. Caso com discriminação de preços de terceiro grau

Quando a firma discrimina plenamente os dois mercados, o problema passa a ser a maximização de  $\pi = p_1(A_1 - p_1) + p_2(A_2 - p_2)$  em  $p_1$  e  $p_2$ . Pela solução padrão para o problema de maximização com demandas lineares, tem-se que a firma escolhe  $p_1 = \frac{A_1}{2}$  e  $p_2 = \frac{A_2}{2}$ , produzindo  $Q = \frac{A_1 + A_2}{2}$  e obtendo lucro  $\pi = \frac{A_1^2 + A_2^2}{4}$ .

Para incorporar a restrição imposta pela política de meia-entrada, supõe-se que  $p_1 = \frac{p_2}{2}$ . O problema de maximização passa a ser de  $\pi = \frac{p_2}{2}\left(A_1 - \frac{p_2}{2}\right) + p_2(A_2 - p_2)$ , implicando que, no ótimo,  $\frac{p_2}{2} \leq A_1$ . O lucro máximo ocorre quando a CPO:

$$\frac{A_1}{2} - \frac{p_2}{2} + A_2 - 2p_2 = 0 \Leftrightarrow p_2 = \frac{2}{5}\left(\frac{A_1}{2} + A_2\right) \quad (6)$$

Para que a condição acima caracterize o ótimo servindo os dois mercados precisamos ter  $p_1 = \frac{p_2}{2} \leq A_1 \Leftrightarrow \frac{A_2}{A_1} \leq \frac{9}{2}$ . Nesse caso a quantidade total vendida é:

$$Q = q_1 + q_2$$

$$\begin{aligned} Q &= A_1 - \frac{1}{5} \left( \frac{A_1}{2} + A_2 \right) + A_2 - \frac{2}{5} \left( \frac{A_1}{2} + A_2 \right) \\ &= \frac{7}{10} A_1 + \frac{2}{5} A_2 \end{aligned} \quad (7)$$

E o lucro da firma é:

$$\begin{aligned} \pi &= \frac{p_2}{2} \left( A_1 - \frac{p_2}{2} \right) + p_2 (A_2 - p_2) \\ &= p_2 \left( \frac{A_1}{2} + A_2 - \frac{5}{4} p_2 \right) \\ &= \frac{2}{5} \left( \frac{A_1}{2} + A_2 \right) \left( \frac{A_1}{2} + A_2 - \frac{1}{2} \left( \frac{A_1}{2} + A_2 \right) \right) \\ &= \frac{1}{5} \left( \frac{A_1}{2} + A_2 \right)^2 \end{aligned} \quad (8)$$

Agora, supõe-se que a firma escolha  $p_2$  excessivamente alto, de forma a deixar de servir o mercado mais fraco. Assim, a firma maximiza  $\pi = p_2(A_2 - p_2)$ , escolhendo  $p_2 = \frac{A_2}{2}$ , implicando na restrição  $\frac{p_2}{2} \geq A_1 \Leftrightarrow \frac{A_2}{A_1} \geq 4$  e no lucro  $\pi = \frac{A_2^2}{4}$ . Comparando o lucro na região de interseção entre as CPOs:

$$\begin{aligned}
\frac{1}{5}\left(\frac{A_1}{2} + A_2\right)^2 &\geq \frac{A_2^2}{4} \Leftrightarrow \frac{A_1^2}{4} + A_1A_2 + A_2^2 \geq \frac{5}{4}A_2^2 \\
&\Leftrightarrow \frac{1}{4} + \frac{A_2}{A_1} + \left(\frac{A_2}{A_1}\right)^2 \geq \frac{5}{4}\left(\frac{A_2}{A_1}\right)^2 \\
&\Leftrightarrow \frac{1}{4} + \frac{A_2}{A_1} + \left(\frac{A_2}{A_1}\right)^2 \geq \frac{5}{4}\left(\frac{A_2}{A_1}\right)^2 \\
&\Leftrightarrow 1 + 4\left(\frac{A_2}{A_1}\right) - \left(\frac{A_2}{A_1}\right)^2 \geq 0
\end{aligned} \tag{9}$$

O que é verdadeiro quando  $\frac{A_2}{A_1} \leq 2 + \sqrt{5}$ .

Em seguida, supõe-se que  $\frac{A_2}{A_1} < 4$  e a firma supre apenas o mercado mais forte. A firma então maximiza  $p_2(A_2 - p_2)$  sujeito a  $2A_1 \leq p_2 \leq A_2$ . O máximo incondicional fornece  $p_2 = \frac{A_2}{2} = \frac{A_2 A_1}{2A_1} < 4 \frac{A_1}{2} = 2A_1$ . A derivada do lucro no ponto  $p_2 = 2A_1$  é  $A_2 - 2(2A_1) < 0$ , no ótimo a firma escolheria  $p_2 = 2A_1$ , dado que a função lucro é côncava. Assim, o lucro máximo suprindo apenas o mercado forte é  $2A_1(A_2 - 2A_1)$ , com a restrição de que  $2 < \frac{A_2}{A_1}$  para que a quantidade faça sentido.

Comparando o lucro nos dois casos:

$$\begin{aligned}
\frac{1}{5}\left(\frac{A_1}{2} + A_2\right)^2 &\geq 2A_1(A_2 - 2A_1) \Leftrightarrow \\
&\Leftrightarrow \frac{A_1^2}{4} + A_1A_2 + A_2^2 \geq 10A_1(A_2 - 2A_1) \\
&\Leftrightarrow A_1^2 + 4A_1A_2 + 4A_2^2 \geq 40A_1A_2 - 80A_1^2 \\
&\Leftrightarrow \left(2\left(\frac{A_2}{A_1}\right) - 9\right)^2 \geq 0
\end{aligned} \tag{10}$$

Portanto, a firma realmente escolhe suprir os dois mercados para parâmetros que satisfaçam  $\frac{A_2}{A_1} \leq 2 + \sqrt{5}$ .

Comparando o lucro da firma no caso em que pode discriminar perfeitamente com o caso com restrição de meia-entrada:

$$\begin{aligned} \frac{A_1^2 + A_2^2}{4} &\geq \frac{1}{5} \left( \frac{A_1}{2} + A_2 \right)^2 \Leftrightarrow \\ \Leftrightarrow \left( \frac{A_2}{A_1} \right)^2 - 4 \left( \frac{A_2}{A_1} \right) + 4 &= \left( \frac{A_2}{A_1} - 2 \right)^2 \geq 0 \end{aligned} \quad (11)$$

Têm-se lucros iguais quando  $A_2 = 2A_1$ , evidenciando a razão ótima  $\frac{p_2}{p_1} = 2$  quando a firma pode discriminar sem restrição.

### 4.3. Análise de impacto sobre o bem-estar

Para fazer comparação de bem-estar, considere primeiro as aproximações para  $\Delta W$  quando passamos de uma situação com preços  $p_1^a$  e  $p_2^a$  para outra com preços  $p_1^b$  e  $p_2^b$ . Nesse caso,  $\Delta W = W^b - W^a$  e temos os seguinte limites quando em ambas as situações os dois mercados são supridos:

$$p_1^b \Delta q_1 + p_2^b \Delta q_2 \leq \Delta W \leq p_1^a \Delta q_1 + p_2^a \Delta q_2 \quad (12)$$

Quando a situação inicial é o caso sem discriminação de preços e os dois mercados são supridos, temos:

$$p_1^b \Delta q_1 + p_2^b \Delta q_2 \leq \Delta W \leq \bar{p} \Delta Q \quad (13)$$

Quando a situação final é discriminação sem restrição, note que  $\Delta W \leq \Delta Q = 0$ , que é um resultado conhecido para demanda linear (discriminação de terceiro grau não pode aumentar o bem-estar porque a produção total não cresce). Quando a situação final é

discriminação de terceiro grau com restrição, calcule a variação da produção total para verificar se o mesmo resultado é obtido:

$$\Delta Q = \frac{7}{10}A_1 + \frac{2}{5}A_2 - \frac{A_1 + A_2}{2} \geq 0 \Leftrightarrow \frac{A_2}{A_1} \leq 2 \quad (14)$$

Ou seja, para valores de  $A_2$  não muito grandes relativos a  $A_1$  existe margem para que haja um aumento de bem-estar quando passamos de uma situação de um monopolista com preço unitário uniforme suprimindo os dois mercados para outra com discriminação de terceiro grau restrita. Considere por exemplo caso extremo em que  $A_1 = A_2 = A$ , ou seja, as duas demandas são realmente idênticas. Na situação de monopólio normal a firma escolhe preço  $\bar{p}$  para maximizar  $\pi = \bar{p}(2A - 2\bar{p})$  e aqui a solução é  $\bar{p} = \frac{A}{2}$ , e as quantidades são  $q_1 = q_2 = \frac{A}{2}$ . Como não há custo o bem-estar total iguala o excedente bruto do consumidor e assim tem-se:

$$W^a = 2 \left( A \left( \frac{A}{2} \right) - \frac{1}{2} \left( \frac{A}{2} \right)^2 \right) = \frac{3A^2}{4} \quad (15)$$

Restrito a cobrar  $p_1 = \frac{p_2}{2}$ , o monopolista maximiza  $\pi = \frac{p_2}{2} \left( A - \frac{p_2}{2} \right) + p_2(A - p_2)$  e assim  $p_2 = \frac{3}{5}A$ . As quantidades são  $q_1 = \frac{7A}{10}$  e  $q_2 = \frac{3A}{5}$ . Logo o bem-estar é:

$$W^b = \left( A - \frac{1}{2}q_1 \right) q_1 + \left( A - \frac{1}{2}q_2 \right) q_2 = \frac{7A^2}{8} > W^a \quad (16)$$

E a variação do bem-estar é:

$$\Delta W = W^b - W^a = \frac{A^2}{8} \quad (17)$$

## 5. Conclusão

Este trabalho buscou descrever a política de meia-entrada vigente no Brasil e analisar em um modelo simples alguns de seus efeitos econômicos. Com relação a esse último objetivo, levando em conta a restrição imposta pela política de meia-entrada, há margem para aumento de bem-estar – entendido como aumento da produção – caso a renda do mercado mais forte não seja maior que duas vezes a do mercado mais fraco ( $\frac{A_2}{A_1} \leq 2$ ).

Essa análise, no entanto, desconsidera a posição de cada um desses mercados nos grupos de renda da população, impedindo a identificação da classe socioeconômica dos beneficiados pela política de meia-entrada. É provável que haja um terceiro grupo composto por pessoas que não consumiriam caso pagassem o preço inteiro mas consumiriam caso pagassem o preço da meia-entrada. A inclusão desse grupo na análise permitiria a avaliação da inclusão do grupo de jovens de baixa renda, como determina a Lei 12.988/2013, nos beneficiários da meia-entrada.

O trabalho também desconsidera o efeito do aumento da produção sobre a venda de produtos em lojas concessionadas nos cinemas, potencialmente subestimando a variação do lucro do produtor. Outra possibilidade não explorada foi o efeito da incerteza quanto à proporção de ingressos vendidos ao preço cheio e meia-entrada e o impacto que a desobrigação dos produtores de conceder o benefício após a venda de 40% da lotação total ao preço de meia-entrada têm sobre a escolha do preço do ingresso.

## 6. Referências Bibliográficas

ALMEIDA, CLÁUDIO AGUIAR. **O cinema brasileiro no Estado Novo: o diálogo com a Itália, Alemanha e URSS.** *Rev. Sociol. Polit.*, Jun 1999, no.12, p.121-129. ISSN 0104-4478

BAYER, R.. **Intertemporal price discrimination and competition.** *Journal of Economic Behavior & Organization*, v. 73, p. 273–293, 2010.

BLAUG, M. (1978). **The Marginal Revolution.** In. BLAUG, M. *Economic Theory in Retrospect*. Fourth Edition. Cambridge: Cambridge University Press, 1985, p. 328-370.

BLAUG, M. (1978). **General Equilibrium and Welfare Economics.** In. BLAUG, M. *Economic Theory in Retrospect*. Fourth Edition. Cambridge: Cambridge University Press, 1985, p. 570-613.

CHISHOLM, D.. **Profit sharing versus fixed-payment contracts: evidence from the motion pictures industry.** *Journal of Law, Economics and Organization*, v. 13, p. 169-201, 1997.

CHISHOLM, D.. **Two-part share contracts, risk, and the life cycle of stars: some empirical results from motion-picture contracts.** *Journal of Cultural, Economics*, v. 28(1), p. 37-56, 2004.

CHISHOLM, D.; NORMAN, G.. **When to exit a product: evidence from the US motion picture industry.** *American Economic Review, Papers and Proceedings*, v. 96(2), p. 57-61, 2006.

COASE, R.H.. **The problem of social cost.** *Journal of Law and Economics*. v. 3, p. 1-44, 1960.

DAVIS, P.. **The effect of local competition on retail prices in the US motion picture exhibition market.** *Journal of Law and Economics*, v. 48(2), p. 677-708, 2005.

DEQUECH, D. **Neoclassical, mainstream, orthodox, and heterodox economics.** *Journal of Post Keynesian Economics*, v. 30.2, p. 279-302, 2007.



FORNAZARI, FABIO KOBOL. **Instituições do Estado e políticas de regulação e incentivo ao cinema no Brasil: o caso Ancine e Ancinav.** *Rev. Adm. Pública*, Ago 2006, vol.40, no.4, p.647-677. ISSN 0034-7612

DE LUCA, L. G. A.. **O mercado de salas de cinema** (theatrical). In. *Film Business – O negócio do cinema*. Adriana Dias e Leticia de Souza Barbosa (orgs.). Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

DE ROOS, N. e MCKENZIE, J. **Cheap Tuesdays and the demand for cinema.** *International Journal of Industrial Organization*, v. 33, p. 93–109, 2014.

DE VANY, A. **Chapter 19: The Movies**, In: GINSBURG, V. A.; THROSBY, D. (eds), *Handbook of the Economics of Art and Culture*. Elsevier, 2006. v. 1, p. 615-665.

DE VANY, A.; ECKERT, R.. **Motion picture antitrust: the Paramount cases revisited.** *Research in Law and Economics*, v. 14, p. 51-112, 1991.

DE VANY, A.; WALLS, D.. **The market for motion pictures: rank, revenue and survival.** *Economic Inquiry*, v. 35, p. 783-797, 1997.

EKELUND JR., R. B.; HULETT, J. R. **Joint Supply, the Taussig-Pigou Controversy, and the Competitive Provision of Public Goods.** *Journal of Law and Economics*: v. 16, n. 2, artigo 10, 1973. Disponível em <http://chicagounbound.uchicago.edu/jle/vol16/iss2/10>, acesso em 8/06/2015.

ESTEVES, R. e REGGIANI, C.. **Elasticity of demand and behaviour-based price discrimination.** *International Journal of Industrial Organization*, v. 32, p. 46–56, 2014.

GATTI, ANDRÉ PIERO; **Collor executa a reformulação do aparelho cultural estatal brasileiro**, In. *Embrafilme e o cinema brasileiro [recurso eletrônico]*. São Paulo: Centro Cultural São Paulo, 2007, p. 66-68.

ISAAC, R. M. et al.. **The pay-what-you-want business model: Warm glow revenues and endogenous price discrimination.** *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 2015. Disponível em <http://dx.doi.org/10.1016/j.socec.2015.02.003>, acesso em 8/06/2015.

KRIEDER, R.; WEINBERG, C. **Competitive dynamics and the introduction of new products: the motion picture timing game.** *Journal of Marketing Research*, v. 35, p. 1-15, 1998.

MCKENZIE, J.. **The economics of movies: A literature survey.** *Journal of Economic Surveys*, v. 26, n. 1, p. 42-70.

MCKENZIE, R. B.; TULLOCK, G.. **Why Popcorn Costs So Much at the Movies** In: *The New World of Economics: A Remake of a Classic for New Generations of Economics Students*, p. 219-233.

MORETTI, E., **Social Learning and Peer Effects in Consumption: Evidence from Movie Sales.** *Review of Economic Studies*, v. 78, p. 356-393, 2011.

NELSON, R.; DONIHUE, M.; WALDMAN, D.; WHEATON, C.. **What's an oscar worth?** *Economic Inquiry*, v. 39, p. 1-16, 2001.

OLSON JR., M., *The Logic of Collective Action*. Cambridge:Harvard University Press, 1965.

PACHECO, R. S. **Agências reguladoras na infra-estrutura e na área social no Brasil: gênese e indistinções.** In: *ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS*, 28. Anais... Caxambu, 2004.

PELTZMAN, S.. **Toward a More General Theory of Regulation.** *Journal of Law and Economics*, v. 19, n. 2, p. 211-240, 1976.

PIGOU, A. C. *The Economics of Welfare*, 1932. Library of Economics and Liberty. Disponível em <<http://www.econlib.org/library/NPDBooks/Pigou/pgEW.html>>, acesso em 08/06/2015.

PULLER, S. e TAYLOR, M. **Price discrimination by day-of-week of purchase: Evidence from the U.S. airline industry.** *Journal of Economic Behavior & Organization*, v. 84, p. 801-812, 2012.

ROBINSON, J.. *The Economics of Imperfect Competition*. Londres: Macmillan, 1933.

SCHMALENSEE, R. **Output and Welfare Implications of Monopolistic Third-Degree Price Discrimination.** *American Economic Review*, v. 71(1), p. 242-247, 1981.

SOARES, J. F.. **Teoria dos Subsídios Cruzados.** In. SOARES, J. F.. Da natureza e prática de preços e custos: uma aplicação econômica da Teoria dos Subsídios Cruzados aos mercados de telecomunicações. Lisboa: Instituto Piaget, 2002. p. 144-247.

STIGLER, G. J.. **The Theory of Economic Regulation.** *The Bell Journal of Economics and Management Science*, v. 2.1, p. 3-21, 1971.

STIGLITZ, J. E. **The Role of Government in Economic Development.** In: *Annual World Bank Conference on Development Economics 1996*, M. Bruno and B. Pleskovic (eds.), World Bank, 1997, p. 11-23.

VARIAN, H. R.. **Price Discrimination and Social Welfare.** *American Economic Review*, v. 75(4), p. 870-875, 1985.

VARIAN, H. R.. **Discriminação de preços de terceiro grau.** Tradução de Elfo Ricardo Doninelli; In. VARIAN, H. R. *Microeconomia – uma abordagem moderna; Tradução da 8ª edição.* Rio de Janeiro: Elsevier, 2012, p. 496-501.

WEINTRAUB, E. R.. **Neoclassical Economics.** *The Concise Encyclopedia Of Economics.* Library of Economics and Liberty, 1993. Disponível em <<http://www.econlib.org/library/Enc1/NeoclassicalEconomics.html>>, acesso em 05/07/2015.