

Indústria cinematográfica - Brasil



UNICAMP



1290004059

TCC/UNICAMP

C837r

IE

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS

CEDOC - IE - UNICAMP

**Reflexões sobre o desenvolvimento da indústria cinematográfica no
Brasil**

Monografia elaborada pelo aluno Renato Alves
Corrêa Ribeiro do Couto como exigência para
graduação em Ciências Econômicas na Universidade
Estadual de Campinas, sob a orientação da
Professora Dr^a Maria Carolina A. F. de Souza

CEDOC - IE - UNICAMP

Campinas, julho de 2009

TCC/UNICAMP
C837r
1290004059/IE

Agradecimentos

Agradecimentos são praxe em trabalhos como este e, agora, com o trabalho já finalizado, posso melhor entender o porquê. Mais do que simplesmente agradecer às pessoas que participaram e auxiliaram nessa caminhada, esse processo permite trazer de volta a lembrança de todo o semestre e, assim, eternizar esse pedaço da vida.

Sempre quis tratar de algo que realmente me importasse na minha monografia, pois acredito que somente assim, quando existe uma ligação entre o que somos e nosso trabalho, é possível estabelecer uma relação íntima a ponto de se questionar e buscar respostas pertinentes para os problemas. Depois de tempos já na faculdade e um ano fora do país, me veio a idéia de que poderia escrever uma monografia que envolvesse o cinema. Um tempo se passou até que a idéia amadurecesse e quando ela finalmente se decidiu pude sentir o entusiasmo de alguns mais próximos, que não deixaram de me apoiar para que esta monografia se realizasse.

Parte essencial desta monografia, não poderia deixar de agradecer a Professora Carol, minha orientadora, que aceitou o que era uma vaga idéia inicial e ajudou a achar e montar uma linha de raciocínio para o desenvolvimento da monografia. Acredito que ao final o tema também a agradou, pois muito podíamos conversar sobre ele.

Ao Diogo, que foi um grande parceiro ao longo do semestre e teve muita paciência quando queria aprender um pouco sobre História do Cinema Brasileiro e outros assuntos abordados nesta monografia.

À turma, que para mim se formou em Pouso da Cajaíba, Adriano, Fred, Renan, Fernando e Bruna, responsáveis por alguns dos melhores momentos do semestre. Com eles podia respirar e me tranquilizar um pouco, tomando fôlego para depois voltar ao trabalho. Em especial a Adriano e Fred, com quem conversava sobre a monografia quase que diariamente.

A todos moradores, ex-moradores e amigos da República Bergão, onde morei e dividi momentos preciosos ao longo da Faculdade.

A todos os demais amigos, alguns com quem os encontros ficaram mais raros, porém não menos importantes. Ao pessoal de Jacareí, ao pessoal de Campinas e ao pessoal do intercâmbio na Dinamarca, todos lugares onde estudei, morei e conheci grandes pessoas.

Por último, não posso deixar de agradecer à minha família e a todo o apoio dado por eles ao longo destes anos. Aos meus pais e aos meus irmãos, um agradecimento especial.

Nine out of ten movie stars make me cry

Caetano Veloso

If a nation's culture survive, then so too does the nation.

Jan Mládek

Índice

Introdução – Cinema: uma indústria cultural.....	3
1. A indústria cinematográfica e o cenário internacional	7
1.1 A estrutura da cadeia produtiva.....	7
1.2 Formação histórica da indústria cinematográfica no mundo.....	9
1.2.1 A indústria cinematográfica norte-americana.....	9
1.2.2 A indústria cinematográfica nos “outros países”	11
1.3 O problema da dicotomia.....	14
2. História do cinema brasileiro – Um cinema de desenvolvimento por “surto”	17
2.1 O início: A Bela Época e as cavações regionais.....	18
2.2 Anos de estúdios: das chanchadas para as telas do mundo	21
2.3 Dos 50 aos 80: Cinema Novo e Marginal, Embrafilme e Pornochanchadas.....	23
2.4 A Retomada	25
3. O mercado cinematográfico	28
3.1 Produção.....	28
3.2 Distribuição.....	32
3.3 Exibição.....	35
3.4 Atores e modelos no mercado cinematográfico	38
3.4.1 A televisão	38
3.4.2 As co-produções	39
3.4.3 O fundo setorial do audiovisual.....	40
Conclusão	42
Bibliografia.....	44

Introdução – Cinema: uma indústria cultural

Este trabalho tem como objetivo estudar o desenvolvimento da indústria cinematográfica no Brasil. Para isso buscar-se-á entender a estrutura da cadeia produtiva que existe no mercado cinematográfico e como sua formação não integrada foi um dos obstáculos para o desenvolvimento do cinema no Brasil. Ademais, estudará a indústria cinematográfica num contexto internacional, a fim de mostrar como a existência de uma indústria bem organizada desde seus primórdios também impôs dificuldades para o cinema nacional.

Dentro da especificidade do “subdesenvolvimento” ou do “em desenvolvimento” atual, o trabalho procurará sugerir algumas reflexões sobre o papel do Estado quando relacionado com indústrias culturais. Dessa maneira, o trabalho tratará a indústria cinematográfica não apenas como uma produtora de mercadorias, mas também como uma produtora de bens culturais. Assim, aparece com importância o termo “desenvolvimento” ao invés de apenas “crescimento”, baseando-se na premissa de que o mero crescimento da produção não é satisfatório para apresentar um efeito cultural.

Em uma sociedade em que as trocas são base das relações sociais, a arte e o produto cultural tornam-se também mercadorias¹. O setor cinematográfico não fica de fora desse quadro e o filme surge como a mercadoria produzida. Ao relacionar a arte com a economia de mercado, de certa forma são criadas oportunidades ao artista, validando sua profissão e criando-lhe uma função social. Porém, ao vincular a arte à esfera econômica, remove-se em parte a liberdade criativa, tornando o artista refém de criar obras que tenham retorno econômico, ou seja, que sejam bem aceitas e demandadas pelo público-consumidor. O resultado disso é a emergência de uma difícil percepção de cinema como arte e negócio. Visto como um produto, seus consumidores têm e exercem preferências. Enquanto alguns preferem tradicionais filmes de gênero, outros preferem obras cinematográficas onde possam verificar alguma forma de crítica à sociedade ou mesmo obras de arte inovadoras dentro da linguagem cinematográfica. As

¹ A respeito da idéia de mercantilização da arte e indústrias culturais, conferir debates da Escola de Frankfurt e seus principais expoentes: Theodor Adorno, Max Horkheimer, Walter Benjamin e Jürgen Habermas.

diferentes preferências que existem, demonstram que, como em outras indústrias, na cinematográfica também existe uma segmentação de mercado.

No entanto, o filme, por se tratar de um bem cultural, logo mostra outra face. Sendo uma “arte” industrial, ele tem por característica a produção para as massas e por isso tem potencial de difundir idéias e modelos de comportamento. Enquanto no diálogo de uma pessoa com outra, cada indivíduo adquire a forma de um emissor e, ao mesmo tempo, de um receptor de idéias, uma pessoa quando entra numa sala escura de um cinema se predispõe a receber uma mensagem transmitida pelo filme. Apesar de o cinema ter-se iniciado com a crença de que retratasse a realidade², logo diretores inovaram e criaram meios de trabalhar com a subjetividade que ele permite.

“Porém, logo ficou evidente que tanto as câmeras fotográficas, como as cinematográficas, não proporcionavam o registro objetivo da realidade, uma vez que as imagens produzidas eram resultado de escolhas feitas pelos fotógrafos e cineastas e que tais escolhas eram condicionadas por seus interesses, suas crenças, seus valores, seus preconceitos e convenções de sua época. Nessas condições, contaminadas pela subjetividade.” (Leite, 2003, pg. 16)

Assim, fica claro que a indústria cinematográfica não deve ser analisada somente como uma indústria produtora de mercadorias, na qual o sucesso seria avaliado apenas pelo alto nível de produção, mas sim como uma indústria cultural, que pode ter grande impacto na formação dos indivíduos que compõem a sociedade. Dessa forma, o sucesso de uma indústria cultural deve ser medido pela possibilidade de **participação**, ou seja, a diversidade de discursos, a fim de sustentar um desenvolvimento cultural apropriado.

Tendo em vista o conceito sugerido de participação é importante perceber que no presente momento existe uma tendência de que as culturas se misturem, mas num movimento peculiar onde todas as culturas são consideradas importantes, sendo que nenhuma deve ser desprezada. Neste ponto, Pfeiffer (2008:2) cita Canclini, para quem existe a “importância de se preservar as culturas locais e, ao mesmo tempo, fomentar maior abertura e transnacionalização destas culturas”. Ainda segundo Pfeiffer (2008:2),

² Segundo Leite (2003) acreditava-se que o cinema era uma representação do real e que devido ao uso do artefato mecânico, contrariamente à pintura, estaria livre da intervenção humana.

“os agentes devem atuar como sujeitos construtores e difusores das culturas híbridas, ao mesmo tempo em que se posicionam como objetos do cenário globalizante”.

Nessa percepção, é possível apontar que o setor audiovisual tem sido beneficiado pelo desenvolvimento tecnológico, que trouxe uma queda nos preços dos meios de produção, tornando possível que pequenas produções ocorressem em vários lugares. A Internet, devido a rápida transmissão de dados, facilitou a comunicação e a transmissão daquelas mesmas produções. No entanto, essas ainda se mantêm à margem, sendo modelos de produção alternativos e que enfrentam grandes dificuldades de chegar ao público.

Desse ponto de vista, este trabalho parte de um ponto teórico similar ao de Leite (2003:7) quando ele afirma que “o ponto de partida teórico é a defesa de que existe uma cultura veiculada pela mídia”, e nessa mídia inclui-se o cinema. Como mencionado, existe uma preocupação com indústrias culturais que se fazem hegemônicas. Apesar disso, o setor cinematográfico foi e continua sendo dominado no Brasil por grandes *players* globais, que consolidaram seu produto ao longo dos anos e que possuem grandes vantagens dentro do ambiente competitivo que sugere a economia de mercado. Segundo Paulo Emílio Salles Gomes (1980) o subdesenvolvimento sempre foi uma barreira à produção nacional.

“Em cinema o subdesenvolvimento não é uma etapa, um estágio, mas um estado: os filmes dos países desenvolvidos nunca passaram por essa situação, enquanto os outros tendem a se instalar nela. O cinema é incapaz de encontrar dentro de si próprio energias que lhe permitam escapar à condenação do subdesenvolvimento, mesmo quando uma conjuntura particularmente favorável suscita uma expansão na fabricação de filmes.” (Gomes, 1980, pg.85)

Além desta introdução, o trabalho possui três capítulos e mais uma conclusão. No primeiro capítulo mostra-se que a estrutura da cadeia produtiva e a existência de uma superpotência no setor criaram assimetrias e obstáculos para o desenvolvimento dos vários cinemas nacionais ao redor do mundo. No capítulo seguinte busca-se mostrar como os problemas mencionados no primeiro capítulo vêm se mantendo ao longo da história do cinema brasileiro. No terceiro capítulo são apresentados alguns indicadores a fim de melhor caracterizar o atual momento do cinema nacional e o modelo que vem

sendo adotado para apoiar a produção nacional. Em suas últimas notas espera-se realizar uma breve discussão do que foi o trabalho e próximos passos a serem estudados.

1. A indústria cinematográfica e o cenário internacional

O presente capítulo tem objetivo de apresentar duas razões que foram responsáveis por causar grandes dificuldades para o desenvolvimento da indústria cinematográfica no Brasil. A partir de um melhor entendimento da estrutura da cadeia produtiva de uma indústria cinematográfica e do cenário internacional como um todo, será possível melhor entender os percalços que marcaram a história do cinema no Brasil.

1.1 A estrutura da cadeia produtiva

Para produzir um trabalho acerca do setor cinematográfico é necessário entender sua estrutura, observando que existem diferentes instituições especializadas nas sequenciais fases que o produto-filme passa, desde sua produção até chegar ao público. Eliashberg, Elberse e Leenders (2006) realizaram um interessante estudo sobre dilemas que envolvem a atual indústria cinematográfica nos Estados Unidos. A principal preocupação do estudo foi iniciar um debate acadêmico sobre os processos de produção existentes. É pressuposto no estudo que as decisões na produção cinematográfica são tomadas de acordo com certa sabedoria convencional existente adquirida ao longo dos anos. A fim de melhor entender os modelos que existem, eles definem e separam a indústria em três elos que compõem a cadeia produtiva e descrevem as instituições que existem atrás de cada elo. A estrutura existente no Brasil é muito semelhante, guardadas as devidas proporções entre o mercado norte-americano e mercado brasileiro, àquelas propostas pelos autores.

De acordo com de Eliashberg, Elberse e Leenders (2006), existem três elos principais: a produção, a distribuição e a exibição. Chama a atenção o que eles denominam de estúdios, que são definidos como grandes empresas verticalizadas, que participam tanto da produção quanto da distribuição. As empresas que estão ligadas apenas a um dos elos são denominadas de produtoras independentes e distribuidoras independentes. Na exibição, existem as grandes cadeias de cinema e os pequenos cinemas e/ou cinemas de arte.

É possível dizer que muitas vezes um filme começa a ser produzido até antes da existência de uma produtora. O roteiro, que pode ser uma idéia nova, baseada ou não em fatos reais, ou adaptação de uma história literária, é produzido por um escritor. Com este roteiro em mãos, ele pode ou vendê-lo para uma produtora, se alguma se interessar, ou, e temos aqui o começo do papel do Estado na produção no caso do Brasil, utilizar-se de financiamento público. Atualmente neste processo de financiamento, através de editais, já serão pedidos estimativas de custo e até mesmo a existência de um pré-contrato de intenção com uma distribuidora. Outro caminho existente é quando a produtora procura um escritor para trabalhar num roteiro baseado em alguma idéia ou adaptação literária da qual ela tenha adquirido os direitos. Após essa fase de sinal verde para a produção iniciam-se as atividades que são divididas em pré-produção, referindo-se a contratação de diretor e equipe, atores, escolha de locais de filmagem, a produção por si própria e por fim a pós-produção, sendo o momento da edição, dos efeitos especiais e inserção da trilha sonora. Integra também a fase da produção tudo o que for necessário para criar uma cópia do filme.

Na fase de distribuição, as distribuidoras têm o papel de definir toda a campanha de lançamento que envolve desde a escolha de uma data e o número de salas até as mídias que serão utilizadas para promover a campanha publicitária. Tendo adquirido os direitos do filme a distribuidora tem a responsabilidade de que as cópias cheguem aos cinemas.

Por fim, a exibição é o último pilar na estrutura da indústria cinematográfica. Isso não significa que o produto, ou seja o filme, se encerre nesse momento. O sucesso de um filme nos cinemas, medido pela bilheteria e pelo tempo que fica em cartaz, definirá como o produto será trabalhado nas subseqüentes janelas possíveis, onde se incluem lançamentos de DVDs, televisão paga, vídeo-games, brinquedos entre outros. Mas a exibição também teve que se reciclar, principalmente ao perceber a indústria de eletrodomésticos como competidora, que oferecia cada vez mais conforto para que o consumidor ficasse em casa. Assim, os cinemas precisam sempre oferecer novidades, através dos melhores equipamentos ou ofertas de produtos com finalidade de vender ao consumidor a idéia de ser uma experiência única.

Ao longo deste trabalho será possível observar que essa estrutura da cadeia produtiva será um dos grandes obstáculos para o cinema no Brasil. Buscar-se á

evidenciar que as instituições atrás de cada elo concorrerão entre si ao longo da história do cinema nacional, defendendo seus próprios interesses quando necessário, em detrimento do cinema nacional como um todo.

1.2 Formação histórica da indústria cinematográfica no mundo

Como uma indústria que se cunha de nacional, emerge com forte importância entender um pouco da formação histórica mundial da indústria cinematográfica a fim de melhor compreender como a indústria brasileira está inserida neste contexto maior.

Como importante observação, o presente trabalho se satisfazerá em estudar mais propriamente a relação que se deu entre o cinema norte-americano e outros países da cultura ocidental, onde a economia de mercado prevalece há mais tempo e onde esses outros países sofreram maior influência da indústria cultural norte-americana. Dessa forma, apesar de alguns países orientais atingirem altos níveis de *market share* em seus respectivos cinemas nacionais, não serão incluídos nesse estudo, por se acreditar que apesar de serem modelos de políticas públicas que devem ser estudados, estão além dos objetos desta pesquisa.

1.2.1 A indústria cinematográfica norte-americana

“A produção em larga escala começou na Europa, na primeira década do século 20, mas, com as dificuldades que surgiram em consequência da Primeira Guerra Mundial, o fluxo de produção mudou para os Estados Unidos. Nascia Hollywood, “fábrica de sonhos”, pólo cinematográfico encravado na Califórnia, costa oeste do país. Uma indústria que, desde seu início, se pretendeu universal.”
(Butcher, 2005, pg. 10-11)

Nos Estados Unidos, o potencial do cinema como uma indústria para gerar altos lucros foi explorado desde o início. No começo do século passado, companhias cinematográficas foram atraídas para uma região que oferecia boas condições climáticas, permitindo filmagens ao longo de todo o ano, e de boas paisagens aos redores. Naquela tranqüila zona nos limites de Los Angeles, elas estabeleceram seus estúdios de produção cinematográfica, uma região que viria a se tornar conhecida

mundialmente como Hollywood. A região desenvolveu-se rapidamente e ficou conhecida como a mais bem sucedida indústria de entretenimento no mundo, exportando filmes para várias partes do planeta.

Desde cedo Hollywood pôde usufruir das vantagens em ser um país grande, ou seja, do fato de possuir uma grande população e a língua inglesa ser reconhecida por muitos outros países. Em outros termos, tinham um grande mercado para vender seus produtos e os estúdios puderam usar um modelo comercial para vender grandes quantias de ingressos. A criação de fórmulas para as histórias permitiram muitas filmagens em curto espaço de tempo, aproveitando-se de cenários e das equipes de produção. Como em qualquer outra indústria, quanto mais filmes fossem rodados era melhor, pois os custos fixos já estavam dados. Muitas outras indústrias estabeleceram-se próximas a Hollywood, atraídas pela demanda de equipamentos e serviços dos estúdios. A criação de uma área dinâmica como essa se mostrou significativa, pois os estúdios beneficiaram-se de reduções nos seus custos de produção.

As tradicionais fórmulas passaram a envolver um sistema de estrelas no qual as histórias se transformaram em meros panos de fundo para os atores e atrizes. Os atores eram diretamente conectados com os filmes e a presença de um desses nomes no cartaz era capaz de transformar um filme em um grande sucesso. Dessa maneira o cinema ganhou glamour e a chance de sucesso rápido rumo ao estrelato, o sonho da juventude norte-americana. Hollywood passou a atrair grande quantidade de jovens que ambicionavam ser as próximas estrelas de cinema. Neste ambiente, diretores tornaram-se apenas uma peça dentro de um complexo sistema, apenas uma pessoa que poderia vir de qualquer instituto educacional, comparável a qualquer operário de uma indústria, ou seja, facilmente substituível. Os diretores não tinham liberdade para expressar seus sentimentos ou criatividade e seus trabalhos se limitavam a seguir roteiros e tentar extrair o melhor desempenho possível dos atores. Assim aponta Leite (2003:36):

“A consolidação incontestável das películas norte-americanas se explica fundamentalmente por suas bases industriais, estabelecidas no studio system. (...) Com o studio system, todos os integrantes da produção (diretores, atores e roteiristas) ficaram diretamente subordinadas às ordens do produtor – peça fundamental

de todo o sistema. O studio system assinalou a fase em que o filme se tornou mercadoria e o cinema, indústria.”

Definitivamente o cinema ganhou também ao longo dos anos o poder de formar opiniões e padrões, sendo muito utilizado para criar ideais de vida. Há pouca dúvida sobre o papel cultural que Hollywood exerceu ao propagar o *american way of life* dentro e fora dos Estados Unidos, em tempos ou não de guerra. Novamente aqui é possível usar Leite (2003) como referência, onde ele afirma que:

“(...) fazem de Hollywood, uma máquina que, ao mesmo tempo, fabrica sonhos e manipulação. O aspecto mais saliente dessa experiência norte-americana foi a junção entre os objetivos políticos do governo com os interesses da indústria cinematográfica, ambos visando atingir a maior quantidade possível de público. Dessa forma, tornou-se imperioso transformar filmes de propaganda em grandes sucessos de bilheteria, proporcionando elevados lucros para os grandes estúdios e, ao mesmo tempo, agentes propagadores do american way of life.” (Leite, 2003, pg. 38)

Utilizando-se de efeitos especiais, que se tornaram possíveis pelo desenvolvimento tecnológico, juntamente com as histórias de fórmulas tradicionais, o cinema se tornou o principal filão da indústria do entretenimento do século passado até a chegada da televisão, obtendo grandes lucros através da criação do sistema de estrelas e lançamentos mundiais. O cinema de Hollywood passou a ser conhecido como o cinema *mainstream* e seus filmes, dotados de orçamentos astronômicos, tornaram difícil a competição para os demais cinemas nacionais.

1.2.2 A indústria cinematográfica nos “outros países”

“Estratégias agressivas fizeram com que, a partir dos anos 20, e principalmente após a Segunda Guerra, várias nações européias erguessem barreiras para dificultar a distribuição ou exibição dos filmes americanos. Assim se firmou a dicotomia entre o cinema “universal” hollywoodiano e os cinemas “nacionais” dos outros países.” (Butcher, 2005, pg. 11)

Como será visto neste capítulo, não faltaram tentativas, em vários países e diferentes épocas, com intuito de despertar a importância de seus cinemas nacionais em contraposição ao produto da indústria cinematográfica norte americana. Vários movimentos de vanguarda na década de 20 do século passado surgiram incorporando diferentes técnicas pela Alemanha, Espanha, França e Rússia. No entanto, muitas dessas indústrias sofreram grandes perdas com a Segunda Guerra Mundial, algo que se transformaria em enredo e modelo de produção no neo-realismo italiano, cinema que teve grande prestígio internacional. Na França do começo da década de 1950 um grupo começou a questionar o papel do cinema, enfatizando críticas contra o uso de narrativas pobres e repetitivas. Seu julgamento era de que o cinema estava completamente afetado pelo modelo comercial. O cinema como uma forma de retratar a realidade havia entrado em colapso e um novo modelo era necessário.

A revista francesa *Cahiers du cinéma*, fundada em 1951 por André Bazin, Jacques Doniol-Valcroze e Josep-Marie Lo Duca, foi a principal mídia utilizada. Publicou várias críticas de Jean-Luc Godard, Claude Chabrol e François Truffaut, que na década seguinte seriam reconhecidos como os mais importantes diretores do notável movimento da *Nouvelle Vague*. Suas técnicas se apoiavam em vários elementos de cena, improvisação, experimentação e certa rebelião com o modelo vigente. Por fim havia também certa revisão das narrativas numa tentativa de escapar das tradicionais fórmulas utilizadas pelo cinema *mainstream*.

Das várias discussões e críticas emergiu o conceito do diretor como um autêntico artista e os filmes como a sua obra de arte, a sua forma de expressar a realidade. A *auteur theory*³ clama pelo cinema como uma forma de arte e aponta o diretor como genuíno artista, onde ele deve ter autoridade suficiente sobre a produção, de forma a não ser limitado por fórmulas ou produtores. O cinema é uma das principais ferramentas de comunicação atraindo grande público em vários países do mundo. Exerce um papel importante tanto na economia, movimentando imensa quantidade de dinheiro, e também na formação cultural. Como parte da indústria cultural, o cinema tornou-se um espetáculo do entretenimento, realizador de filmes para o consumo de grandes massas. No entanto, de acordo com a *auteur theory*⁴, é razoável um olhar também para outro tipo de cinema, vendo-o de outra perspectiva. Através do cinema,

³ Schepelern (2004)

⁴ Idem.

como em outras formas de arte, o autor teria a oportunidade de olhar a vida e transmitir o que nela vê ao espectador.

A arte é em geral um tema muito controverso e as pessoas tem diferentes opiniões sobre ela e sua importância. Resultado da maneira que certos seres humanos encontram para expressar seus sentimentos e sua percepção de mundo, ou até mesmo o próprio discernimento da realidade em que vivem, estaria atrelada à algo muito pessoal e individual. Por isso certas formas e trabalhos de arte levam tempo para serem reconhecidos ou entendidos, sendo que muitas vezes ocorre após a morte do artista.

“Both Romanticism and Auteurism are based on the implicit understanding that great art – at least as a rule – is the achievement of one remarkable person and not the result of a team or an industry.” (Schepelern, 2004, Yearbook, pg. 112)

No entanto, a *auteur theory*⁵ não envolve exatamente o brilhantismo e qualidade de um filme, mas sim se o diretor teve a capacidade de transmitir suas idéias em um estilo próprio, apresentando também consistência nos temas. Em suma, corresponde aos graus de liberdade e originalidade do diretor. Dessa forma, a teoria reduz o papel de roteiristas e produtores, já que diretores reconhecidos como artistas preferem trabalhar com seus próprios roteiros, fazendo assim nascer sua própria criação.

Na década de 90, na Dinamarca, o movimento Dogma 95⁶ elaborou críticas ao abusivo uso de cosméticos nos filmes e ao fato de emoções sendo geradas por ilusões, uma clara referência aos efeitos especiais derivados dos altos orçamentos dos filmes norte-americanos. Ao impor uma série de restrições intencionalmente escolhidas a fim de sustentar um efeito contra o cinema do espetáculo das ilusões visuais, os mentores do projeto tiveram como objetivo forçar os diretores a perseguirem novas idéias e desenvolver a criatividade lidando com as limitações impostas. A idéia é mostrar que os meios de produção e pouco dinheiro não são limitadores para a produção de um filme.

“In the case of Dogma, the invented self-imposed constraints are indeed meant to stimulate creativity, but they also intended to redefine film aesthetics in such a way as to somehow level the playing field. The point, we shall see, is to create the conditions that enable

⁵ Idem.

⁶ Sobre o Dogma 95, consultar Hjort(2003) e Schepelern(2004) e (2005)

citizens from small nations to participate in the game of cinematic art. The rules of Dogma 95, it turns out, are multiply motivated, rather than arbitrary, choices.” (Hjort 2003 Yearbook pg. 32, grifo meu)

Desta forma ao preocupar-se com a situação dos países menores, o movimento Dogma 95 valoriza suas culturas e promove a diversidade. Assim o método é um modo de despertar o fato de que qualquer indivíduo pode realizar um filme, dentro de uma consciência de participação ao invés de pertencimento a um sistema. O que soa extraordinário é que a idéia de regras sugeridas para produzir filmes tenha se provado um caminho para verdadeiras obras individuais, e não uniformizadas, e ao mesmo tempo trazendo uma idéia de movimento coletivo. Dessa forma conseguiu-se ganhar notoriedade na mídia e o movimento teve sucesso internacional.

1.3 O problema da dicotomia

“An all important ambition is to unsettle an increasingly dominant film-making reality characterised by astronomical budgets and by marketing and distribution strategies based, among other things, on vertical integration, stardom and technology-intensive special effects. What motivates this move (Dogma 95), I shall argue, is a probing understanding of the implications of Hollywood-style globalization for small nations and the minor cinemas they produce.” (Hjort, 2003, Yearbook pg. 30)

Ao definir as intenções do movimento Dogma 95, Schepelern deixa claro que numa economia de mercado existem imensas dificuldades aos “outros países” em concorrer com os produtos da indústria cinematográfica norte-americana. A existência de grandes competidores globais de origem norte-americana que dominaram o mercado, foi responsável por acentuar os problemas existentes daquela cadeia produtiva não integrada. Como será visto no próximo capítulo, grandes distribuidoras norte-americanas instalaram-se no Brasil trazendo o produto norte-americano. A produção desvinculou-se desde muito cedo da exibição deixando o produto sem ter como chegar ao seu público. Aos “outros países” restou buscar novos modelos de produção, técnicas e manifestos em busca de ações coletivas a fim de manterem vivas suas respectivas produções nacionais.

“O público que frequentou as salas de projeção nos anos 40, em todas as partes do planeta, mesmo nos países onde existiam cinematografias importantes, como a França e a Inglaterra, passou a identificar o cinema como sinônimo de Hollywood, e vice-versa.” (Leite, 2003, pg. 36)

A partir do exposto, é possível perceber que ficou consolidada uma divisão de filmes na qual ficaram praticamente contrapostos dois tipos de produtos, sendo os norte-americanos de um lado e as diversas cinematografias nacionais de outro. Ficou dividido no imaginário popular a crença de que os filmes provenientes dos Estados Unidos eram sinônimos de entretenimento e qualidade, enquanto o que vinha do resto dos países era tido como cinema de arte. Apesar de alguns consumidores ainda terem essa idéia em mente, ela já se reduziu muito. Em parte, porque grandes estúdios norte-americanos possuem alguns selos específicos, que se destinam a filmes experimentais e de arte, para satisfazer o que se percebeu como uma demanda por um determinado tipo de produto. Assim aponta Butcher (2005):

“Ao mesmo tempo, a padronização estética da maioria dos filmes hollywoodianos levou ao crescimento de uma produção independente dentro mesmo dos Estados Unidos (o “filme independente americano”), que despontou com força total em meados dos anos 80.” (Butcher, 2005, pg. 12)

Da mesma forma, em muitos países buscou-se reproduzir os tradicionais filmes de gênero que se perpetuaram no modelo de Hollywood. No entanto, as dificuldades aparecem quando querem concorrer diretamente com Hollywood no que eles realizam de melhor, como aponta Schepelern no caso europeu:

“Another way has been to “Hollywoodize” European films, that is, copycatting American genre films with their effect-mongering and accessible worlds. The problem with that is that it is almost by definition impossible to beat Hollywood movies at their own game. As is almost always the case, the best Hollywood movies are made, you guessed it, in Hollywood.” (Schepelern, 2005, Yearbook pg. 25)

A existência de uma superpotência no mercado ainda persiste, porém já há algum tempo a dicotomia se reduziu devido a percepção também por parte do público

das diferentes produções feitas independente do local de origem. No entanto a concorrência com o produto norte-americano continua sendo difícil para a indústria do cinema dos outros países, visto que como uma indústria bem construída, ela se diversificou visando atender as diferentes preferências assim que foram identificadas.

2. História do cinema brasileiro - Um cinema de desenvolvimento por “surtos”

Como visto no capítulo anterior, os “outros países” tiveram grande influência da indústria cultural norte-americana e enfrentaram dificuldades para dinamizar suas respectivas produções nacionais no campo cinematográfico. O presente capítulo tem por objetivo observar como aquelas dificuldades citadas se apresentaram, ao longo da história, no cinema brasileiro.

Desde 1995 aproximadamente, o cinema brasileiro vive uma fase denominada de Retomada, que Pedro Butcher (2005) destaca ser um período em que se pressupõe a volta de algo que já existiu antes. Sem propor uma definida unidade estética ou temática, o cinema da retomada contraria momentos anteriores do cinema brasileiro em que se negava o período anterior de produção. A Vera Cruz negou as chanchadas e o cinema novo, que pelo próprio nome entende-se que propôs algo sem relação com o passado, são exemplos desse fato. Para este presente trabalho é importante a compreensão de que o cinema brasileiro viveu fases de ciclos fechados ou de “surtos”⁷, devido ao fato que os modelos de produção ou a linguagem estabelecida pelo produto-filme mostravam desgaste e se esgotavam.

Além de suas próprias limitações inerentes ao subdesenvolvimento, o cinema brasileiro encaixou-se nos no que foi no capítulo anterior classificado como “os outros países” e, bem como eles, teve que lidar com a concorrência do produto norte-americano. Desde o início o filme norte-americano marcou presença em território brasileiro, entrando de tal modo no imaginário popular nacional que Paulo Emílio Gomes (1980) elabora que:

“(...) mas acontece que a impregnação do filme americano foi tão geral, ocupou tanto espaço na imaginação coletiva de ocupantes e ocupados, excluídos apenas os últimos estratos da pirâmide social, que adquiriu uma qualidade de coisa nossa na linha de que nada nos é estrangeiro pois tudo o é.” (Gomes, 1980, pg. 90)

⁷ Segundo Butcher (2005), termo cunhado pelo crítico Alex Vianny em Introdução ao Cinema Brasileiro (1959).

O cinema brasileiro tentou em muitos casos reproduzir os sucessos norte-americanos. No entanto, como também mencionado no capítulo anterior, há imensa dificuldade em se competir com a indústria norte-americana quando produzindo filmes dentro de seu próprio modelo. Entre reprodução dos padrões norte-americanos e o questionamento da importância da formação de uma cultura nacional, foram vários os “surto” que construíram a história do cinema brasileiro. Os vários surtos, que serão vistos ao longo deste capítulo, não deixaram de ser formas ou tentativas de produção adotadas que, variando desde modelos de produção até linguagens, aconteceram como formas de tentar lidar com a existência e competição de uma forte indústria de status mundial.

2.1 O início: A Bela Época e as cavações regionais

Anita Simis (1996) cita que os trabalhos de Araújo, Ferreira e Souza⁸ afirmam a primeira produção cinematográfica brasileira ter ocorrido no ano de 1897 com Maxixe, de Vítor de Maio, contrariando assim a crença anterior que sustentava que as imagens da Baía de Guanabara teriam sido as primeiras. Respirando os primeiros ares republicanos o país continuava a seguir reproduzindo a vida moderna da Europa e tudo era rapidamente trazido para o país. Porém o cinema, uma arte industrial, demonstrava-se pesado à estrutura de um país predominantemente rural que por isso apresentava gargalos como fornecimento de energia elétrica adequada. As cidades enfrentavam graves problemas de saneamento básico e as poucas salas de cinema existentes logo ganharam fama de sujas. Desta forma o cinema era em muitas cidades apresentado de forma ambulante e o público era em geral das classes mais baixas da sociedade.⁹ Ao completar sua primeira década 151 filmes curtos haviam sido produzidos no Brasil. Visto o desinteresse das camadas mais altas pelo cinema, foram os imigrantes quem ocuparam o mercado exibidor nos primeiros anos.

No ano de 1908 inicia-se o que Gomes (1980:88) diz ter sido chamado por Vicente de Paula Araújo de a Bela Época do cinema brasileiro¹⁰. A abertura de várias casas de exibição e a introdução do cinema falante atraíram o público. O fato de

⁸ Simis (1996), pg. 19

⁹ Segundo Simis (1996), o cinema apenas incorporou-se aos hábitos das classes sociais mais altas no decorrer da década de 20 com a construção de luxuosas casas de cinema comparadas as que se via na Europa.

¹⁰ Em “A bela época do cinema brasileiro” de Vicente de Paula Araújo – Editora Perspectiva-SP.

destaque desta época é que os exibidores também estavam ligados a produção de filmes, sendo assim, até 1913, ocorreu a produção de 963 títulos. Mas no ano de 1914 a produção nacional começou a sofrer as mazelas de uma desvalorização cambial que encareceu muito o preço do filme virgem. Além disso, tem destaque a entrada das distribuidoras norte-americanas no mercado nacional e, sobre isso, Simis menciona que:

“Com a introdução das distribuidoras americanas, os exibidores, que antes compravam os filmes impressos para poder exibí-los, passavam agora a alugá-los. Estas distribuidoras, que detinham a exclusividade de distribuição dos filmes americanos e passaram também a monopolizar, mediante convênios, a importação de filmes europeus, eliminando seus concorrentes – ex-exibidores/importadores, como Francisco Serrador e Matarazzo, ou Marc Ferrez, dono do Cine Pathé -, estabeleceram um vínculo com os exibidores alicerçado em função do cinema estrangeiro.” (Simis, 1996, pg. 75)

A entrada dos filmes hollywoodianos, longas metragens que estavam longe das possibilidades dos produtores nacionais devido ao alto custo de produção mais a criação do *star system*, fez com que fosse mais lucrativo ao exibidor optar pelos filmes estrangeiros. Além disso, estes se tornaram preferência do público, pois a qualidade começou a diferenciar o produto estrangeiro do nacional.

Restou aos produtores brasileiros recorrer à produção de documentários, institucionais e cinejornais, trabalhando sob encomenda para empresas privadas ou para o Estado, no que ficou conhecida como “cavação” em que Gilberto Rossi foi seu primeiro expoente¹¹. Durante este tempo o cinema de cavação manteve funcionando uma estrutura no Brasil sustentando a existência de laboratórios e não permitindo um movimento retrógrado da infra-estrutura. Obtendo algum sucesso, este modelo reproduziu-se contemporaneamente por vários estados brasileiros, no entanto a produção sofria com a falta de distribuidores e de uma organização melhor de seus interesses.

¹¹ O termo tem origem no fato de que muitos filmes eram primeiro produzidos e depois tentava-se vendê-los. Mais sobre o cinema de cavação e os ciclos regionais, consultar Simis (1996) pg. 82-86.

CEDOC - IE - UNICAMP

Na década de 20 do século passado, começou a haver maior conscientização quanto ao cinema nacional. A partir de publicações de revistas como a *Selecta* e *Paratodos* (1919) e *Cinearte* (1926) iniciam-se diálogos entre os produtores e a publicação de artigos nos quais se defendem políticas protecionistas. O apoio era para o nascimento de uma indústria nacional nos moldes hollywoodianos, mas em um ambiente de livre concorrência¹². Alegando má vontade dos exibidores nacionais, o máximo de proteção que se pedia era o da exibição obrigatória. A crítica ainda argumentava sobre o alto preço do filme virgem que não estimulava a produção nacional.

A entrada de Vargas e o início do Estado Novo marcaram uma política de valorização dos instrumentos de difusão cultural com intuito de criar de uma identidade nacional. O cinema foi utilizado na reforma do ensino e na propaganda nacionalista e o Estado centralizado colocou-se como árbitro das disputas dos diversos setores que já se apresentavam organizados em entidades representativas, sendo os exibidores e importadores de filmes estrangeiros de um lado, e produtores nacionais de outro. Dessas disputas, será aprovada em 1932 a obrigatoriedade de exibição¹³, mas como aponta Simis:

“A introdução da obrigatoriedade de exibição para o longa-metragem abriu um espaço para o produto nacional, mas não conseguiu romper com o sistema de lote e continuou impedindo que os filmes nacionais de sucesso se mantivessem em cartaz.”

“Acrescente-se ainda que a obrigatoriedade de exibição dos filmes nacionais foi muitas vezes descumprida.”

(trechos de Simis (1996) pg. 127-128)

O cinema brasileiro no início sobreviveu apenas devido à associação que existia entre produtores e exibidores. No entanto, logo que as distribuidoras norte-americanas chegaram ao país, com um grau de profissionalização elevado, desfez-se a solidariedade produtor/exibidor. Aos interesses particulares dos exibidores era mais interessante a opção pelo filme estrangeiro. O rompimento foi determinante para que a produção nacional, que se viu sem mercado, quase deixasse de existir. No entanto obras

¹² Sobre as campanhas a favor do cinema brasileiro, consultar Simis (1996) pg. 88-92.

¹³ Sobre a obrigatoriedade de exibição, consultar Simis (1996), pg. 108-130.

curtas e documentais, em geral de não-ficção, mantiveram uma estrutura cinematográfica no país. Sem uma política para o setor era impossível a concorrência com os norte-americanos, fazendo-se necessária a intervenção do Estado. Como mencionado, ela se deu, porém de forma insatisfatória, através da obrigatoriedade de exibição.

2.2 Anos de estúdios: das chanchadas para as telas do mundo

A partir dos anos 40, as chanchadas dominaram os cinemas brasileiros. Os estúdios da Atlântida produziram grande quantidade de filmes nessa época. Filmadas no Rio de Janeiro, quando esta ainda era capital do país, abordavam basicamente o ambiente urbano com temas de carnaval e samba. Aproveitaram-se do recente advento do cinema sonoro para atrair o público e estabeleciam forte envolvimento entre o público e o filme.

“Quase desnecessário acrescentar que essas obras, com passagens rigorosamente antológicas, traziam, como seu público, a marca do mais cruel subdesenvolvimento; contudo o acordo que se estabelecia entre elas e o espectador era um fato cultural incomparavelmente mais vivo do que o produzido até então pelo contato entre o brasileiro e o produto cultural norte-americano.”
(Gomes, 1980, pg. 91)

Uma série de filmes simples e populares com histórias de personagens caricaturadas como o malandro, o mocinho, a mocinha e o vilão. Não abordavam quaisquer preocupações políticas e o povo brasileiro era visto como um todo só, não existindo divergências entre as classes sociais apresentadas na tela.

Já em São Paulo, nos anos 40 a burguesia viu-se interessada em ligar-se a produção cinematográfica. As cidades já estavam mais desenvolvidas e portanto havia um mercado consumidor em potencial para essa cultura típica da vida urbana. Além disso, com o Estado centralizado ocupando fundamentalmente as funções de investimento na indústria de base, a burguesia se via sem rumo e virou-se para a cultura como *locus* de investimento. Foi nesse ambiente que ocorreu em São Paulo um grande desenvolvimento da cultura, com a inauguração dos museus MASP e MAM, do teatro brasileiro de comédia e dos cineclubes. Maria Rita Galvão (1981:17-19) levanta a

hipótese de que esse envolvimento da burguesia com a cultura poderia ser uma maneira de alguma forma manter o status e os costumes burgueses.

A Vera Cruz surgiu dessa espécie de mecenato da burguesia paulista. Fundada em novembro de 1949, como sociedade anônima, pelos amigos Franco Zampari e Francisco Matarazzo Sobrinho entre outros. Alberto Cavalcanti, grande nome brasileiro que há tempos estava na Europa, foi convidado para ser produtor geral da companhia, enquanto vários técnicos estrangeiros foram contratados com o intuito de atingir a qualidade que se pretendia. A meta era ambiciosa, produzir filmes semelhantes ao que era produzido em Hollywood com intenção de vender ao mercado interno e ao mercado externo, isto é, fabricar um produto exportável. Daí o lema da empresa: “Do planalto abençoado de Piratininga para as telas do mundo”. Os filmes reproduziam o estilo hollywoodiano da época, desde a fotografia clássica e limpa até o ritmo da trilha sonora, porém dentro de uma temática nacional. No entanto, nessa época o modelo norte americano já estava sendo muito questionado na Europa e novas idéias estavam entrando em pauta em pró de um cinema mais autoral e menos industrial, como foi mencionado no capítulo anterior.

A empresa obteve êxito com alguns filmes, como com “O Cangaceiro”, filme de 1952 de Lima Barreto, que foi o primeiro filme brasileiro premiado em Cannes. No entanto, a companhia não durou muito tempo. Já em 1953 foi decretada sua falência, quando as dívidas junto ao Banco do Estado tornaram-se demasiadamente elevadas. Dentre os problemas que corroboraram para seu fim Maria Rita Galvão (1981) aponta a falta de investimento numa melhor análise de mercado, já que a companhia preocupou-se apenas com a produção sem levar em conta a distribuição e a exibição. Assim aponta também Gomes:

“Os produtores cariocas eram comerciantes da exibição e a conjuntura criada nos anos quarenta lembrava a bela época do cinema brasileiro no começo do século. Os empresários paulistas que se lançaram à aventura vinham de outras atividades e nutriam a ilusão ingênua de que as salas de cinema existem para passar qualquer fita, inclusive as nacionais. Culturalmente o projeto foi igualmente desastrado.”(Gomes, 1980, pg. 92)

Além disso, vários outros fatores são apontados por Maria Rita Galvão (1981) como os altos salários que eram pagos e baixa produtividade de filmes, a falta de comunicação e rixa entre técnicos estrangeiros e nacionais. Apesar de não ter sido bem sucedida a Vera Cruz contribui com um ótimo legado técnico para a continuidade do cinema no país.

A existência de grandes estúdios no Brasil foi, utilizando-se uma temática nacional, uma tentativa de cópia do modelo de produção norte-americano. No entanto, os dois principais estúdios divergiam e muito na linguagem utilizada em seus filmes e no tamanho da produção. O embate foi colocado até mesmo nas próprias telas de cinema, quando em *Carnaval Atlântida*, de 1952, a personagem presidente da companhia produtora de filmes diz ao professor que para se fazer filmes não era necessário pensar, que o importante era a bilheteria. Dessa forma, essa época ficou marcada pelas chanchadas que agradavam o público nacional, porém que com o passar dos anos teve sua fórmula esgotada, e por outro lado os filmes da Vera Cruz, que como mencionado enfrentaram a despreocupação com as fases seguintes à produção cinematográfica.

2.3 Dos 50 aos 80: Cinema Novo e Marginal, Embrafilme e Pornochanchadas.

O movimento do Cinema Novo teve origem a partir dos encontros de críticos e cineclubistas que se realizaram no decorrer da década de 50, principalmente nos Estados do Rio de Janeiro, Paraíba, Minas Gerais e Bahia. Tido já no seu próprio nome como um cinema “novo”, versava contra as chanchadas e o cinema meramente comercial. Defendia um cinema que fosse construído através da intervenção artística e cultural, ao invés de apenas entretenimento.

A proposta era apresentar a história do país neste novo cinema, que se realiza em sua primeira fase na discussão da religião, da escravidão e violência no Nordeste. Posteriormente o tema se deslocou para problemas urbanos e dilemas mais contemporâneos até revisões literárias. Porém o questionamento não tratava somente da temática, mas colocava em pauta o própria modelo de produção. A proposta era de que são os próprios meios de produção disponíveis que definem a estética do filme. Pela

primeira vez surgia no cinema brasileiro um modelo de produção que se pretendia genuinamente nacional.

Ao longo da década de 60 despontou um grupo com certa influência do Cinema Novo, porém que se mostrou mais radical nos temas abordados. O Cinema Marginal, como ficou conhecido, usava o erotismo em seus temas e títulos apelativos e uma estética do lixo. Se o Cinema Novo propunha uma crítica política, o Cinema Marginal procurava contestar os costumes que predominavam naquela época e a linguagem cinematográfica existente. Com dificuldades para penetrar nos circuitos de exibição, poucos foram os filmes desta época que conseguiram trazer algum retorno financeiro.

Em fins da década de 60 do século passado, o governo militar criou a Embrafilme, uma empresa com objetivo inicial de amparar um projeto exportador dos filmes nacionais. Rapidamente, no entanto, ela se envolveu com o mercado interno nas questões de produção e distribuição. Seu capital era basicamente formado por impostos que incidiam sobre o ingresso na bilheteria e também sobre a remessa de lucro dos filmes estrangeiros. A empresa adotou uma postura de cunho nacionalista quanto a produção cinematográfica, aproximando-se assim das ideias do Cinema Novo. Assim a empresa manteve-se próxima dos próprios artistas e cineastas.

Através do Concine (Conselho Nacional de Cinema) foi instaurada a obrigatoriedade de exibição, garantindo a exibição de filmes nacionais no cinema por determinada quantidade de dias por ano. No entanto, várias foram as disputas em tribunais, quando exibidores alegavam a legalidade daquela obrigatoriedade. Diante disso, muitas liminares chegaram a ser concedidas e a lei descumprida.

Mesmo assim, a reserva de mercado criada deu espaço para o surgimento de uma série de produções privadas, oriundas de uma região paulistana que ficou conhecida como “Boca do Lixo”. Inspiradas nos modos de produção adotados pelo Cinema Marginal, as produtoras da “Boca do Lixo” produziram filmes de baixo custo, visando as classes populares, que ficaram conhecidos como Pornochanchadas. No entanto, apesar de serem enquadrados dentro dessa linha de filmes, eles muitas vezes variavam em gêneros, sendo que foram produzidos desde dramas até suspenses ou westerns. Dotados de variados graus de erotismo e uso de humor, os filmes tinham

como objetivo o grande público, levando-se em consideração que na época eram vários os cinemas abertos pelos centros das cidades, onde o acesso era fácil e barato.

Ao fim dos anos 80, várias críticas de corporativismo surgiram contra a Embrafilme devido a proximidade que a empresa manteve com alguns artistas. O esgotamento da fórmula das pornochanchadas e a chegada dos vídeo-cassetes colaboraram para que várias de cinema fossem fechadas pelo país. A entrada do pornográfico fez com que alguns cinemas localizados nos centros das cidades ficassem estigmatizados, afastando ainda mais o público.

2.4 A Retomada

Em 1989, no âmbito do modelo neoliberal que estava sendo seguido na condução da economia, as atividades da Embrafilme foram encerradas e o cinema brasileiro passou por um momento de baixa produtividade. Como ilustração do tamanho da queda produtiva no primeiro quinquênio da década de 90 não foi atingida a produção de 10 filmes por ano. O momento era tão precário que os principais festivais do cinema nacional encontraram dificuldades para selecionar os competidores e Gramado abriu a competição para filmes Íbero-americanos. A fim de suprir a ausência da Embrafilme, a prefeitura do Rio de Janeiro criou a Riofilme, que foi fundamental para o lançamento de alguns filmes e a finalização de outros que estavam numa espécie de limbo desde o fim da Embrafilme. No entanto estava longe de ter uma atuação forte como a instituição anterior já que não tinha a mesma liberdade estando presa a diversos entraves burocráticos.

“Em 1995, enfim, começa a tomar corpo uma produção mais robusta em termos de público e “massa crítica”. Nesse ano, 13 longas-metragens nacionais chegaram aos cinemas, somando ao todo mais de 2,9 milhões de espectadores. Um resultado dez vezes superior ao público total de 1994.” (Butcher, 2005, pg.25)

Dentre essas produções, o filme considerado por alguns como o que abre o período da Retomada é Carlota Joaquina – Princesa do Brazil, de Carla Camurati. Seu lançamento em 1995 foi peculiar visto que foi feito de forma independente, pelas

próprias mãos da diretora, que controlou todo o processo. Segundo Butcher (2005)¹⁴, esse filme representou também uma onda de filmes em que se busca o estrangeiro, não só como forma de fugir de um nacionalismo que estava em baixa, mas também em busca de certo padrão de qualidade para atrair o espectador. O filme de Carla Camurati fugiu do modelo usual tanto na distribuição quanto na produção, sendo que o modo de financiamento foi direto através do marketing das empresas e do Prêmio Resgate¹⁵.

Apesar disso, o principal modo de financiamento pós-Embrafilme tem sido através das leis de incentivo onde utiliza-se a “lógica da administração privada de recursos públicos” (Butcher, 2005:19). As principais leis são a Lei Rouanet que permite a dedução do imposto de renda de parte dos recursos investidos em produções culturais e a Lei do Audiovisual que permite a dedução do imposto de renda para investimento em obras audiovisuais e incentiva distribuidoras estrangeiras a investirem na produção nacional.

É interessante observar que, se o mercado cinematográfico estava sofrendo no momento anterior, a produção audiovisual não havia parado. Continuavam sendo produzidos videoclipes, vídeos institucionais, curtas e de destaque havia ocorrido um amadurecimento do mercado publicitário. É este ambiente publicitário que vai tornar-se, e continua atualmente, porta de entrada para o meio cinematográfico. Muitas das produtoras como a Videofilmes dos irmãos Walter Salles e João Moreira Salles, a Conspiração, de Andrucha Waddington, Cláudio Torres e José Henrique Fonseca e a O2 Filmes, de Fernando Meirelles, iniciaram no ramo publicitário para posteriormente chegar as produções cinematográficas. Elas mais a Casa de Cinema de Porto Alegre tornaram-se as maiores produtoras da Retomada.

A Retomada pode ser associada ao momento em que o novo modelo de produção entrou em vigor, porém após um momento de adequação e do entendimento do processo por parte dos agentes. Porém, mais do que isso, ela é fruto do despertar de uma crença no cinema nacional por parte do público e, também de uma nova geração de cineastas formada no mercado audiovisual que mostraram-se preparadas para aproveitar o momento.

¹⁴ Pg. 24-33.

¹⁵ Formado por verbas residuais da Embrafilme.

A separação da cadeia produtiva no mercado cinematográfico nacional, e a posterior organização, entre fim da década de 20 e início da década de 30, destes em associações de exibidores juntamente com importadores estrangeiros de um lado, e associações de produtores de outro, foi um detalhe importante que determinou prolongados debates de interesses e divergências que marcaram e prejudicaram o cinema nacional ao longo de sua história. A entrada das distribuidoras norte-americanas no mercado trouxe uma série de filmes daquele país que estavam sendo produzidos numa dinâmica muito alta e com marketing extremamente moderno que veio a se estabilizar no Brasil e sufocar a produção nacional em alguns momentos e a distribuição em outros.

Frente a entrada do produto cultural estrangeiro, entre os produtores existiu a discussão entre repetir um modelo de produção padronizado pela cinematografia norte-americana ou a construção de um modelo próprio que teve seu ápice idealístico nos manifestos da “estética da fome” e da “estética do sonho” de Gláuber Rocha.

O atual modelo de produção baseado fortemente no apoio de políticas públicas, nas quais o Estado aparece como investidor através da escolha privada, foi responsável direto para que ocorresse a retomada da produção de filmes. Ele garante que o filme já nasça pago, porém devido às assimetrias existentes ao longo da cadeia produtiva, o filme nacional encontra pouco espaço na distribuição e na exibição. Além disso, o filme estrangeiro permanece no mercado, com capacidade de realizar grandes campanhas de lançamento e chamar a atenção do público. Nesse panorama, vale realizar um estudo do atual momento do mercado cinematográfico no país, a fim de através de alguns dados poder melhor entender a indústria cinematográfica atual.

3. O mercado cinematográfico

O presente capítulo tem o intuito de realizar um breve estudo do mercado cinematográfico atual no Brasil. Através do estudo dos três elos que formam a cadeia produtiva da indústria cinematográfica, procurará observar quais são os resultados que vem sendo obtidos pelo atual modelo de produção.

3.1 Produção

Como mencionado no capítulo anterior, após o fim das atividades da Embrafilme houve grande redução do nível de produção de filmes. O atual modelo de financiamento contribuiu de maneira decisiva para a retomada da produção e desde 1995 até o ano de 2008 os valores autorizados aumentaram em mais de 25 vezes, enquanto que os valores que foram definitivamente captados pelas produtoras aumentou em pouco mais de 50 vezes. Nesse mesmo período, a produção nacional aumentou bastante e se apenas 14 filmes foram produzidos no ano de 1995, no ano de 2008 a produção atingiu o número de 79 filmes produzidos.

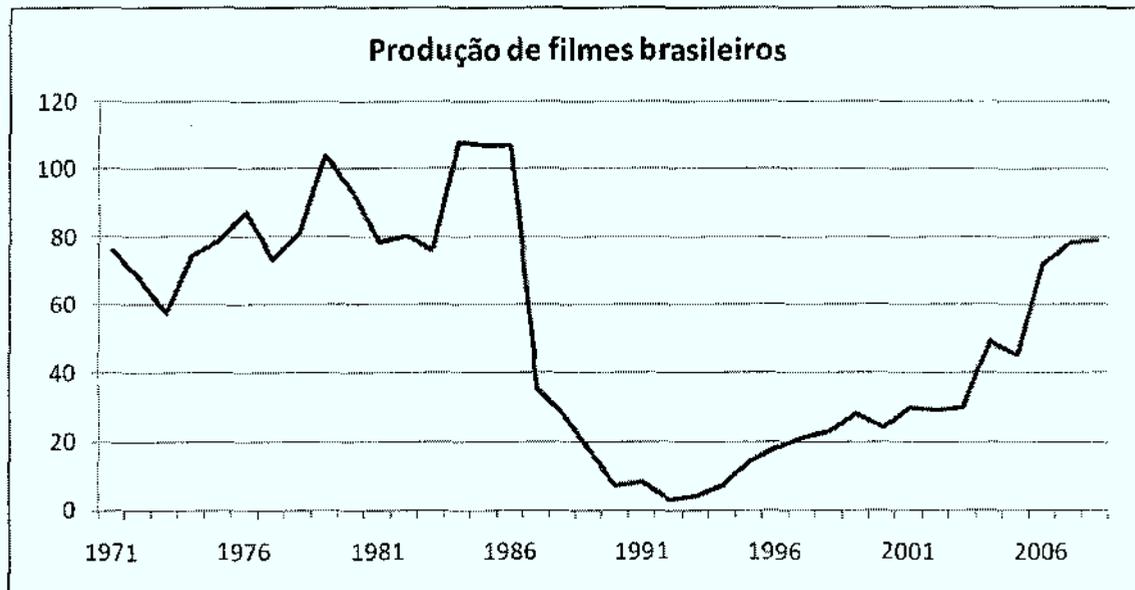


Figura 1. Produção de filmes brasileiros
Fonte: elaboração própria com base em dados da Ancine

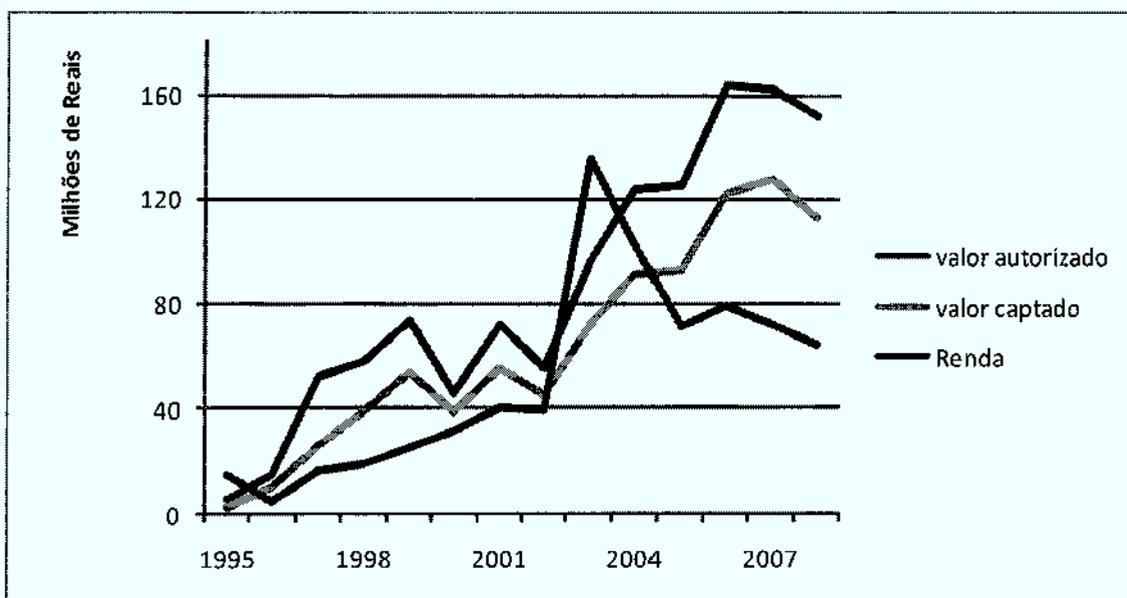


Figura 2. Valores captados x Renda
 Fonte: elaboração própria com base em dados da Ancine

No entanto, em termos de auto-sustentabilidade, a Figura 2 permite verificar que ela não se realiza no cinema nacional. Apenas nos anos de 1995, 2003 e 2004 a renda obtida pelos filmes do ano superou o valor que havia sido captado pelas produtoras através das leis de incentivo. Ainda que no ano de 2004 a renda não supera o valor que havia sido autorizado.

A respeito do problema da renda dos filmes brasileiros, Butcher e Almeida (2003) defendem que a produção nacional sofre com um grave problema de escassez de informação. Enquanto a Embrafilme existiu, ela foi responsável por manter estatísticas referentes ao público dos filmes, porém mesmo tendo repassado esses dados aos produtores, distribuidores e exibidores após sua extinção, essa prática se perdeu. Atualmente a produção não tem contato com esses dados, pois estão sempre envolvidos com as várias dificuldades impostas pela captação de recursos, sejam eles através das leis de incentivo ou mesmo de recursos diretos pelos editais de fomento.

Enquanto as distribuidoras utilizam a recepção da platéia norte-americana para definir as estratégias de lançamento destes filmes no Brasil, não existe esse modelo para os filmes nacionais. O produtor lança seu filme sem conhecimento das preferências do espectador e das possibilidades mercadológicas de seu produto.¹⁶ Além disso, como há pouco espaço para as produções nacionais, elas são muitas vezes colocadas em cinemas

¹⁶ Butcher e Almeida (2003) pg. 103.

fora de seu verdadeiro público, isto é, filmes comerciais são colocados em cinemas de arte atingindo resultados que não condizem com o real potencial do filme.

Tabela 1

Filmes lançados por produtora	Número de produtoras	Número total de filmes	Espectadores	Renda Bruta (R\$)	Captação (R\$)	% do total da captação
1 filme	105	105	13.194.476	82.000.963	160.744.438	26,71%
2 filmes	28	56	19.018.464	113.681.817	129.051.867	21,45%
3 filmes	8	24	7.486.464	53.339.554	39.494.057	6,56%
Mais de 3 filmes	18	105	56.310.558	313.334.598	272.452.606	45,28%
Total	159	290	96.009.608	562.356.932	601.742.968	100,00%

Fonte: Superintendência para Acompanhamento de Mercado - Ancine. Elaboração: Pfeiffer (2008)

Em termos de ritmo de produção, o modelo de financiamento permite que se realizem filmes, porém não é capaz de criar uma dinâmica alta de produção, já que o tempo de espera para a captação é alto. As produtoras não têm condições de manter suas operações enquanto esperam por uma nova aprovação de financiamento. Dessa forma há muitas produtoras com apenas um filme produzido. Segundo dados da Superintendência de Acompanhamento de Mercado da Ancine possíveis de se acompanhar através da Tabela 1, 159 produtoras foram responsáveis pela produção de filmes do período de 1995 até 2006, e 105 realizaram apenas um único filme. Não existem estúdios, e os filmes são feitos com equipamentos locados, visto que o investimento fixo não cabe nessa forma de produção. Como há falta de planejamento existem grandes dificuldades como falta de equipamento para que produções sejam realizadas ao mesmo tempo. Assim, é possível compreender que o atual modelo beneficia a produção do filme, mas não as produtoras, tornando difícil o desenvolvimento de uma indústria auto-sustentável¹⁷.

Sobre a preocupação em desenvolver um setor cinematográfico auto-sustentável há de se levar em conta também o artigo de Daniela Pfeiffer (2008) sobre as indústrias culturais. Segundo seu artigo, deve existir uma preocupação com a criação de uma indústria cultural não concentradora, abrangendo assim a diversidade para que tenha de fato um efeito de desenvolvimento cultural.

“Ao mesmo tempo em que a identidade e a diversidade cultural devem ser consideradas princípios norteadores das políticas públicas pode-se afirmar que o atual modelo de produção não

¹⁷ Pfeiffer (2008) cita este problema destacado por Jorge Peregrino, vice-presidente da Paramount América Latina e presidente do Sindicato dos Distribuidores do Rio de Janeiro, pg. 6.

abrange a heterogeneidade cultural existente no país. O espaço da produção audiovisual deve ser explorado como um potencial campo de criação e representação voltado às necessidades de variedade, vitalmente intrínsecas ao funcionamento e desenvolvimento da indústria cultural.” (Pfeiffer, 2008, pg. 1)

No entanto, a mesma tabela 1 permite ainda verificar que existe grande concentração nos recursos em poder das poucas produtoras grandes. As 18 produtoras responsáveis pela produção de 105 filmes captaram mais de 45% dos recursos disponíveis, enquanto que as 141 produtoras restantes dividiram o resto dos recursos. Em parte isso é devido pela própria regulamentação da lei que coloca restrições para produtoras iniciantes. Foram essas mesmas produtoras que tiveram a maior fatia da renda também, porém como aponta Pfeiffer (2008):

Por se tratar de um mercado extremamente competitivo, a dimensão econômica do projeto está diretamente relacionada ao seu potencial de público, o que justifica em parte a discrepância entre a renda bruta arrecadada e o total captado por produtoras que lançaram somente um filme. (Pfeiffer, 2008, pg. 7)

Outro dado que corrobora a concentração de recursos é o total de recursos captado por UF da produtora proponente. De acordo com a Tabela 2, apenas empresas dos estados do Rio de Janeiro e São Paulo captaram mais de 90% dos recursos no período de 1995 até 2008.

Tabela 2

UF	Total Captado	% do total captado
RJ	591.945.526	66,8%
SP	230.378.469	26,0%
RS	28.552.692	3,2%
MG	16.220.437	1,8%
PR	6.309.756	0,7%
outros	13.221.786	1,5%
total	886.628.666	100,0%

Fonte: Ancine. Elaboração própria

O modelo apresenta certa dificuldade em promover a continuidade de produtoras a fim de que essas pudessem aproveitar a experiência e os conhecimentos acumulados na realização de filmes anteriores. Por isso, o modelo também evidencia certa

preocupação com produtoras iniciantes, pois coloca volumes máximos de recursos que estas podem captar e já para produtoras experientes há liberação de volumes maiores. No entanto, tratando-se de indústrias culturais, como apontado por Pfeiffer (2008), as oportunidades para a diversidade de produções devem ser uma preocupação compulsória na elaboração das políticas públicas. Este, por ser um debate que envolve várias grandes áreas de estudo, se mostra complicado, porém mostra-se também imprescindível para que exista a elaboração de políticas públicas adequadas e uma intervenção satisfatória do Estado em meio a indústria cinematográfica.

A retrospectiva sobre a produção cinematográfica, ainda que breve, permitiu observar que o atual modelo de produção baseado no financiamento público colaborou e muito para o salto de produção que se realizou nos últimos anos. No entanto, há poucas dúvidas de que problemas ainda persistem. Existe necessidade, como apontado, de melhores estudos mercadológicos dos filmes produzidos, e mesmo dos filmes que serão produzidos, por isso é de extrema relevância o artigo de Eliashberg, Elberse e Leenders (2006). Como será visto na análise dos subsequentes elos da cadeia produtiva, apenas um bom nível de produção não é satisfatório para o desenvolvimento da indústria cinematográfica.

3.2 Distribuição

O elo da distribuição é formado por grandes empresas globais, que possuem alta capacidade de investimento, e outras de menor porte. Como resultado dessa assimetria, a tabela 3 demonstra que no primeiro semestre de 2008 o CR4 atingiu 68%. No entanto as 10 distribuidoras com maior faturamento tiveram apenas 6 títulos nacionais.

Tabela 3

<i>Distribuidora</i>	<i>Renda</i>	<i>% da renda</i>	<i>Nº títulos</i>	<i>Nº títulos brasileiros</i>	<i>% títulos brasileiros</i>
<i>Paramount</i>	63,514,662	21	10	-	-
<i>Fox</i>	53,898,049	18	13	1	8
<i>Warner</i>	53,200,529	18	8	-	-
<i>Disney</i>	32,970,267	11	10	3	30
<i>Sony</i>	23,323,074	8	6	-	-
<i>Universal</i>	21,662,045	7	6	-	-
<i>Sony/Downtown</i>	18,365,800	6	1	1	100
<i>Playarte</i>	13,123,380	4	9	-	-
<i>Europa</i>	5,548,205	2	11	1	9
<i>Imagem</i>	5,268,391	2	11	-	-
<i>Outras</i>	12,370,744	4	70	22	31
<i>Total</i>	303,245,147	100	155	28	18

Fonte: www.ancine.gov.br. Elaboração própria

No primeiro semestre de 2008, 29 distribuidoras organizaram o lançamento de 155 títulos nos cinemas brasileiros. A tabela seguinte mostra o número de filmes por origem e destaca o número de títulos norte-americanos no mercado brasileiro. De acordo com a Tabela 4, somadas as produções norte-americanas com as co-produções em que possuem envolvimento seus títulos ocuparam 53% do mercado nacional.

Tabela 4

<i>Origem</i>	<i>Número de títulos</i>	<i>%</i>
<i>Brasileiros</i>	26	17
<i>EUA</i>	73	47
<i>Outros</i>	30	19
<i>Co-produções brasileiras</i>	2	1
<i>Co-produções EUA</i>	10	6
<i>Co-produções</i>	14	9
<i>Total</i>	155	100

Fonte: www.ancine.gov.br. Elaboração própria

No que tange aos filmes nacionais, a Tabela 5 mostra que 14 distribuidoras lançaram 28 filmes, sendo 21 lançamentos em película e 7 no formato digital. Apesar de 18% dos títulos lançados serem nacionais, eles são responsáveis por apenas 9% da receita. Em parte esse problema pode ser explicado pelo fato dos filmes nacionais terem apenas 5% das cópias totais que chegam ao mercado denotando existir uma distribuição menos eficiente destes do que dos filmes estrangeiros.

Tabela 5

<i>Origem</i>	<i>Nº de títulos</i>	<i>%</i>	<i>Nº cópias de películas</i>	<i>%</i>	<i>Nº de salas para digital</i>	<i>%</i>	<i>Renda</i>	<i>%</i>
<i>Estrangeiro</i>	127	82	10735	95	150	82	276.229.273	91
<i>Nacional</i>	28	18	560	5	34	18	27.015.874	9
<i>Total</i>	155	100	11295	100	184	100	303.245.147	100

Fonte: www.ancine.gov.br. Elaboração própria

Apesar de as distribuidoras lançarem os filmes com aproximadamente o mesmo número de cópias, seja o filme nacional ou estrangeiro, o número de títulos nacionais lançados pelas maiores distribuidoras é baixo. De acordo com a Tabela 6, as 10 distribuidoras com maior número de cópias tiveram em sua cartela de produtos apenas 5 títulos nacionais. Mesmo assim, possuíram 58% das cópias dos títulos nacionais.

Tabela 6

<i>Distribuidora</i>	<i>Nº cópias</i>	<i>Nº de títulos brasileiros</i>	<i>Nº cópias de títulos brasileiros</i>	<i>% cópias de títulos brasileiros</i>
<i>Fox</i>	2035	1	122	6
<i>Warner</i>	1822	-	-	-
<i>Paramount</i>	1718	-	-	-
<i>Disney</i>	1296	3	196	15
<i>Universal</i>	839	-	-	-
<i>Imagem</i>	610	-	-	-
<i>Sony</i>	610	-	-	-
<i>Playarte</i>	548	-	-	-
<i>Paris</i>	396	-	-	-
<i>Europa</i>	259	1	11	4
<i>Outras de 11 a 29</i>	793	23	231	29
<i>Total</i>	10926	28	560	5

Fonte: www.ancine.gov.br. Elaboração própria

A tabela 7 apresenta os 10 filmes nacionais organizados por renda. O primeiro filme já atinge quase 70% da renda total e o CR4 próximo de 90%. A relação da renda com o número de cópias é alta, pois o CR5 chega a 75%. Isso demonstra que o cinema

nacional é refém de alguns grandes lançamentos responsáveis por elevar o setor a cada ano.

Tabela 7

Título	Distribuidora	Cópias	% das cópias	Acumulado	Renda	% da renda	Acumulado
Meu nome não é Johnny	Sony/Downtown	102	18.2	18.2	18,365,800	68.0	68.0
Sexo com amor	Fox	122	21.8	40.0	3,527,053	13.1	81.0
Chega de saudade	Disney	31	5.5	45.5	1,446,593	5.4	86.4
Polaróides Urbanas	Disney	35	6.3	51.8	789,325	2.9	89.3
O guerreiro Didi e a ninja Lili	Disney	130	23.2	75.0	750,010	2.8	92.1
Estômago	Downtown	12	2.1	77.1	709,522	2.6	94.7
O signo da cidade	Europa	11	2.0	79.1	403,503	1.5	96.2
Mulheres sexo verdades mentiras(*)	Filmes do Estação	0	0.0	79.1	149,768	0.6	96.8
Maré, nossa história de amor	Filmes do Estação	30	5.4	84.5	142,711	0.5	97.3
Garoto Cósmico	Downtown	28	5.0	89.5	14,996	0.1	97.3
Outros		59	10.5	100.0	716,593	2.7	100.0
Total		560	100		27,015,874	100	

(*) lançamento digital em 7 salas

Fonte: www.ancine.gov.br. Elaboração própria

O elo da distribuição mostra que existe grande quantidade de filmes estrangeiros no mercado nacional, sendo grande parte deles norte-americanos. As maiores distribuidoras, que possuem maior capacidade de investimento e melhores estratégias de marketing, não efetuam muitos lançamentos de filmes nacionais. Assim, se o número de títulos é baixo, esse número ainda se acentua quando olhamos o número de cópias dos filmes estrangeiros no mercado nacional. Por fim, é possível perceber que dentro do cinema nacional também existe forte concentração de renda, sendo concentrada aqueles filmes que estão associados às principais distribuidoras do mercado.

3.3 Exibição

Um dos problemas apontados por Butcher e Almeida (2003) e também sugerido por De Luca¹⁸ é a dimensão do mercado exibidor no Brasil. Segundo eles, o mercado exibidor não tem tamanho suficiente para estimular a produção nacional. Como visto na Figura 3, o parque exibidor nacional sofreu acentuada queda na década de 80, quando perdeu mais da metade das mais de 3000 salas de cinema que existiam no país. Esta queda está relacionada não somente com a chegada da televisão e dos vídeo-cassetes, que tornaram-se concorrentes do cinema, mas também às mudanças dos hábitos de consumo da população, que se transferiram para os shoppings centers.

¹⁸ Luiz Gonzaga de Luca escreve "Anotações para o desenvolvimento de uma indústria cinematográfica brasileira" em Almeida e Butcher (2003).

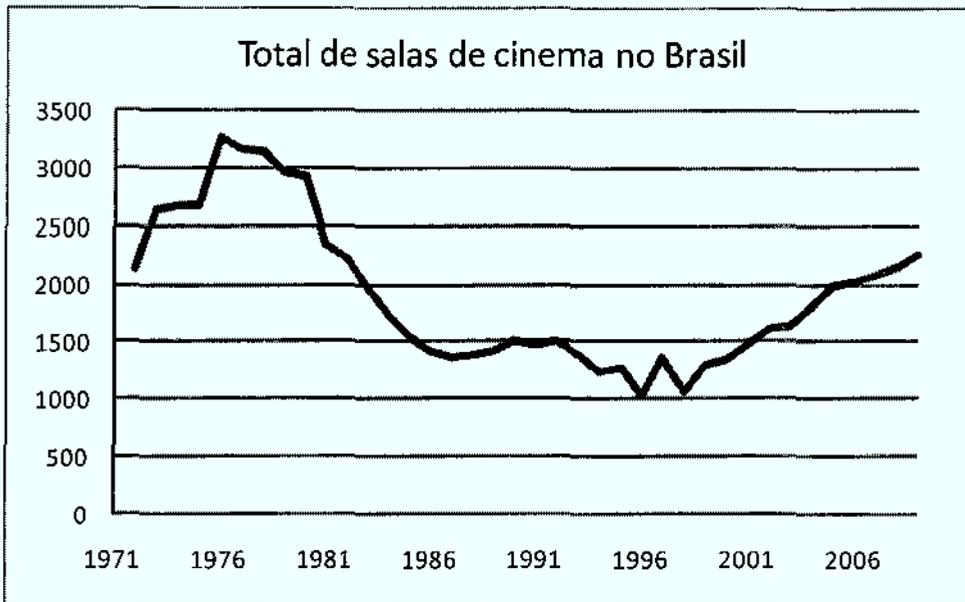


Figura 3. Salas de cinema no Brasil
 Fonte: elaboração própria com base em dados da Ancine

De acordo com Almeida e Butcher (2003), este movimento dos cinemas para os shoppings afastou os filmes nacionais do que sempre havia sido o seu público mais cativo, visto que encareceu o preço do ingresso por duas vias. A primeira pela dificuldade de transporte, que de forma indireta encarece o bilhete ao consumidor, e a segunda pelos próprios custos operacionais dentro de um shopping que são mais elevados que o cinema de rua¹⁹. Segundo o diretor Carlos Reichenbach foi neste movimento que o cinema nacional perdeu grande parte do público, que segundo ele teria sido formado sempre pelas classes mais baixas.

“Nós perdemos o público C e D, e não foi por causa de vídeo, televisão, nada disso. Foi por causa da especulação imobiliária, custo de ingresso, uma série de fatores. Foi aí que nós perdemos o grande público do cinema brasileiro. Estas classes nunca tiveram preconceito contra o cinema nacional. O espectadores do cinema brasileiro nunca foram da classe A. Esta sim sempre odiou o cinema nacional.”²⁰

Como parte de um plano de exportação do produto cinematográfico norte americano, o sistema multiplex chegou ao Brasil em 1997 e puxou o crescimento do

¹⁹ Refere-se aqui aos cinemas dos anos 80 e não aos multiplex que serão contruídos apenas a partir de 97. Estes sim possuem custos operacionais inferiores que os cinemas de rua.

²⁰ <http://cinema.cineclick.uol.com.br/cinebrasil/hotsites/reichenbach/>

setor de exibição no Brasil. Os orçamentos dos filmes dos principais estúdios norte americanos chegaram a cifras tão altas que apenas o público daquele país não era mais suficiente para cobrir os gastos.

Oferecendo grande quantidade de títulos, que estimulam a produção e a diversidade, o sistema multiplex foi pensado como uma forma de trazer o espectador “caseiro”, ou seja, aquele que havia trocado a frequência ao cinema pela comodidade de sua casa e de seus aparelhos eletrônicos²¹, de volta aos cinemas e transformar o cinema novamente num evento. O resultado foi um crescimento de 70% do público total em 5 anos, todavia o setor continuou refém de filmes com grandes ações de marketing e ainda suscetíveis a momentos de debilidade econômica.

Utilizando-se de estimativas do IBGE, o país teve no ano de 2008 aproximadamente 189,6 milhões de habitantes. O número de salas de cinema no mesmo ano foi de 2278. Com esses dados é possível chegar a uma média próxima de uma sala de cinema a cada pouco mais de 83.000 habitantes. O número ainda permanece bem inferior ao dos países desenvolvidos²² e do que seria apontado como satisfatório por Almeida e Butcher (2003) de uma sala a cada 30.000 habitantes. No entanto, o mercado exibidor voltou a crescer e principalmente nas grandes cidades.

Tabela 8

UF	em shoppings	outras áreas	total	% do total
SP	598	202	800	35,1%
RJ	214	92	306	13,4%
MG	132	74	206	9,0%
RS	111	46	157	6,9%
PR	108	26	134	5,9%
outros	501	174	675	29,6%
total	1664	614	2278	100,0%
	(73%)	(27%)		

fonte: ancine. Elaboração própria

Como mostram a Tabela 8 e o estudo de Almeida e Butcher (2003) as salas de cinema mostram-se concentradas em alguns estados e muitas delas localizadas dentro de shoppings. Por isso, como foi enfatizado por Carlos Reichebach, é importante para o

²¹ Representa a tomada de consciência pelo setor cinematográfico de que ele era concorrente à televisão e aos vídeo-cassetes.

²² Segundo Butcher (2003) no ano de 2000 a relação habitantes por sala de cinema era de 10.000 nos EUA, 15.000 na Dinamarca e 37.000 no México.

desenvolvimento da indústria cinematográfica no Brasil a continuidade da expansão das salas de cinema pelo país, bem como também a construção em espaços alternativos, que aproximem o cinema da população.

3.4 Atores e modelos no mercado cinematográfico

Com efeito, alguns atores e modelos de produção surgiram como solução para reduzir as assimetrias existentes, trazendo também um caráter mais mercadológico e profissionalizante aos agentes envolvidos ao setor cinematográfico. Workshops e oficinas de roteiro têm contribuído para a profissionalização do ramo abrindo importantes portas e dando segurança para entrar no mercado. A televisão, como parceira na produção, traz a possibilidade de investimentos em marketing, importante para as campanhas de lançamento, enquanto que o modelo das co-produções dilui os riscos, dividindo-os entre países. Na emergência por soluções, modelos não convencionais também têm despontado como cita Daniela Pfeiffer (2008). Sendo o debate acerca do setor cinematográfico um assunto já recorrente, surgiu muito recentemente a criação de um fundo setorial que promete novas linhas de financiamento envolvendo os diferentes elos da cadeia de valor.

3.4.1 A televisão

Segundo Butcher²³, a constituição da TV Globo como potência audiovisual mundial foi fundamental para o momento da retomada. A associação com a televisão abre portas para o marketing dos filmes. Mostra-se assim uma interessante ligação entre elos da cadeia.

No caso particular da Globo, um veículo de comunicação que tem cobertura nacional, e Brasil, este movimento trouxe possibilidade de competição com o produto da indústria cultural norte-americana que possui sempre grandes cifras orçamentárias. Formou-se uma estrutura de divulgação para os filmes que são semelhantes as feitas para as novelas globais, sendo ou por formatos tradicionais de anúncios ou o chamado *cross media*, que é a citação ou promoção dos filmes feitas nos programas da casa.

O advento permitiu um intercâmbio de produtos do cinema para a televisão, como no caso de “Cidade de Deus” que mais tarde deu origem ao seriado “Cidade dos

²³ Em Cinema Brasileiro Hoje – Capítulo 6.

Homens”. O contrário também foi presenciado, com vários programas dando origem a longas, como o Auto da Compadecida, que deu origem ao movimento, além de outros como “Os Normais” e “Casseta & Planeta”.

No entanto, essa forma de produção também recebe críticas negativas, pois assim o cinema passou por uma forte concentração nos filmes co-produzidos pela Globo Filmes. Para alguns críticos, como o diretor Carlos Reichenbach e o diretor Domingos de Oliveira essa seria uma padronização do cinema, pois adota-se certa estética televisiva e ao mesmo tempo cria uma disputa injusta com o filme independente. Assim, Carlos Reichenbach expressa seu descontentamento com o ocorrido: “E essa merda de casamento da TV Globo com o cinema é a morte do cinema.”²⁴. Sendo assim, não se copiaria mais o modelo hollywoodiano nem o europeu, porém o pré-requisito seria o de atingir o padrão globo de qualidade.

3.4.2 As co-produções

O modelo das co-produções tem se mostrado uma opção válida para a produção de filmes. Diante da existência do cinema hegemônico norte-americano, produtoras de diferentes países se unem com finalidade de conseguir maior poderio econômico para a realização de seus projetos. Com a execução cada vez maior de projetos desta categoria, que passou de uma média de 5 filmes no ano de 2003 para 32 no ano de 2008²⁵, os próprios governos têm criado programas com finalidade de dar suporte a essas ações. Além de alternativas de financiamento, o modelo ainda, em alguns casos, garante maiores possibilidades de comercialização, pois a dupla nacionalidade dá ao filme o direito à cota de tela que existe em alguns países.

Levando-se em consideração a problemática cultural e nacional, o que existe por trás das co-produções é segundo Pfeiffer (2008) em *Cinemas possíveis*:

Mais do que uma alternativa econômica, este novo cinema que vem sendo realizado dialoga com as tendências dos processos de mundialização da cultura. (Pfeiffer, 2008, pg. 4)

²⁴ <http://cinema.cineclick.uol.com.br/cinebrasil/hotsites/reichenbach/>

²⁵ <http://www.filmeb.com.br/portal/html/materia3.php>

Dessa forma, esse modelo de produção permite reflexões acerca da identidade do filme, ao mesmo tempo em que permite, como aponta Canclini citado em Pfeiffer (2008:4) “passarmos do mero cotejo de diferenças, da reprodução de estereótipos e da retórica diplomática à cooperação em projetos compartilhados.”

3.4.3 O fundo setorial do audiovisual

Numa tentativa de fomentação direta do Estado à cultura, o fundo setorial do audiovisual operará através do Fundo Nacional de Cultura. Atuará de forma diferente do que o método de renúncias fiscais, onde o dinheiro é público, mas a decisão de alocação dos recursos é privada. Criado pela Lei Nº 11.437/06 e regulamentado pelo Decreto nº 6.299 de dezembro de 2007, o fundo tem seus recursos com origem em contribuições recolhidas no mercado, principalmente através do Condecine (Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional) e do Fistel (Fundo de Fiscalização das Telecomunicações). Além disso, o fundo diferencia-se também nas variadas formas com que se relaciona à produção cinematográfica através de investimentos, financiamentos, operações de apoio e equalização de encargos financeiros.²⁶

Formado por gestores públicos e representantes do setor, promete novas linhas de financiamento e o envolvimento com os diversos elos da cadeia de valor do setor cinematográfico. Por isso a leitura da Ancine, através de seu presidente Manoel Rangel, é da necessidade da existência de distribuidoras com foco no filme brasileiro, conjuntamente com a expansão “inteligente” do mercado exibidor atingindo um novo público, formado por uma classe C, apta a aquisição do produto audiovisual. O problema que se intende solucionar é referente ao fato de que o público brasileiro muitas vezes não tem acesso às obras que foram incentivadas, ocorrendo assim um “desperdício” de dinheiro público.²⁷

A partir disso, o fundo tem como objetivos solucionar gargalos existentes, fazendo com que o produto chegue ao consumidor. Compartilhar riscos existentes no setor audiovisual e melhorar a posição competitiva das empresas brasileiras do setor,

²⁶ Informações retiradas do site: <http://www.ancine.gov.br/fsa/media/folheto.pdf>

²⁷ Idem.

tanto em termos de capacitação profissional quanto artístico, são objetivos dos responsáveis pelo fundo.

Conclusão

O objetivo do trabalho foi enfatizar as questões econômicas acerca da indústria cinematográfica no Brasil. Desta forma, procurou-se demonstrar alguns dos que foram os principais obstáculos para que houvesse uma produção brasileira ao longo da história. Para isso, o trabalho havia previamente sugerido os problemas que podem decorrer da estrutura da cadeia produtiva cinematográfica, bem como também havia demonstrado que existe uma grande indústria de outro país que é concorrente no setor. Em seu último capítulo, o trabalho focou no período mais recente do cinema brasileiro, onde através de dados empíricos pôde melhor situar a indústria cinematográfica no contexto atual.

A partir desses dados, é possível concluir que a indústria cinematográfica nacional ainda sofre concorrência do produto norte-americano, sendo por isso ainda dependente de políticas públicas, não somente na produção, mas também nos outros elos da cadeia. Também foi possível diagnosticar que o público do cinema brasileiro cresceu nos últimos anos, porém este crescimento é devido a um ou outro sucesso que se realizam por ano. Dessa maneira, partindo-se da premissa de que a indústria cinematográfica é uma indústria cultural, deve-se tomar a prudência quando no desenvolvimento de políticas públicas para que elas não somente estimulem o crescimento, mas também satisfaçam o critério de participação e da diversidade de discursos. Por fim, é possível destacar que faltam aos filmes brasileiros análises mercadológicas que os tratem como produtos.

A partir do que foi exposto neste trabalho é possível perceber que existe pertinência e vários campos para prosseguir e aprofundar estudos em diversas áreas de interesse. Do cinema, como espaço para as co-produções internacionais, é possível realizar estudos sobre seus impactos resultantes e do produto cultural resultante delas. Também mostra-se importante, já que são uma realidade, estudar seus modelos de produção e políticas internacionais que possam ser adotadas simultaneamente através de acordos entre países.

No âmbito de estudos econômicos, mais precisamente na área de marketing, o estudo de Eliashberg, Elberse e Leenders (2006) desponta como fronteira para estudos mercadológicos, chamando a atenção para trabalhar a produção, distribuição e exibição

de forma mais adequada ao produto-filme. Para isso acontecer é necessária uma sensível melhora na base de dados existente, no entanto, vale também ressaltar que apesar de enfrentar algumas dificuldades para acessar dados a respeito do mercado, a Ancine vem publicando na Internet, cada vez com maior compromisso e assiduidade, relatórios de acompanhamento do mercado no Brasil, que permitirá maior facilidade na busca de dados para futuras pesquisas.

Bibliografia

Almeida, Paulo Sérgio; Butcher, Pedro. (2003) **Cinema, desenvolvimento e mercado**. Editora Aeroplano.

Butcher, Pedro. (2005) **Cinema brasileiro hoje**. Publifolha.

Eliashberg, Jehoshua; Elberse, Anita; Leenders, Mark. (2006) **The motion picture industry: Critical issues in practice, current research, and new researches directions**. In Marketing Science Vol. 25 N° 6.

Galvão, Maria Rita. (1981) **Burguesia e cinema: O caso Vera Cruz**. Civilização Brasileira.

Gomes, Paulo Emilio Salles. (1980) **Cinema: Trajetória no subdesenvolvimento**. Editora Paz e Terra.

Hjort, Mette. (2003) **A small nation's response to globalization**. In Film and Media Studies Yearbook 2008 University of Copenhagen.

Leite, Sidney Ferreira. (2003) **O cinema manipula a realidade?** Editora Paulus.

Pereira, Miguel; Pfeiffer Daniela; Matta, João Paulo (2008) **Cinemas possíveis**. Artigo Intercom 2008.

Pfeiffer, Daniela. (2008) **Por um cinema do Brasil: Diagnóstico dos modelos contemporâneos de produção e reflexões para o desenvolvimento da indústria cinematográfica brasileira**. Artigo para o IV Enecult.

Schepelern, Peter (2005) **Ten years of dogme**. In Film and Media Studies Yearbook 2008 University of Copenhagen.

Schepelern, Peter. (2004) **The Making of an Auteur. Notes on the Auteur Theory and Lars von Trier**. In Film and Media Studies Yearbook 2008 University of Copenhagen.

Simis, Anita. (1996) **Estado e cinema no Brasil**. Annablume.