

"O CINEMA BRASILEIRO VAI BEM, OBRIGADO"?

Amanda P. Coutinho de Cerqueira¹

RESUMO: A partir da proeminência da indústria cinematográfica e do audiovisual no capitalismo contemporâneo do "espetáculo", este trabalho pretende analisar o discurso quase consensual de que "o cinema brasileiro vai bem, obrigado". Trata-se de compreender a produção, distribuição, exibição e consumo dos filmes nacionais tendo como pano de fundo as políticas públicas de apoio à indústria cinematográfica do país no período pós-retomada. Esta pesquisa evidencia, por um lado, os novos arranjos de concentração dos tradicionais conglomerados do entretenimento (Globo Filmes) e, por outro, a relevância das novas janelas regionais, independentes e/ou de baixo orçamento, tendo como emblema analítico o cinema pernambucano.

PALAVRAS-CHAVE: Indústria cinematográfica e audiovisual. Concentração. Políticas públicas.

1 A PROEMINÊNCIA DO CINEMA NA INDÚSTRIA DA CULTURA E DO ENTRETENIMENTO

Sem dúvida, falar do campo analítico em que se situa a indústria cinematográfica e do audiovisual, está associado ao próprio modo de produção de bens e valores no capitalismo contemporâneo. As teorizações frankfurtianas da indústria cultural elaborada por Adorno e Horkheimer (2002), assim como de Benjamin (2010) sobre a reprodutibilidade técnica e a mercantilização da cultura, indicam o avanço dos bens culturais na ordem do capital, desenhando a sua dinâmica de produção, circulação e consumo.

A partir da análise da acumulação pós-fordista, David Harvey (2002, p. 151) explica as mudanças na forma de acumulação do capital relacionados, basicamente, ao crescimento de bens simbólicos e do setor de serviços, acompanhado do uso intensivo da tecnologia e da informação, tendo como vetor o conhecimento e a criatividade. No mesmo sentido de observação, Debord (1997, p. 23) destaca que a cultura desponta como mercadoria-vedete da sociedade do espetáculo em que “o capital chega a um tal grau de acumulação que se torna imagem”. Nessa ocasião, o autor explica a exacerbação da informação visual na sociedade

¹ Doutoranda em Ciências Sociais da Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), na linha de pesquisa Cultura e Política. Correio eletrônico: praconversar@globomail.com | CV Plataforma Lattes: <<<http://tinyurl.com/3n4a724>>>

contemporânea, a partir da expansão das linguagens do cinema e da fotografia que “dão forma à representação”¹.

É nesse contexto que George Yúdice (2006, p. 32) observa o movimento de legitimação e conveniência da cultura enquanto posição privilegiada dentro da cadeia produtiva contemporânea. Segundo o autor a concepção de “cultura como recurso”, gera e atrai investimentos para as indústrias culturais. Além disso, inaugura a perspectiva de gerenciamento e racionalidade administrativa neste campo, enquanto importante esfera econômica e de linguagens simbólicas e sociais em diferentes níveis de legitimidade, representações e ressignificações.

A consolidação desse processo ocorreu entre as décadas de 1960 e 1990, formando uma economia cultural. O audiovisual, por sua vez, transformou-se em uma das chaves desta nova economia, fortemente mediada pela tecnologia e historicamente monopolizada. Conforme problematiza Antonio Rubim (2008, p. 28) essa culturalização da mercadoria ou mercantilização da cultura, que atrai grandes investimentos e retornos financeiros, influenciou a proliferação das diversas organizações agenciadoras de cultura, chamando a atenção de teóricos, governos, empresariado, terceiro setor, regulamentações jurídicas, comerciais e bancos de desenvolvimento.

Chin-Tao Wu (2006, p. 42) explica a atualidade da convicção crescente quanto à universalidade e à valorização da cultura através da dinâmica que procura encontrar territórios e consumidores potenciais do excedente de imagens e de artefatos gerados por sociedades centrais e unitária. Partindo dessa premissa, a autora investiga a privatização da arte e da cultura, desde a intervenção corporativa de 1980 na Grã-Bretanha e nos Estados Unidos

Wu (2006, p. 58) relata que depois da chegada de Ronald Reagan e Margaret Thatcher ao poder, em 1981 e 1979, respectivamente, os dois conduziram seus mandatos sob a dupla bandeira da redução dos gastos públicos e da expansão do setor privado, o que se estendeu à vida cultural dos dois países. Os cortes orçamentários vieram juntos com incentivos fiscais e influência política suficientes para atrair dinheiro privado para essa área. As palavras-chave do thatcherismo e do reaganismo – competência empreendedora e sagacidade empresarial – estabeleceram os modelos a ser seguidos e tornaram-se os paradigmas de empreendedorismo cultural contemporâneo, tempo em que as políticas públicas de cunho neoliberal se tornam diretrizes que fortalecem o mercado.

¹O mercado de imagens em movimento foi uma das últimas criações do capitalismo monopolista da virada do século XIX para o século XX. A economia cinematográfica nasceu na órbita de uma economia-mundo que encontra raiz no presente processo macroeconômico de globalização.

2 A CONCENTRAÇÃO NO CINEMA BRASILEIRO E O CASO PERNAMBUCANO: UM DIAGNÓSTICO DO SETOR

O setor audiovisual brasileiro vive um *boom*, apresentando bons resultados de bilheteria. Segundo dados divulgados no Informa de Acompanhamento do Mercado, da Agência Nacional do Cinema (ANCINE), o cinema nacional, no primeiro semestre de 2013, registrou o melhor momento em participação de bilheteria desde 2010, atraindo 13,6 milhões de espectadores e gerando uma renda de R\$ 141,9 milhões. Os números já superam, em 90%, os valores registrados em todo o ano de 2012. No primeiro semestre de 2012, nenhum filme alcançou a marca de um milhão de espectadores. No mesmo período de 2013, cinco filmes brasileiros já venderam mais de um milhão de ingressos e integram a lista das 20 maiores bilheterias do semestre (ANCINE, 2014).

O que acontece, contudo, é uma relação entre a influência da entrada das Organizações Globo no mercado cinematográfico brasileiro e a atual fase pela qual passa o cinema nacional. O mercado cinematográfico apresenta uma concentração nunca vista no Brasil: em 2003, as dez maiores bilheterias brasileiras foram de filmes coproduzidos pela GloboFilmes. Através de uma fórmula que quase sempre inclui elenco conhecido, profissionais oriundos da televisão e muito merchandising na grade de programação da emissora Globo, a produtora foi responsável em 2003 por 92% das bilheterias nacionais.

Interessante notar, conforme o jornalista Pedro Butcher (2006), um dos poucos estudiosos da atuação da Globo Filmes, que o modo de atuação da empresa é marcado pela associação com produtores independentes. Ao se associar a algum projeto, a Globo Filmes não desemboca recursos para a produção, mas para a distribuição. Os filmes coproduzidos pela Globo Filmes, para se inviabilizarem economicamente, também recorrem às leis de incentivo, já que legalmente são capitaneados por produtores independentes. E é assim que a maior parte das cifras contabilizadas pela ANCINE são concentradas na Globo Filmes e em um ou dois títulos.

Por outro lado, a partir da extinção da Embrafilme, pelo governo federal, no começo da década de 1990, diversos governos estaduais, se propuseram em criar condições para a continuação de sua produção regional de cinema e audiovisual. Seja na criação de um órgão com as mesmas competências, como a RioFilmes, no Rio de Janeiro, ou estabelecendo leis de incentivo a cultura, como na Bahia, em São Paulo e outros estados, ou criando um fundo de apoio à cultura, como no Distrito Federal, onde o Estado por meio de editais fomenta a cultura

audiovisual na região.

Quer dizer, o verdadeiro desmanche no cinema e no audiovisual causado no governo Collor não foi suficiente para extinguir a produção cinematográfica e audiovisual brasileira, pois soluções regionais afloraram e propuseram alternativas de desenvolvimento, que hoje pode-se entender como realmente capazes de criar uma nova perspectiva para a produção, distribuição e exibição do cinema e do audiovisual nas diferentes regiões do território nacional.

É notória a situação privilegiada da região sudeste, especialmente, nos estados de São Paulo e do Rio de Janeiro, possibilitou um eixo produtivo sustentável para o desenvolvimento de vários setores industriais na região. Neste caso, não seria diferente com a indústria cinematográfica e audiovisual brasileira, que durante todo o século passado criou-se e manteve-se localizada principalmente nas capitais desses dois estados. Mesmo, quando surgiam empresas nesse segmento em outros estados brasileiros, a maioria se encaixava na condição de subsidiária ou consumidora da produção das empresas do eixo RJ-SP, especialmente distribuidoras, exibidoras e sucursais de emissoras de televisão².

Essa condição perdura até os dias atuais na maioria dos estados brasileiros e somente em alguns casos podemos perceber a resistência de governos estaduais. O enfrentamento não é orgânico e muito menos homogêneo entre as partes, pois os governos estaduais, no que tange à sua relação a situação do cinema e audiovisual no Brasil, procuram de certa maneira coexistir com o modelo hegemônico dominante, que se pauta na presença sufocante do produto cinematográfico e audiovisual estrangeiro, principalmente, hollywoodiano,

Em Pernambuco, as políticas públicas cinematográfica e audiovisual são desenvolvidas pela Fundação do Patrimônio Histórico e Artístico de Pernambuco – Fundarpe, que se pauta sob duas óticas: como interventora, ou seja, quando o próprio poder público gere diretamente a sua própria produção cultural audiovisual e, neste caso, é o executor das políticas, programas e ações cinematográfica e audiovisual; ou como reguladora, ou seja, quando o próprio poder público geri indiretamente. Isto é, quando o poder público fomenta ou possibilita que surjam atividades de produtores independentes locais, por meio de editais e prêmios públicos. Um ótimo exemplo da intervenção da Fundarpe no segmento cinematográfico e audiovisual está na revitalização e manutenção de salas de exibição de filmes, como o caso do Cinema São Luís, no centro da cidade.

Quanto à política de fomento do cinema e do audiovisual pernambucano, foi

² Mesmo assim, hoje em São Paulo temos apenas cinco cinemas de rua em funcionamento: o Espaço Itaú, o Reserva Cultural, o Marabá, o Cine Sabesp e o Cine Sesc.

restabelecido sob novos parâmetros o Sistema de Incentivo à Cultura – SIC, de 1993, com alterações em 2000 e 2002. Nesta última alteração criou-se o Fundo Pernambucano de Incentivo à Cultura – Funcultura, em seguida, um maior aporte financeiro de apoio à cultura, assim como sua periodicidade, que possibilitou um desenvolvimento sustentável do cinema e do audiovisual em Pernambuco, de maneira institucional, isto é, para além de qualquer mudança de governo. Interessante notar que o Funcultura, que em 2011 tinha um orçamento de R\$ 22 milhões, sendo cerca de 50% (R\$ 11,5 milhões) direcionado para o audiovisual. Essa é uma quantia significativamente alta para os padrões regionais de incentivo à cultura (SILVA, 2013).

A complexidade de fomentar a cadeia produtiva do audiovisual pernambucano foi se materializando em novas mudanças do Funcultura, que para o audiovisual já se chama de Funcultura Audiovisual. Surgiram subcategorias de apoio que poderiam contemplar todos os formatos, gêneros e elos criados, isto é, curtas e longas-metragens de animação, ficção e documentário, assim como produtos para televisão como programas, interprogramas, séries e microséries de TV; difusão do cinema e audiovisual; pesquisa e formação; e desenvolvimento do cineclubismo.

Segundo dados da Fundarpe, somente no intervalo de 2007 a 2011, o valor total direcionado para o segmento do cinema e audiovisual pernambucano teve um aumento de mais de 500%, passando do valor de R\$ 2,1 milhões para R\$ 11,5 milhões. Isso significou uma triplicação do número de produtores cadastrados em busca de recursos de cinema e audiovisual, entre o período de 2007 a 2009, saltando de menos de 500 produtores para 1.500. Esses dois aspectos avaliados demonstram uma relação direta de aumento do valor financeiro direcionado para o cinema e audiovisual e o aumento de produtores cadastrados. Quanto mais produtores, mais produtos cinematográficos e audiovisual e, conseqüentemente, uma maior competição entre os mesmos e, portanto, um maior nível produtivo regional, tanto em quantidade quanto em qualidade fílmica (SILVA, 2013).

A análise da quantidades de projetos cinematográficos e audiovisuais incentivados durante o período de 2007 a 2010 também é paradigmática. Foram 170 projetos no total. No cinema foram 40 longas-metragens e 44 curtas-metragens. No audiovisual foram 33 programas de televisão. No campo da formação e difusão forma 44 projetos e no incentivo à atividade cineclubista, 9 projetos (SILVA, 2013).

Por fim, a produção cinematográfica, seja de curtas e longas-metragens, vem se destacando nos festivais nacionais e internacionais, vencendo os grandes festivais nacionais, como no Festival de Brasília de 2012, com os filmes Era Uma Vez Eu, Verônica, de Marcelo

Gomes, e Eles Voltam, de Marcelo Lordello, que dividiram o prêmio de melhor filme pelo júri; como no Festival do Rio de 2012, com o filme O Som ao Redor, de Kleber Mendonça Filho, ou recentemente, como no Festival de Gramado de 2013, com Tatuagem, de Hilton Lacerda.

3 POLÍTICAS PÚBLICAS E CINEMA

Marilena Chauí (2006, p. 45) avalia que, entre as escolhas possíveis de política pública cultural, o governo brasileiro escolhe a populista neoliberal. Porque procura estimular a cultura através de leis de incentivo fiscal ao patrocínio privado de obras de “cunho cultural”. Em última análise, transfere-se de forma principal para as empresas, obrigação genuinamente estatal.

A privatização da gestão da cultura fica mais evidente, por exemplo, quando se destina 300 milhões ao Fundo Nacional de Cultura e um bilhão e 300 milhões para a renúncia fiscal – que também é dinheiro público, mas destinado a atender interesses privados (CHAUÍ, 2006, p. 47). Por isso pode-se afirmar que a política de cultura, naquilo que implica deliberação, escolhas e prioridades, é propriedade das empresas e suas gerências de *marketing*. A predominância dessa lógica, portanto, minimaliza o poder de intervenção do Estado e potencializa os interesses de mercado.

Embora as novas tecnologias engendrem novas sociabilidades, alterando a correlação de forças no processo de comunicação, o usufruto de dados, sons e imagens nesses ambientes dependem do acesso e capacidades cognitivas marcadamente desiguais. Quer dizer, tão importante quanto considerar a complexidade da era digital é sustentar a existência de políticas públicas capazes de evitar monopólios e descentralizar a produção e a distribuição dos bens culturais nos meios tradicionais de comunicação. Porque são esses espaços que garantem a pluralidade real, e não só formal, das vozes e que têm projeção para ir além dos “pequenos ciclos”.

Para que seja possível fundamental um modelo de política pública cinematográfica e audiovisual, pode-se partir de três princípios norteadores, que em muito foram utilizados em Pernambuco: o primeiro princípio, a institucionalização de um instrumento legal de incentivo à cultura voltado para o cinema e o audiovisual, nos seus diferentes formatos, gêneros e elos produtivos, pois dessa forma sairemos da comumente ação efêmera governamental para uma rara atuação sólida de Estado. Ou seja, o incentivo ao cinema e ao audiovisual não pode continuar sendo uma “política de governo” e deve se tornar uma “política de Estado”.

O segundo princípio, o fomento pela formação de platéia, de público, principalmente nas gerações mais novas, freqüentes nas escolas, e nas populações marginalizadas, freqüentes nas periferias e regiões inóspitas e distantes da capital, pois, por meio desta ação social de incentivo à cultura cinematográfica e audiovisual, é possível contribuir para aproximação do filme com seu público potencial e merecedor de cada centavo investido na sua realização.

Por fim, um terceiro princípio, que promova a publicidade dos filmes regionais, tanto em nível nacional quanto internacional, pois somente um filme reconhecido pelo crivo dos festivais e das mostras nacionais e internacionais poderá dar condições de avaliação do efeito simbólico que o investimento aplicado poderá causar para sua população que assiste, assim como para aqueles que vivem da sétima arte. Isto porque todo filme busca cumprir com vitórias seus rituais de passagem e, neste caso, alcançar o respaldo da crítica, do júri e do público realmente serão possíveis por meio de festivais e mostras que devem ser apoiados, assim como os filmes neles exibidos.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W. **Indústria cultural e sociedade**. Seleção de textos Jorge Mattos Brito de Almeida. Trad. Julia Levy [et al.]. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

ANCINE. OCA. **Observatório brasileiro do cinema e do audiovisual**.
<<<http://oca.ancine.gov.br/>>>

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era da reprodutibilidade técnica. In LIMA, Luiz Costa (Org.). **Teoria da cultura de massa**. 7. ed. São Paulo, Paz e terra, 2010.

BUTCHER, Pedro. **A dona da história brasileira: origens da Globo Filmes e seu impacto no audiovisual brasileiro**. Dissertação (Mestrado). Escola de Comunicação/ UFRJ. Rio de Janeiro, 2006.

CHAUÍ, Marilena. **Cidadania cultural: o direto à cultura**. São Paulo: Perseu Abramo, 2006.

DEBORD, Guy. **Sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural**. Trad. Adail Ubirajara Sobral e Maria Stela Gonçalves. São Paulo: Loyola, 2002.

RUBIM, Antonio Albino Canelas (Org.). **Políticas culturais na ibero-américa**. Salvador: EDUFBA, 2008.

SILVA, Norlan. **Pernambuco: novo polo de cinema do Brasil**. Cultura e Mercado. Dezembro de 2013. <<<http://www.culturaemercado.com.br/pontos-de-vista/pernambuco-novo-polo-de-cinema-do-brasil/>>>

WU, Chin-Tao. **Privatização da cultura: a intervenção corporativa nas artes desde os anos**

80. Trad. Paulo Cezar Castanheira. São Paulo: Boitempo, 2006.

YÚDICE, George. **A conveniência da cultura**: usos da cultura na era global. Trad. Marie-Anne Kremer. Belo Horizonte: UFMG, 2006.