

RODRIGO RAFAEL DE MEDEIROS MARTINS

**EVOLUÇÃO DO SETOR CINEMATOGRAFICO NO BRASIL DURANTE O
PERÍODO DA RETOMADA DAS PRODUÇÕES**

Monografia apresentada ao Curso de Ciências Econômicas, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Ciências Econômicas.

**Orientador: Prof. Dr. Igor Zanoni
Constant Carneiro Leão**

**CURITIBA
2006**

TERMO DE APROVAÇÃO

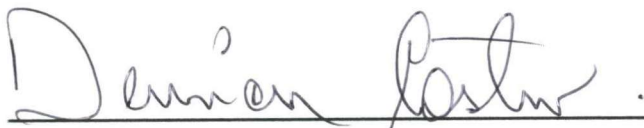
RODRIGO RAFAEL DE MEDEIROS MARTINS

EVOLUÇÃO DO SETOR CINEMATOGRAFICO NO BRASIL DURANTE O PERÍODO DA RETOMADA DAS PRODUÇÕES

Monografia aprovada como requisito parcial para obtenção de graduação no curso de Ciências Econômicas da Universidade Federal do Paraná, pela comissão formada pelos seguintes professores:

Orientador: _____


Professor Igor Zanoni Constant Carneiro Leão
Setor de Ciências Sociais Aplicadas da UFPR


Professor Demian Castro

Setor de Ciências Sociais Aplicadas da UFPR


Professor Luiz Antonio Domakosky
Setor de Ciências Sociais Aplicadas da UFPR

Curitiba, Dezembro de 2006.

Dedico este trabalho àqueles que por meio da imagem em movimento buscam retratar nossa cultura e desenvolver nosso País.

Agradeço a Deus pela oportunidade da vida, aos meus mestres pela condução ao conhecimento e à minha família por me permitir acessar e reconhecer tais oportunidades.

A aventura vai encaminhando os nossos negócios melhor do que o soubemos desejar; porquê, vês ali, amigo Sancho Pança, onde se descobrem trinta ou mais desaforados gigantes, com quem penso fazer batalha, e tirar-lhes a todos as vidas, e com cujos despojos começaremos a enriquecer; que esta é boa guerra e bom serviço faz a Deus quem tira tão má raça da face da terra.

Miguel de Cervantes

SUMÁRIO

RESUMO.....	ix
1 INTRODUÇÃO.....	1
2 CINEMA E SOCIEDADE.....	3
2.1 CINEMA E INDÚSTRIA: A ARTE DO CAPITALISMO	4
2.2 CINEMA: A ESTÉTICA DO CONSUMO	7
2.3 CINEMA: IMAGEM E MERCADORIA CULTURAL	10
3 CINEMA BRASILEIRO: FORMAÇÃO E DESENVOLVIMENTO	15
3.1 O SUBDESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E IDEOLÓGICO	15
3.2 O NASCIMENTO E A BELA ÉPOCA DO CINEMA BRASILEIRO.....	16
3.3 A SUPERAÇÃO DA PRIMEIRA CRISE.....	18
3.4 CICLOS REGIONAIS: A DESCENTRALIZAÇÃO	19
3.5 O ESTADO FAZ CINEMA NO BRASIL.....	21
3.6 A ERA DOS ESTÚDIOS BRASILEIROS	23
3.7 A ÉPOCA DE OURO DO CINEMA BRASILEIRO.....	25
3.8 EMBRAFILME: A PARCERIA ENTRE O PÚBLICO E O PRIVADO.....	26
4 A RETOMADA DO CINEMA BRASILEIRO	29
4.1 MUDANÇAS ESTRUTURAIS: O ESTADO ENTRA EM CENA.....	30
4.2 CADEIA PRODUTIVA: O IMPACTO DAS LEIS NO SETOR AUDIOVISUAL	33
4.2.1 O Elo da Produção.....	34
4.2.2 O Elo da Distribuição	35
4.2.3 O Elo da Exibição.....	38
4.3 AS DISFUNÇÕES DO MODELO DE INCENTIVOS FISCAIS	39
5 CONCLUSÃO	42
REFERÊNCIAS.....	46

RESUMO

Este trabalho apresenta um estudo sobre o setor cinematográfico no Brasil, diagnosticando seus números e os resultados das atuais políticas públicas federais para a criação de um cenário de auto-sustentabilidade para toda a cadeia produtiva. O objetivo deste estudo é demonstrar que existem distorções estruturais a serem solucionadas neste mercado para que efetivamente se possa defini-lo como uma indústria. Tais distorções residem na forma de financiamento da atividade, a qual dependa da subvenção estatal e irregularidades estruturais, as quais representam uma restrição interna ao conceito de indústria. A proposta se baseia no diagnóstico dos resultados das políticas públicas e iniciativas privadas, em comparação com os objetivos previamente propostos, sobre aspectos fundamentalmente econômicos, porém com o apoio dos aspectos sociais, culturais e políticos de tal análise.

Palavras-chave: Cinema Brasileiro; Indústria Audiovisual; Indústria Cultural; Leis de Incentivo Cultural; Economia do Entretenimento;

1 INTRODUÇÃO

Com a ruptura do modelo de financiamento e distribuição da Embrafilme, extinta no início da década de 1990 pelo governo de Fernando Collor de Mello, a produção cinematográfica brasileira sofreu um grande colapso, resultando em produções interrompidas, filmes não lançados e uma redução drástica no número de novas produções, reduzindo, conseqüentemente, a participação de mercado do filme brasileiro nas telas. O ocaso não se deu apenas na produção e na exibição. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), somente cerca de 7% dos municípios brasileiros possuíam salas de exibição no início dos anos 90. Para solucionar esta ausência, após o processo de impeachment e o respectivo afastamento de Fernando Collor em 1993, desenvolveu-se no governo de Itamar Franco uma nova política federal para revitalizar o cinema nacional. Seu conceito básico estava na renúncia fiscal, por meio da Lei do Audiovisual (no. 8.685 de 20 de Julho de 1993) e da Lei Rouanet (no. 8.313 de 23 de Dezembro de 1991), a qual, apesar de ter sido criada durante o governo de Fernando Collor, apenas depois de 1993 passou a ser utilizada efetivamente. Após a assimilação e entendimento das novas políticas públicas e muitas tentativas de reestruturação deste setor, vive-se desde 1995 um momento de efusão, mesmo que ainda irregular, devido ao crescimento do volume de produção cinematográfica nacional e às novas possibilidades de investimentos e expansão da atividade, afetando todos os elos da cadeia produtiva deste setor. Este período é conhecido como “A Retomada” do cinema brasileiro.

O estudo sobre esta transição de modelos é importante para se entender a atual organização e estruturação do mercado, uma vez que os resultados não se limitam às novas formas de financiamento da produção – oriundas das políticas públicas federais – mas também são devidos a um processo mais amplo, ligado à retomada do crescimento do setor da exibição, à regularização da oferta da produção e principalmente, aos investimentos feitos na área da comercialização. Tornar a produção cinematográfica nacional plenamente desenvolvida, de forma a trazer o retorno social em todas as suas dimensões, é um dos grandes desafios atuais da sociedade brasileira. Isto, pois, sendo um dos setores mais dinâmicos da economia global, trata-se de grande gerador de emprego e renda de forma direta e

indireta, em função dos encadeamentos oriundos principalmente da indústria do entretenimento, a qual se caracteriza com uma das maiores geradoras de receitas do mundo.

Diante destas constatações levanta-se o seguinte questionamento: Seria possível admitir a existência de uma indústria de cinema auto-sustentável no Brasil ? Apesar de toda a euforia acerca dos resultados dos últimos anos, a hipótese básica é que as condições estruturais e de mercado que não caracterizam uma indústria estabelecida, mas sim em formação e para que efetivamente se construa uma indústria próxima da auto-sustentabilidade, são necessárias ações estruturais profundas.

Este estudo tem o objetivo de evidenciar as características que compõem a estrutura do setor e sua cadeia produtiva sob o impacto das mudanças ocorridas no período compreendido como a Retomada. Ao mesmo tempo, traz elementos de caráter sócio-econômico para auxiliar na avaliação e nas conclusões.

O trabalho é dividido em cinco partes, tendo esta introdução como sua etapa inicial e um segundo capítulo que apresenta conceitos importantes sobre o cinema, suas funções sociais e o impacto destas na sociedade industrial moderna. Estes são conceitos importantes para o desenvolvimento do estudo. O terceiro capítulo traz informações sobre a formação e o desenvolvimento da cinematografia brasileira, em uma abordagem histórica e estrutural, até o advento das políticas de incentivo do governo federal. O quarto capítulo apresenta um diagnóstico sobre a economia do setor, a participação do Estado e as conseqüências das leis de incentivo em cada elo da cadeia produtiva do cinema, destacando algumas distorções evidenciadas ao longo do período analisado. Este diagnóstico é elaborado a partir de informações de mercado publicadas pela Agência Nacional do Cinema (Ancine), assim como em outras publicações recentes e terá como foco apenas as políticas de subsídios federais política relacionados à atividade. Por fim, o quinto capítulo consiste em uma conclusão e as considerações finais sobre o presente estudo.

2 CINEMA E SOCIEDADE

O objetivo deste capítulo é interpretar o cinema inserido na sociedade atual, por meio de considerações sociológicas e mercadológicas sobre algumas das suas funções, assumidas em caráter cultural, econômico e político. Tais considerações visam a discorrer não somente sobre suas características artísticas e midiáticas, mas principalmente a destacar o interesse do capital nesta mercadoria e neste setor, não somente como um produto em si, mas principalmente como meio de consolidação de um sistema de consumo de mercadorias em massa. Também explora seus princípios e bases, assim como o modelo industrial e estrutura de mercado, sob os quais se fundamentam o setor, sua cadeia produtiva e os elos que a constituem, que nas palavras de Jean-Claude BERNARDET (1980, p. 9) são apresentados como:

... um complexo ritual a que chamamos cinema e que envolve mil e um elementos diferentes, a começar pelo seu gosto para este tipo de espetáculo, a publicidade, pessoas e firmas estrangeiras e nacionais que fazem e investem dinheiro em filmes, firmas distribuidoras que encaminham os filmes para os donos das salas e, finalmente, estes, os exibidores que os projetam para os espectadores que pagaram para sentar numa poltrona e ficar olhando as imagens na tela. Envolve também a censura, processos de adaptação do filme aos espectadores que não falam a língua original.

Paralelamente, também é importante considerar o interesse do Estado neste meio que, além de adequado a uma função pedagógica, serve tão bem como propaganda para doutrinação ideológica e assimilação de políticas e de reforço para uma colonização além-fronteiras de produtos, costumes e inclusive do próprio consumo de imagens e mercadorias. Mas além deste interesse político, também é importante destacar a importância da finalidade estratégica de difusão cultural e histórica que o cinema, assim como outros meios de comunicação de massa, carrega em sua essência. Isto associado ao fato de ser uma atividade econômica, a qual além de empregar recursos humanos, movimenta a economia do país com os salários pagos aos trabalhadores, tributos recolhidos, serviços prestados, contribuindo assim para o seu desenvolvimento econômico direta e indiretamente.

Enfim, trata-se da evidenciação de uma pluralidade funcional que apresenta o cinema como meio de comunicação e expressão artística, vetor de integração social, mídia de massa para a consolidação do capitalismo, mercadoria

oriunda da divisão do trabalho, obra de arte reprodutível, espetáculo e espelho da sociedade, entretenimento, propaganda, meio e mensagem. Tais funções, muitas vezes assumidas de forma conjugada ou complementar e outras de forma isolada, destacam o cinema das outras mídias e veículos de comunicação, pois, nesta pluralidade, transcende o significante e se torna significado.

O desenvolvimento deste capítulo tem como base trabalhos não somente associados ao cinema propriamente dito, mas também estudos sociológicos e econômicos acerca dos meios de comunicação de massa, da indústria cultural e da sociedade de consumo, servindo como principais referências, os estudos de Jean-Claude BERNARDET (1980), Anatol ROSENFELD (2002), Ismail XAVIER (2001), Teixeira COELHO (2000), Walter BENJAMIN (1994), Edgar MORIN (2005), Jean BAUDRILLARD (2005), Guy DEBORD (1997), Erwin PANOFKY (2005), dentre outros importantes trabalhos.

2.1 CINEMA E INDÚSTRIA: A ARTE DO CAPITALISMO

Criado no final do Século XIX de forma quase accidental, o cinema não demorou muito para se transformar num dos principais pilares econômicos do setor de mídia e entretenimento. Desenvolvido paralelamente por Thomas Edson nos Estados Unidos e pelos Irmãos Lumière na França, a sua exploração comercial deu-se antes até que se vislumbresse seu potencial artístico e cultural. Apresentando inicialmente cenas reais, registradas do cotidiano, seu conteúdo servia de entretenimento barato para a sociedade, em todos os seus estratos, desde os mais abastados empresários, políticos e aristocratas, até as massas de trabalhadores, os quais não tinham muitas opções de lazer. Os filmes eram exibidos em diferentes lugares, desde pequenos teatros populares e tendas ambulantes a salões requintados e sofisticados. Tal característica conferiu ao cinema uma democratização do espetáculo visual, muito antes da televisão e dos meios eletrônicos de comunicação de massa. Entretanto, em seguida percebeu-se não somente seu potencial para a economia de escala, onde apenas uma produção poderia ser vendida e projetada inúmeras vezes e em inúmeros lugares diferentes, pela possibilidade de reprodução técnica e distribuição das suas cópias, como

também a sua força, como vetor de comunicação social, artística e principalmente política.

Inicialmente o modelo de negócio era baseado na venda de cópias físicas, onde os exibidores adquiriam a fita podendo exibi-la quantas vezes quisessem e sem restrição de prazo. Neste modelo os produtores auferiam lucros inferiores aos dos exibidores e diante disto, a partir do final da primeira década do século XX, os produtores deixam de vender as cópias e passam a alugá-las, recebendo uma porcentagem sobre as receitas do exibidor. Surge aí mais um elo na cadeia, o distribuidor, cuja mercadoria são os direitos de exibição e não o produto físico. O distribuidor comercializa os direitos de exibição e o exibidor comercializa os direitos de assistir.

Proliferam os estúdios, produtores e exibidores, principalmente na França e nos Estados Unidos, onde, em 1912, Thomas Edson, num movimento de fusões e aquisições com outros produtores, funda a Universal Pictures e em 1914 outra produtora, a Famous Players, cria a Paramount. Em 1915 é fundado em Hollywood um estúdio da Fox Film Corporation e tem início a era dos Estúdios de Hollywood, transformando o cinema numa das atividades industriais mais lucrativas da economia norte-americana.

Na década de 1920, com o desenvolvimento da tecnologia e da linguagem cinematográfica, houve também uma evolução na demanda e na própria característica do consumo de filmes, abrindo espaço para as fitas de enredo (filmes de ficção e narrativa de histórias dramáticas) e filmes de maior metragem (de maior duração).

Neste período se acirra a batalha entre a França e os Estados Unidos pela dominação dos mercados. Várias associações e trustes se formam em ambos os lados. Novos modelos de negócio são concebidos e a inovação de formatos seria uma maneira de se destacar. Com a substituição das produções de curta e média-metragem pelas de longa-metragem o cinema necessita de maiores investimentos. Nesta fase, grandes grupos financeiros norte-americanos entram no negócio e em função disto, impõem um sistema industrial para produzir em escala, reduzindo custos e riscos na produção. Ganhar no volume seria uma maneira de reduzirem os riscos dos investimentos.

Com a entrada de grandes grupos financeiros nos Estados Unidos, o setor mostrou-se bastante intensivo em capital e extremamente organizado, aprimorando uma indústria onde a divisão do trabalho, a expectativa por lucros e a baixa aversão a riscos gerou investidores dispostos a expandir suas operações. As empresas familiares deram lugar a conglomerados os quais dominavam vários elos da cadeia produtiva, criando assim uma concentração e dominação de mercado, ao mesmo tempo vertical e horizontal, onde a escala determinava a possibilidade de ganhos. Diante disto, seria imperativo ganhar o mundo com as produções, no intuito de aumentar a escala de consumo. Surgem as *Majors*, empresas que dominam a produção, distribuição e exibição, contabilizando um público perto de 50 milhões de espectadores, com uma geração anual de lucros na ordem de 700 milhões de dólares. Em 1928 os estúdios norte-americanos produziam uma média de 500 filmes ao ano, possuíam 23 mil salas de exibição e vinculavam 75 mil profissionais, atingindo uma audiência de 30 milhões de pessoas por semana. O fenômeno do cinema *hollywoodiano* invadiu o mundo e pressionou as produções locais e os respectivos setores em função do seu modelo de negócios. Deu-se aí o primeiro grande fenômeno de globalização do século XX e as bases de sustentação da economia norte-americana, consolidada principalmente no período pós-guerra, nas décadas de 1950 e 1960. Na década de 1970 multiplicam-se os chamados, produtores independentes, os quais conferem um caráter de qualidade artística aos filmes sem a conseqüente perda de bilheteria. Ao contrário, tem início a era dos *blockbusters* (ou arrasa-quarteirões), os grandes sucessos de bilheteria que criam um novo patamar de investimentos e retornos financeiros aos produtores.

A mercadoria exige uma larga escala (mundial até) de consumo para poder remunerar todos os fatores de produção e viabilizar os retornos esperados. Isto sem contar os produtos secundários e lucros obtidos pelo licenciamento de marcas e imagens, conceito tão comum ao mercado norte-americano e tão incipiente no modelo brasileiro até os dias de hoje. O valor do trabalho em muito é superado pelo valor intangível de uma marca, como o uso de celebridades (estrelas) ou o fato de ter-se recebido ou não uma indicação ou a premiação do Oscar.

Em suma, o século XX presenciou inúmeras transformações de ordem social e econômica, as quais afetaram não somente a geografia de países, mas principalmente os costumes e as culturas das sociedades, infringindo-lhes o conceito

de economia de mercado, base da sustentação do sistema capitalista. Para tanto, um dos instrumentos fundamentais para tal proeza fora, sem dúvida, o cinema, o qual, em sua gênese, mesmo antes de almejar qualquer pretensão artística, já era mercadoria. Seria possível afirmar que o cinema traz em si a consolidação do modo de produção capitalista, onde a divisão do trabalho se mostra evidente e a avidez por retornos sobre os investimentos realizados é a máxima deste sistema. É mais uma prova da necessidade de investimentos privados, onde diferentes formas de comercialização são vislumbradas no intuito de remuneração dos investimentos e retorno esperados, em todos os elos da cadeia produtiva. Neste quesito, até os dias de hoje, nenhum outro país conseguiu competir com a voracidade imposta pelos norte-americanos.

2.2 CINEMA: A ESTÉTICA DO CONSUMO

Quando analisado sob uma ótica sócio-cultural, o cinema abrange fatores profundos, como a integração social e a difusão cultural, por meio da comunicação e expressão artística (reflexiva) e das funções pedagógica (educativa) e ideológica (política) – muitas vezes assumidas pelo Estado, em paralelo com a própria questão mercadológica, onde o filme assume a função de mercadoria cultural estabelecida sobre as bases da indústria cultural e do *mass media*.

Para a análise de tais funções é necessário que o enfoque não fique restrito somente ao meio de comunicação, mas que se posicione também sobre a forma do conteúdo nele transportado, ou seja, a estética e o significado da mensagem. As questões estéticas sobre a qualidade artística dos filmes não são objeto deste estudo, ou seja, não se trata de um trabalho sobre crítica cinematográfica. Entretanto, é importante ressaltar, no âmbito da análise das funções em questão, que desde que se estabeleceu uma consciência crítica sobre a arte cinematográfica e o seu profundo impacto social, se discute e se estuda sobre os fenômenos associados à indústria cultural, suas relações e antagonismos entre arte e mercadoria cultural, ou melhor dizendo, arte e entretenimento.

Considerando-se o cinema como um meio livre para a expressão artística, a primeira conclusão que de imediato se pode tirar é que a obra de arte cinematográfica se diferencia de outras principalmente por demandar grandes

investimentos na sua produção, pelo fato de empregar diversos trabalhadores e recursos físicos e intelectuais em todas as etapas e atividades associadas à sua realização, além de depender de toda uma estrutura de distribuição, divulgação e exibição disponíveis. Ou seja, trata-se de um tipo de produção intensivo em capital e trabalho. Seguindo esta lógica, não é difícil concluir que “alguém” precisa financiar tal atividade. Segundo Anathol ROSENFELD (2002, p. 33), o cinema é um meio de comunicação e reprodução que pode divulgar e propagar mensagens consideradas ou não obras de arte. Em função disto, abordar o cinema exclusivamente como arte seria uma limitação, mesmo que um filme possa ser definido também como tal.

Da mesma forma como o jornal, o rádio ou a tv, o cinema pode difundir notícias, anúncios, propagandas e lições de divulgação científica e pedagógica; e na maioria dos casos como os bons veículos, de uma correta redação e coordenação fluente das matérias divulgadas sem que, por isso, se possa falar de arte. Apesar de uma notícia de jornal bem redigida e um jornal cinematográfico bem editado e montado não chegam a ser arte. Um livro pode servir de veículo de comunicação à poesia de Rainer Maria Rilke, aos romances de Machado de Assis ou às novelas policiais de Edgar Wallace. Estas são consideradas arte. Mas ninguém poderia assim chamar as novelas de Edgar Wallace, embora muitas vezes sejam feitas com habilidade e mesmo “arte”. Fazer uma coisa com arte não significa criar uma obra de arte. [nosso grifo] (ROSENFELD, 2002, p.33)

Portanto, para a indústria cinematográfica, o caráter artístico seria um fenômeno marginal, pois as empresas em geral não teriam pretensões artísticas e sendo assim, não se deve criticar tais empresas pela pouca quantidade de obras consideradas artísticas, pois, o objetivo prioritário delas está relacionado ao retorno dos capitais investidos e não necessariamente a princípios artísticos.

Além da realização, distribuição, divulgação e exibição, a própria criação dos filmes requer investimentos consideráveis e desta forma o produtor, ao encomendar a criação de um filme, exerce forte influência sobre esta criação, limitando de certa forma o potencial artístico e recorrendo muitas vezes à utilização de “fórmulas” estéticas de maior aceitação, como garantia de retorno sobre os altos investimentos realizados ou, ao menos, como minimização de riscos. Citado por ROSENFELD (2002, p. 36), o cineasta italiano Luigi CHIARINI comenta que “a criação artística tem leis muito distintas das industriais; ao passo que a arte é individualidade, personalidade, diferenciação, a indústria é uniformidade, estandardização, tipificação; a razão artística tende a diferenciar um filme do outro; a industrial, ao contrário, tende a uniformizá-los.”.

Diante disto, restaria ao Estado absorver a responsabilidade pelo estímulo à produção cinematográfica de caráter artístico, subvencionando-a e garantindo a funcionalidade do cinema como meio de expressão. Isto, aliado ao interesse nas características pedagógicas inerentes ao meio audiovisual e aos interesses coercitivos, associados à capacidade de difusão de mensagens de cunho ideológico, fundamentais à manutenção da estruturação política dos governos. Contudo, isto significaria não somente a necessidade de o Estado financiar a criação e produção dos filmes em si, mas também todo o fluxo deste produto ao longo da sua cadeia produtiva, garantindo inclusive o acesso do público à obra realizada, por meio da exibição popular. Todavia, tendo o Estado como o principal investidor da atividade artística cinematográfica, ainda assim ocorre uma possibilidade de conflito, pois, em função dos seus interesses concomitantes, seria o próprio Estado a exercer possível influência sobre a criação artística. Tal influência, porém, exercida em uma escala muito mais periclitante para a sociedade em questão, uma vez que possibilitaria ao mecenas buscar, na produção artística, meios de se pronunciar em um discurso ideológico de manutenção da estabilidade política, sem uma estética ou característica contestadora, onde o artista perde a liberdade de expressão, tão necessária à obra artística tida como reflexiva. Por outro lado, mesmo que o Estado não influencie na arte cinematográfica, sem maiores critérios para a definição dos investimentos e sem a garantia de cumprimento das atividades da cadeia produtiva até a exibição, tornar-se-ia inerte tal operação, contabilizando-se não somente prejuízos financeiros, mas também sociais.

Em suma, não se trata aqui de defender um ponto de vista de um cinema como arte ou, em oposição, como puro entretenimento. A propósito, este tipo de pensamento é uma das grandes restrições ao desenvolvimento econômico do cinema brasileiro. Trata-se sim, de apresentar o cinema como um meio de comunicação pleno de conteúdo e passível de assumir diferentes funções. Uma mídia democrática (não tanto como a televisão aberta no Brasil, é claro), onde o sucesso ou o fracasso de determinado conteúdo não depende somente da sua qualidade fílmica ou artística, mas sim, de todo o arranjo produtivo e das condições de distribuição e divulgação a ele associadas, além de um nível educacional e intelectual da população, compatível com as aspirações das mensagens cinematográficas de caráter artístico.

2.3 CINEMA: IMAGEM E MERCADORIA CULTURAL

O consumo de massa e a sociedade industrial trouxeram à tona não somente um novo modelo econômico baseado na reprodução do capital, mas também acarretou em transformações sociais profundas no tocante às artes e aos meios de expressão artística e comunicação sócio-cultural. O aprimoramento da técnica trouxe a possibilidade da reprodução artística, sem a necessidade do questionamento do seu conteúdo em si, vislumbrando novas possibilidades de alcance e abrangência da arte em função da sua forma, conforme descreve BENJAMIN (1994). A partir daí, tal possibilidade de multiplicação serviu como base para a reafirmação e a difusão do próprio sistema capitalista, onde o consumo da cultura de massa dá condições para a estruturação de setores especializados especificamente na rasa satisfação do entretenimento, sobrepondo-se à aculturação do indivíduo.

Na indústria cultural, a indústria cinematográfica adquire a forma de economia de escala ou economia de mercado de massa, onde um grande número de indivíduos consome o mesmo conteúdo, realizado apenas uma vez e multiplicado graças às técnicas de reprodução existentes, dando base a uma sustentação do próprio sistema capitalista. Isto é fato principalmente nos EUA, onde a indústria cultural vende e influencia não somente a sociedade intra-fronteiras, mas, principalmente, o resto do mundo, o qual se submete ao consumo daquela sociedade, capitalista por excelência. É a coroação de um sistema embasado na técnica e na produção em escala, no mercado de consumo de bens, onde o maior bem a ser exportado é a sua própria cultura e filosofia de consumo.

Assim, a indústria cultural, os meios de comunicação de massa e a cultura de massa surgem como funções do fenômeno da industrialização. É esta, através das alterações que produz no modo de produção e na forma do trabalho humano, que determina um tipo particular de indústria (a cultural) e de cultura (a de massa), implantando numa e noutra os mesmos princípios em vigor na produção econômica em geral: o uso crescente da máquina e a submissão do ritmo humano de trabalho ao ritmo da máquina; a exploração do trabalhador; a divisão do trabalho. Estes são alguns dos traços marcantes da sociedade capitalista liberal, onde é nítida a oposição de classes e em cujo interior começa a surgir a cultura de massa. (COELHO, 2000, p. 8-9)

Segundo Edgar MORIN (2005, p. 13), o século XX presenciou uma ampliação da industrialização e do capitalismo, algo como uma Segunda Revolução

Industrial, na qual se processam imagens e sonhos. A proliferação de mídias e o progresso ininterrupto da técnica geraram uma “Terceira Cultura” denominada pelos norte-americanos como “Cultura de Massa”, oriunda das mídias de massa e projetada ao lado das culturas convencionais como as religiosas e as humanistas.

Cultura de massa: Produzida segundo as normas maciças da fabricação industrial; propagada pelas técnicas de difusão maciça (mass media); destinando-se a uma massa social, isto é, um conglomerado gigantesco de indivíduos compreendidos aquém e além as estruturas internas da sociedade (classes e famílias).

A cultura de massa integra e se integra ao mesmo tempo numa realidade policultural, privilegiando as sociedades modernas, perdendo de certa forma a individualização em prol de uma coletivização, nivelada pelos estratos médios destas sociedades (muitas vezes até abaixo da média), porém consumida por todos os outros sem distinção.

As imagens são consumidas por todos e em todos os lugares do mundo. Tem início uma espetacularização na qual mídias e conteúdos audiovisuais se tornam protagonistas e onde o principal produto é o espetáculo. “Toda a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como uma imensa acumulação de espetáculos. [grifo do autor] Tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação.” (DEBORD, 2005, p. 13).

Ocorre então um aprofundamento da degradação social, uma supervalorização da imagem, onde o “parecer ter” se sobrepõe ao já distorcido “ter” (lógica infame observada na sociedade industrial).

A dominação da mercadoria sobre a economia exerceu-se primeiro de um modo oculto, pois a própria economia, como base material da vida social, era despercebida e incompreendida, a exemplo do parente com quem vivemos que não conhecemos. Numa sociedade em que a mercadoria concreta é rara ou minoritária, o domínio aparente do dinheiro se apresenta como o de um emissário munido de plenos poderes que fala em nome de uma potência desconhecida. Com a revolução industrial, a divisão fabril do trabalho e a produção em massa para o mercado mundial, a mercadoria aparece como uma força que vem ocupar [grifo do autor] a vida social. É então que se constitui a economia política, como ciência dominante e como ciência da dominação. (DEBORD, 2005, p. 30)

Na cultura de massa perde-se a arte como objeto de questionamento e crítica ao sistema capitalista, camuflando-se as contradições sociais deste modo de

produção. Perde-se o poder de contestação dialética e os meios de comunicação são utilizados como forma de dominação pelas classes dominantes, onde, para dominar, estas não devem de maneira alguma apresentar sua ideologia de forma explícita, ou seja, como sendo a sua ideologia, mas devem sim “...lutar para que essa ideologia seja sempre entendida como verdade.” (BERNARDET, 1980, p. 20). Disso decorre a necessidade de o cinema se apresentar como expressão do real e disfarçar constantemente que ele é artifício, manipulação e interpretação. A indústria transforma-se em objeto de dominação e é quem domina os meios de produção e distribuição, forçando uma inversão de valores entre indivíduos e mercadorias.

Apesar de o presente estudo estar focado no setor cinematográfico, não se pode simplesmente ignorar a presença da televisão e dos outros meios de comunicação de massa, os quais, apesar de funções similares, apresentam-se em formas diferentes e atuam de maneira complementar sobre a sociedade. A proliferação e a pulverização das diferentes mídias digitais, assim como a democratização do acesso aos recursos eletrônicos e aos processos de produção de conteúdo audiovisual, potencializam o fenômeno da cultura de massa. As mudanças no comportamento social contemporâneo, em parte oriundo do processo de digitalização global e em parte derivado do processo de reificação anteriormente deflagrado, também afetam as próprias funções aqui estabelecidas, elevando a um extremo a comunicação e a sociabilização entre objetos e produtos, em detrimento aos indivíduos.

Diante das considerações aqui apresentadas, em uma análise mais radical e ao mesmo tempo restrita, seria possível supor que o cinema brasileiro não se caracterizaria como *mass media*, uma vez que sua mensagem não alcança os objetivos dos diversos grupos econômicos ou muito menos do Estado, mas sim, trata-se de uma tentativa de expressão artística isolada ou de pequenos grupos de ínfimos interesses sociais, frustrando, fraudando e corrompendo as teorias sobre indústria cultural, as quais não se verificam, uma vez que o conteúdo cinematográfico não estaria a serviço do capital. No lugar destas divagações limitadas e superficiais, é possível afirmar que no Brasil, indubitavelmente a televisão é o meio de maior penetração entre as massas, principalmente pela sua característica popular, conferida por meio de uma programação voltada às massas (em geral acríticas) e financiadas pela publicidade das mercadorias produzidas pelo

capitalismo e consumidas por esta mesma sociedade de consumo de massa. Assim sendo, pode-se considerar a televisão como a coroação da indústria cultural em sua plenitude, sendo ela própria uma mercadoria consumível sob diferentes formas.

A televisão assume um papel ativo não somente no tocante à exibição, mas principalmente no que diz respeito às condições de viabilização de um modelo industrial, o qual se baseia na forte necessidade de exposição de mídia para divulgação de mercadorias e na influência estética sobre um padrão de consumo previamente consolidado na teledramaturgia.

No Brasil, a diferença básica entre o cinema e a televisão não é tanto com relação aos significantes, ou seja, às mídias, às linguagens e formatos propriamente ditos, mas aos significados dos conteúdos propostos, os quais têm de se adaptar à audiência em questão. O cinema não forma necessariamente opiniões, mas sim, gera reflexões em agentes formadores de opiniões, os quais reproduzem ou não tais reflexões, pelas críticas ou por ações afirmativas no intuito de mudança. Não se trata apenas de apontar para um discurso poético, principalmente pelo motivo de a poesia atuar apenas como mais um significante nesta história. O importante é o que se coloca como elemento reflexivo e não como uma opinião formada, fechada e passível de manipulação da sociedade na massa dos seus estratos mais baixos. Contudo isto se verifica somente em determinados filmes e em uma plateia crítica, a qual possui formação cultural e um nível intelectual bem desenvolvido. No caso da televisão, quando esta apresenta um assunto relativamente polêmico, o faz já mesmo com uma opinião formada sobre determinado assunto, ou seja, não se trata de um discurso aberto passível de diálogo, mas de um direcionamento parcial, intencional ou não, que ocorre em função de uma massificação ou pluralidade da composição básica da sua audiência, cujo conteúdo assistido é planejado para um público médio, no sentido econômico e intelectual. São os consumidores das propagandas que pagam pela programação, no lugar de serem os consumidores ativos de um conteúdo audiovisual que se adquire por opção.

Mesmo tendo como base uma mesma estrutura técnica de produção, tanto a função artística e cultural quanto a exploração econômica do entretenimento têm identidades que, apesar de distintas, são estrategicamente importantes à sociedade. O equilíbrio entre as duas direções é fundamental para o país, principalmente pelo fato de não serem propósitos concorrentes, mas sim, complementares e bem

definidos. Isto significa que, a exploração econômica da atividade audiovisual deve estar concebida em uma estratégia bem definida, da mesma forma que os objetivos culturais não devem ser abandonados. Ao contrário, a formação cultural e educacional apresenta-se como uma condição *sine qua non* para o desenvolvimento de uma nação, sendo esta uma das principais funções do Estado, mesmo antes do desenvolvimento dos meios de comunicação ou expressão artística.

3 CINEMA BRASILEIRO: FORMAÇÃO E DESENVOLVIMENTO

Neste capítulo, o objetivo é apresentar um breve relato sobre os principais elementos da formação e desenvolvimento do setor cinematográfico no Brasil, desde o seu surgimento, no final do século XIX, até o início da década de 1990, marcada pelo desmantelamento das estruturas de financiamento à produção e distribuição. Isto se dará por meio de uma abordagem tanto histórica como estrutural, destacando principalmente a alternância da participação das iniciativas pública e privada no desenvolvimento da cinematografia nacional, de modo a auxiliar no entendimento dos fatores que deram origem à Retomada, objeto primário deste estudo. Isto significa uma abordagem associada tanto à cronologia dos movimentos, ciclos, produções, temas e estéticas, como também às condições sociais, políticas, econômicas e aos recursos associados ao setor em questão, ao longo do seu percurso histórico. Para tanto, tal apresentação terá como base a cronologia proposta por Paulo Emílio Salles GOMES (1996) no livro “Cinema: Trajetória no subdesenvolvimento”, o qual leva em consideração os principais eventos que demarcam o início e o final dos ciclos estabelecidos. Também compõem a base referencial deste estudo os trabalhos de outros autores como Ismail XAVIER (2001) “O Cinema Brasileiro Moderno”, Anathol ROSENFELD (2002) “Cinema: Arte e Indústria”, Anita SIMIS (1996) “Estado e cinema no Brasil” e Sidney Ferreira LEITE (2005) “Cinema Brasileiro: das origens à Retomada”, assim como outras referências de apoio.

3.1 O SUBDESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E IDEOLÓGICO

A participação brasileira na história do cinema se deu desde os primórdios desta atividade. Entretanto, não como protagonista, sendo relegado sempre a papéis secundários na trama do cinema internacional e principalmente nacional. Nas raras e isoladas tentativas de um posicionamento mais contundente, independentemente se oriundas do Estado ou do capital privado, viu-se sabotado pelas limitações destas iniciativas, próprias ao seu subdesenvolvimento e à organização industrial e poder econômico do capital dos oligopólios norte-americanos, que dominam este setor em

escala internacional. Sendo mesmo possível dizer que o cinema para os Estados Unidos é condição precípua para a manutenção do seu "Imperialismo" por meio da disseminação das suas marcas, seus produtos, assim como sua ideologia política, sua cultura de consumo e seus costumes, incluindo aí o patriotismo exacerbado e o culto aos seus símbolos como a bandeira e o hino nacional norte-americanos.

Para GOMES (1996, p. 85), o cinema brasileiro, assim como o indiano ou o árabe, é estruturalmente subdesenvolvido desde o seu princípio (diferentemente dos cinemas dos Estados Unidos, França ou Japão) e sempre o será, tendo aberto espaço para uma colonização cultural, estética e econômica, dificultando as reações, principalmente pelo fato de que "o esforço de progresso apenas cultural, num quadro de subdesenvolvimento geral, leva os cineastas a se debaterem diante da adversidade, ao invés de realmente combatê-la."

Assim como o processo de industrialização no Brasil foi tardio nos setores de manufaturados e de bens de capital, no setor cinematográfico não foi diferente. Ou melhor, este último é ainda mais atrasado. Em comparação ao dinamismo da indústria cinematográfica norte-americana ao longo do século XX, o cinema no Brasil se relega a uma condição a atividade marginal, com uma produção quase que predominantemente amadora, com um fraco desempenho e um instável encadeamento produtivo, o qual depende da ampliação do conceito de indústria cinematográfica para indústria do audiovisual, incluindo nesta a produção, distribuição e exibição televisivas. Como negócio, o cinema brasileiro encontra-se na era pré-industrialização, ou seja, são iniciativas isoladas de cineastas artesãos, os quais não têm maiores pretensões senão vender o seu projeto para o Estado e amortizá-lo apenas no tocante aos seus custos de produção. Isto não se aplica ao conceito ampliado de produção audiovisual, uma vez que a produção televisiva de programas, telejornalismo, teledramaturgia e comerciais publicitários movimentam economicamente um setor que está há décadas muito bem estruturado, fornecendo, inclusive, profissionais para as poucas produções de cinema.

3.2 O NASCIMENTO E A BELA ÉPOCA DO CINEMA BRASILEIRO

Em 1896 chega ao Rio de Janeiro, pelas mãos do comerciante italiano Pascoal Segreto, o primeiro equipamento de projeção de imagens, o Omniographo,

com uma defasagem de apenas seis meses em relação ao seu lançamento na França. As primeiras exhibições são realizadas na Rua do Ouvidor e já desde o início com produções importadas. Apenas poucas salas em cidades como São Paulo e Rio de Janeiro experimentavam a novidade e havia a necessidade de renovação constantemente do repertório, sendo que, frequentemente, novos materiais eram importados normalmente de Paris e Nova York.

O desenvolvimento inicial até o ano de 1906 fora muito pequeno e a principal justificativa para este atraso seria a falta de infra-estrutura – mais especificamente a falta de energia elétrica, fundamental ao funcionamento dos equipamentos de projeção. Com a utilização da energia elétrica da usina de Ribeirão das Lages, o Rio de Janeiro tem uma rápida expansão na atividade, sendo abertas cerca de 20 novas salas de exibição, influenciando diretamente na produção de filmes brasileiros. Chegaram a ser produzidos aproximadamente 100 filmes por ano. Alguns empresários, de origem estrangeira e de diferentes atividades comerciais entraram no negócio, dedicando-se simultaneamente à importação, exibição e produção de filmes. Houve uma grande vitalidade para o cinema brasileiro no período de 1908 a 1911. Nesta mesma época, enquanto na França e nos Estados Unidos se instalam os primeiros monopólios na área cinematográfica, criando uma forte concorrência internacional ao cinema brasileiro, no Brasil consolida-se uma conjunção de interesses entre produtores e exibidores, dando origem a um forte ciclo de expansão entre os anos de 1907 e 1911, os quais viriam a ser conhecidos como a “Bela Época” do cinema brasileiro.

Até 1907 os filmes tratavam de assuntos naturais (cenas do cotidiano) e a partir de 1908 surgem os primeiros filmes de ficção ou “posados”. O filme “Os Estranguladores”, de Antonio Leal, teria sido o primeiro filme posado brasileiro. Estima-se que este filme tenha sido exibido mais de 800 vezes, algo sem precedentes no cinema nacional. Nesta época são produzidos alguns títulos baseados na crônica policial da época. Filmes “cantantes” ou “falantes” geram um grande volume de produção entre 1909 e 1911 no Rio de Janeiro, além dos filmes revistas de atualidades políticas. A década termina com o filme “Paz e amor” tendo cerca de mil projeções.

3.3 A SUPERAÇÃO DA PRIMEIRA CRISE

No início da década de 1910 surgem os indícios que prenunciariam a primeira crise cinematográfica no Brasil. Em 1912 apenas um filme de enredo foi realizado no Rio de Janeiro. Vários profissionais abandonaram o cinema e retornaram às suas áreas em jornais e teatros. A concorrência com os filmes importados arruina os pequenos produtores e exibidores de filmes, abrindo caminho para a consolidação do modelo norte-americano de monopólio das *Majors* de Hollywood. Em consequência houve um rompimento do até então prolífico relacionamento entre produtores e exibidores brasileiros e o sistema de distribuição de filmes nacionais parou de funcionar, comprometendo o importante e necessário equilíbrio entre produção, distribuição e exibição. A situação se agrava com o advento da 1ª. Guerra Mundial, uma vez que se tornou difícil e onerosa a aquisição de filmes virgens e por este motivo, várias produções foram interrompidas.

Em 1914 as atividades cinematográficas no Brasil foram mínimas. Apenas duas fitas de enredo foram produzidas. A cinematografia sobrevivia graças principalmente aos filmes de documentário e aos cinejornais, periódicos projetados nas salas de exibição. Aos poucos recomeçou a atividade e durante a guerra mais de doze produtoras foram criadas no Rio de Janeiro e em São Paulo. Poucos brasileiros ampliaram o grupo, mas um em especial merece menção, o jornalista Irineu Marinho. Este teve um estimulante papel produtor no país com sua produtora, a Veritas Filmes criada em 1917.

A média de filmes produzidos entre os anos de 1916 e 1922 foi de apenas seis películas. Em 1917 chega-se a uma produção de 16 filmes, havendo uma grande queda no ano seguinte e uma pequena reação em 1922.

A temática varia muito, mas a partir de 1915 percebe-se uma tendência nas produções inspiradas na literatura brasileira, sendo que até 1922 são realizados aproximadamente 13 filmes nesta vertente. A participação do Brasil na guerra estimulou a produção de filmes, sobretudo se levar-se em conta que essa participação foi exclusivamente simbólica.

A crônica criminal retorna em 1920 com “O Crime de Cravinhos”. A Veritas Film, empresa de Irineu Marinho produziu mais dois filmes com esta mesma temática. Como personalidade importante e influente, chegou a criar esperanças no mercado, porém abandonou a produção cinematográfica após quatro filmes.

A segunda época do cinema brasileiro está longe em importância e brilho da primeira, embora o comércio cinematográfico tenha se desenvolvido consideravelmente, tornou-se cada vez mais difícil o acesso da produção nacional aos circuitos exibidores. A realização de filmes de enredo foi precária e escassa. Os 60 filmes posados encerram uma quantidade considerável de curtas, destinados muitas vezes à publicidade comercial. A imprensa não colabora e a produção torna-se atividade marginal. Em 1922 o presidente Epitácio Pessoa encarrega uma comissão para organizar as comemorações dos 100 anos de independência, incluindo o cinema em seus planos. Falou-se de um grande filme histórico cujo roteiro seria escrito por Coelho Neto. Os empresários foram mobilizados, mas a produção nunca aconteceu. A única forma de participação nas comemorações foi pela produção de documentários e jornais de atualidade, tornando o cinema natural o único viável na época.

3.4 CICLOS REGIONAIS: A DESCENTRALIZAÇÃO

A década de 1920 foi marcada entre outras coisas, pelos ciclos regionais, com uma descentralização da produção cinematográfica e o desenvolvimento de temas diversos. Entram em produção filmes de crimes famosos e recentes. No Rio Grande do Sul, mais especificamente em Pelotas, cidade próspera pela indústria do charque, um ator português aposentado, Francisco Santos decide investir na produção cinematográfica, também explorando a temática dos crimes, produzindo “O crime de Banhados”. O próprio Francisco Santos, proprietário de uma sala de exibição, dirigia, filmava, atuava escrevia e produzia seus filmes.

As publicações que mais se interessavam por cinema em 1923 eram “Para Todos” e “Selecta”. Seus principais editores eram avessos aos filmes de enredo nacionais, escrevendo frases como: “Esse fantasma que é a cinematografia nacional”, “Sem artistas, sem técnicos, sem diretores de cena e sem dinheiro. Seria melhor que não existisse.” Porém, paralelamente, estes mesmos periódicos transformavam-se em referência para a atividade e mais importante, nos maiores veículos da primeira campanha contínua e sistemática em favor do cinema brasileiro de ficção, buscando orientar e conjugar a ação de grupos, dispersos pelo país. O setor se organiza e se conscientiza, surgindo um movimento de cinema brasileiro.

Entre 1923 e 1933 foram completados 120 filmes, isto é, o dobro da década anterior. Qualitativamente o avanço é ainda mais considerável, surgindo nesta época os clássicos nacionais do cinema mudo, tendo este coexistido com o cinema falado num período de transição de 1929 a 1933. Justifica por certo o fato extraordinário de terem sido feitas no ano de 1930 aproximadamente de 20 fitas. Realmente o cinema falado desempenhou um papel estimulante na nossa produção, mas isso antes de 1934, quando houve um colapso quase tão radical quanto o de 1911 e 1921.

Em 1923 o cinema é produzido em vários locais diferentes, além de Rio de Janeiro e São Paulo. Neste ano filmava-se em Campinas, Recife, Minas Gerais, na capital Belo Horizonte e em algumas cidades do interior, estendendo-se o movimento ao Rio Grande do Sul, mesmo que precariamente. Em Minas Gerais a cidade que mais se destacou foi Cataguases, de onde surgiu Humberto Mauro, considerado a primeira personalidade de grande relevância do cinema brasileiro.

O movimento gaúcho teve importância menor que o mineiro, tanto em quantidade como em qualidade. Após as tentativas de Pelotas, somente em 1927 seriam realizados novamente filmes de enredo no estado. A produção concentra-se em Porto Alegre, limitando-se até 1933 a meia dúzia de filmes os quais não conseguiram exibição fora do estado.

Dentre os ciclos regionais, o que mais produziu foi o pernambucano, com 13 filmes em oito anos. Nove produtoras foram criadas, por jovens em sua maioria. A temática principal adotada, em grande parte, era regionalizada. Entretanto, melodramas e comédias foram produzidos neste período. O cinema poderia ser considerado basicamente amador, dadas as dificuldades e precariedade de condições técnicas, artísticas e econômicas (algo familiar até os dias de hoje).

Nos ciclos regionais, de uma forma geral, a iniciativa foi de jovens técnicos e pequenos artesãos. Mas em Campinas foi um intelectual em plena maturidade, vindo do teatro, que, em função do sucesso de suas peças, conseguiu subsidiar seu filme, cujo sucesso estimulou a atividade cinematográfica naquela cidade.

Em São Paulo são produzidos aproximadamente 50 filmes neste período, ultrapassando a produção carioca ao menos em quantidade. No sul, Alberto Almada Fagundes, proprietário da Fábrica de Couro Santa Catarina abre o primeiro estúdio do Brasil. O filme “Alma do Brasil”, de Libero Lunardo e Alexandre Wulfer, filmado em Mato Grosso, moderniza o gênero de reconstituição histórica, associando

habilmente um documentário sobre as forças armadas à revolução de Laguna. Inspirados na revolução de 1930, vários filmes com a temática cívica e militar são produzidos. Também são realizados filmes religiosos e de aventura. Enfim o cinema diversifica o seu discurso.

Entre 1923 e 1933 o Rio de Janeiro produz menos que São Paulo, Minas Gerais e Pernambuco em algumas temporadas. Em 1928 são produzidos “Brasa Adormecida”, de Humberto Mauro e “Barro Humano” de Ademar Gonzaga e Pedro Luna, ambos apresentando um maior domínio dos recursos narrativos. Contudo, tal linguagem encontrava-se condenada pela evolução sonora.

3.5 O ESTADO FAZ CINEMA NO BRASIL

A década de 1920 também é marcada pelo início de um interesse maior do Estado em relação ao cinema, tido como meio de ação cultural educativa e formativa. A intelectualidade cobrava uma reforma no ensino por meio de políticas educacionais do Estado, tendo este que assumir a responsabilidade pela educação e formação e o estabelecimento de um “campo cultural” por meio da universidade. O objetivo era reformar a sociedade pela reforma do ensino. No período anterior a 1930 o cinema era, depois da imprensa, o meio de comunicação mais importante e por isso mesmo utilizado como meio auxiliar do ensino. A defesa da participação do Estado no fomento ao cinema educativo não ficou restrita aos educadores, tendo personalidades importantes do meio cinematográfico como Humberto Mauro e Carmem Santos, os quais pensavam no Estado como um protetor das artes cinematográficas.

Mesmo antes da implantação do Estado Novo, tiveram início as ações do governo Vargas para o setor cinematográfico. Em 1932 foi implementada a lei de obrigatoriedade de exibição de filmes nacionais, conferindo a Getúlio Vargas o título de “pai do cinema brasileiro”.

Com o advento do Estado Novo o cinema seria importante meio para a veiculação do nacionalismo e entre 1930 e 1945, este teve destaque nos debates dos problemas políticos e econômicos brasileiros, além de funcionar como veículo da propaganda ideológica do governo.

Iniciativas em prol ao cinema levaram as autoridades a pesquisarem formas de sua utilização na escola. Em 1927 a comissão de Cinema Educativo, sob direção do subdiretório técnico de Instrução Pública, apresenta licitação para a aquisição de aparelhos de projeção exposição fixa e animada. Dada a escassez de recursos até 1931 a reforma do ensino do Distrito Federal ainda não havia sido implementada. Tal reforma determinava que todas as escolas do ensino primário, normal, doméstico e profissional, quando funcionassem em edifícios próprios, tivessem salas destinadas à instalação de aparelhos de projeção fixa e animada para fins meramente educativos.

No Rio de Janeiro (DF) o prefeito do “popular governo reformista”, Pedro Ernesto, destinou verbas para a instalação do cinema educativo nas escolas. Em São Paulo, em julho de 1931, o governo incumbiu uma comissão de estimular um plano para a inclusão do cinema educativo nas escolas. Após três meses de ação oficial, mais de 50 grupos e escolas públicas possuíam aparelhos de projeção e uma filмотeca de 20 fitas educativas. O exemplo foi seguido por outros estados.

Em 1934, Getúlio Vargas responsabilizava (em discurso) o Estado pela “manutenção da ordem moral, da virtude cívica e da consciência imanente da coletividade, destacando o papel pedagógico do cinema na implementação da sua política.”.

Em 13 de Janeiro de 1937 foi criado, por Roquete Pinto, o Instituto Nacional de Cinema Educativo (INCE) o qual se destinava “a promover e orientar a utilização da cinematografia, especialmente como processo auxiliar do ensino, e ainda como meio de educação popular.”. Todo o processo de produção dos filmes era realizado pelo próprio INCE, o qual não teve uma ação decisiva na formulação de medidas de estímulo industrial brasileiro, ao contrário, sua criação a retardou. A produção do INCE dividiu-se em filmes escolares de 16 mm, mudos e sonoros, destinados a circular em escolas e institutos de cultura e também de filmes populares sonoros de 35 mm, encaminhados ao circuito de salas de exibição do país. Sua produção foi ininterrupta por mais de 20 anos e até 1941 haviam sido produzidos aproximadamente 200 filmes, dos mais variados temas, sendo que todo o processo de produção era realizado no próprio instituto.

Além da função pedagógica, o governo de Vargas também fez uso do cinema para a propaganda oficial, criando, paralelamente, mecanismos de censura

ao cinema. Em 1934 a censura cinematográfica passa a ser atribuição do recém-criado Departamento de Propaganda e Difusão Cultural (DPDC) e em 1939 é passada ao Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), criado neste ano, cujo principal objetivo seria “sistematizar a propaganda e exercer poder de censura aos meios de comunicação”.

3.6 A ERA DOS ESTÚDIOS BRASILEIROS

Um grande marco para a cinematografia brasileira da década de 1930 foi a instalação da Companhia Cinédia, onde Humberto Mauro assina o primeiro filme deste estúdio, “Lábios sem Beijos”. Nele também foram produzidos “Limite”, de Mário Peixoto e “Ganga Bruta”, também de Humberto Mauro, em 1933, uma das obras primas do cinema.

Ainda em 1933 fora lançada a última fita, “A Voz do Carnaval”, filme de estréia de Camem Miranda, realizado por Ademar Gonzaga e Humberto Mauro no estúdio da Cinédia, marcando o que seria uma nova opção estética do cinema nacional para concorrer com a proliferação dos filmes importados.

Neste período, praticamente todas as produções são do Rio de Janeiro, mas, em São Paulo, empreendedores arquitetam um projeto industrial ambicioso e alguns estúdios são construídos, mas apenas o filme “A Eterna Esperança” é realizado. Mais alguns filmes são produzidos, sendo aproximadamente 12 no Rio de Janeiro, um em Belo Horizonte e um em Recife. Humberto Mauro, ainda como figura artística de maior relevo, deixa a Cinédia e se associa a Carmem Santos, atriz e empresária na Brasil Vita Film. Após realizar alguns filmes de enredo, Humberto Mauro passa a realizar somente filmes encomendados de documentários e filmes educativos, sendo alguns curtas-metragens “posados” de iniciação literária para o Instituto Nacional do Cinema Educativo (INCE).

A nova estética adotada para concorrer com os filmes estrangeiros funciona e tem início a produção de filmes musicais e das famosas “chanchadas”, onde surgem os atores Grande Otelo e Oscarito. A fórmula de filmes de apelo popular, adotada pela Cinédia garante a continuidade do cinema brasileiro na década de 30.

Nos Estados Unidos, o período pós-depressão exige uma reação do governo norte-americano em prol ao desenvolvimento econômico do país. O governo do New Deal do presidente Roosevelt e o setor cinematográfico se organizam. O cinema é usado como meio de propaganda não somente das ideologias políticas, mas principalmente dos produtos produzidos pela indústria norte-americana e para a disseminação do seu consumo. A política de boa vizinhança traz consigo novos formatos comerciais, que são impostos diplomaticamente e tornam desproporcional a concorrência com os filmes norte-americanos.

No início dos anos de 1940 a produção de filmes de enredo praticamente acabou. Em 1942 houve apenas dois filmes, aumentando gradativamente até 1949, que contabilizou a produção de 20 filmes.

Em 1941 Moacir Fenelon funda na cidade do Rio de Janeiro a Atlântida, com o objetivo de explorar temas brasileiros com filmes de boa qualidade técnica e artística, pautados na valorização da crítica social e na criação de um mercado consumidor. O sucesso de bilheteria alcançado nesta década pelas comédias da Atlântida despertou o interesse do exibidor Severiano Ribeiro, o qual, aos poucos, se tornou seu acionista majoritário.

Em 1947 a elite econômica paulista assume seu papel na tentativa de construção de um cinema de “expressão cultural” e funda a Companhia Vera Cruz. É a reação de São Paulo que por meio de grandes investimentos como a própria Vera Cruz e de novas produtoras como a Maristela e a Multi Films, assinala seu retorno ao cenário cinematográfico brasileiro. Era sinalizada uma profissionalização e um esboço de industrialização do cinema brasileiro. Tudo levava a crer que a indústria de São Paulo se ocupara do cinema. Não são mais artesãos quem trabalham os filmes, mas sim profissionais qualificados para tal empreitada.

Da mesma forma, no Rio de Janeiro, a Atlântida já havia dado ares de indústria. Todavia os paulistas renegaram as chanchadas, diferentemente do Rio. Ambicionavam realizar filmes de classe e em maior número. A Vera Cruz contratou técnicos da Europa (italianos e ingleses). Outros estrangeiros vindos por conta própria completaram o quadro técnico da Maristela e da Multifilmes. Fora um período rico em filmes e acontecimentos. Meios intelectuais artísticos e financeiros tomaram conhecimento do cinema e ao mesmo tempo percebe-se uma elevação do padrão

técnico e artístico. Entra em cartaz o gênero infantil e outros temas variados, com uma renovação inclusive nas chanchadas do Rio de Janeiro. Humberto Mauro reaparece em um filme de enredo após dez anos de cinema educativo e retorna a Cataguases.

Infelizmente em 1954 a promissora tentativa de industrialização do cinema e dos ambiciosos empreendimentos paulistas fracassa sem, todavia, provocar um colapso no setor.

Durante a década de 50 houve um aumento constante da produção cinematográfica, se estabelecendo em torno de 30 filmes anuais ao fim do período. Ainda assim continuavam muito populares as comédias musicais e com a diversificação das chanchadas surge uma nova personalidade, Mazzaropi, adotando a estética do caipira e ingênuo.

O ano de 1950 marca o início das transmissões da televisão no Brasil, entretanto o cinema nacional ainda consegue manter seu espaço e seu público. Em 1953 a Vera Cruz entra em falência com uma produção acumulada de aproximadamente 18 longas-metragens de grande qualidade técnica e diversificação temática. A política centrada em metas ambiciosas de investimentos é questionada.

3.7 A ÉPOCA DE OURO DO CINEMA BRASILEIRO

Os filmes ditos artísticos permaneceram representados e entre 1955 e 1959 são produzidos 11 filmes neste estilo. Como precursores do que viria a ser futuramente o movimento Cinema Novo, destacam-se Nelson Pereira dos Santos com “Rio 40 Graus”, influenciado pelo neo-realismo italiano e Walter Hugo Khuri, com “Vidas Secas”, em 1963, iniciando a exploração da “Estética do Sertão”. A produção de filmes se incrementa e partir de 1960 são produzidos em média 30 filmes ao ano, nos mais variados gêneros.

Em 1961, além da projeção do jovem cineasta Glauber Rocha, surge no Rio de Janeiro um dos mais importantes movimentos da cinematográfica nacional, o Cinema Novo, uma opção estética e politicamente diferenciada. Com este movimento, o cinema de autor começa a se afirmar como expressão da cultura nacional e como instrumento de denúncia social, em oposição ao cinema comercial. Infelizmente, pelo motivo de conter um forte apelo ideológico e contestador, o

Cinema Novo não agrada às platéias populares, acostumadas a um outro estilo, mais descontraído, de cinema nacional.

Em 1962 "O Pagador de Promessas", de Anselmo Duarte é premiado no Festival de Cannes. Apesar disso a falta de audiência se agrava e o cinema nacional começa a perder público. Alguns filmes de baixo orçamento continuam a ser produzidos, com atores amadores e ao melhor estilo Glauber Rocha de "uma câmara na mão e uma idéia na cabeça". O público brasileiro começa a migrar para a televisão, como parte de um processo de fortalecimento de uma nova indústria cultural no país. Dá-se o declínio do Cinema Novo se instala uma crise de criatividade no setor, com os financiamentos se tornando cada vez mais escassos.

As alternativas encontradas residem nas produções do Cinema Marginal, de posição contestadora, com elementos pregados pela contracultura, mas encerrados em uma narrativa mais acessível que no Cinema Novo, e nas produções pouco convencionais da Boca do Lixo, com as comédias eróticas. É a hora dos filmes de baixo orçamento e com temática popular,

Os filmes eróticos foram uma boa alternativa para a manutenção da produção cinematográfica e mesmo sofrendo uma perseguição implacável da censura o cinema conseguiu driblar a falta de público até o início da década de 80 quando, com o final da censura, passou a produzir filmes de sexo explícito, chegando próximo a 500 títulos em um curto período. A crise econômica do início dos anos 80 e a invasão de filmes de sexo explícito foram fatais para o esquema de produção, distribuição e exibição da Boca do Lixo.

3.8 EMBRAFILME: A PARCERIA ENTRE O PÚBLICO E O PRIVADO

No final de 1966 o governo cria o Instituto Nacional de Cinema (INC), que apesar de subordinado ao Ministério da Educação e Cultura, contava com autonomia técnica, administrativa e financeira para formular e executar a política governamental relativa ao processo de produção, importação, distribuição e exibição de filmes no Brasil e no exterior. Suas receitas eram oriundas das taxas de exibição de filmes no circuito comercial e do resultado de bilheteria. Em 1969 os recursos do INC são transferidos para a recém-criada Empresa Brasileira de Filmes S.A. (Embrafilme), sendo este extinto em 1975.

Idealizada pelo Ministro do regime militar Roberto Campos, a Embrafilme era uma empresa de capital misto, tendo a União como a sua maior acionista. Sua trajetória pode ser dividida em três partes: a primeira, da sua criação até 1974, com a ampliação das suas atividades. Nesta etapa houve a tentativa de definição do papel que a empresa deveria desempenhar para desenvolver o cinema nacional. Durante esta fase a empresa funcionou como um apêndice do INC e entre suas atividades estavam a distribuição e a divulgação do filme brasileiro no exterior. Em 1970 ela passa a exercer a função de financiamento de filmes, o que a fortaleceu. Em 1973 obteve autorização para distribuir filmes comerciais em território brasileiro. Ou seja, controlava a produção e comercialização de filmes. O filme “São Bernardo”, de Leon Hirszman, foi a primeira produção da Embrafilme e teve um bom desempenho comercial.

A segunda fase seria um modelo de transição no período de 1974 a 1985. Foi uma fase onde houve uma grande expansão do cinema brasileiro nas telas. O cineasta Roberto Farias assume a direção da empresa e novas regras são estabelecidas. As produções passam a receber da empresa no máximo 30% do valor do seu orçamento, o qual não poderia ultrapassar o valor de 2200 salários mínimos vigentes. Foram estabelecidas novas formas de apoio ao produtor, como avanços de bilheteria sobre os filmes brasileiros em exibição. Tais medidas fortalecem a empresa e permite uma profissionalização maior, com controles mais precisos, melhorando a capacidade dos filmes nacionais de competirem com as produções norte-americanas. Vários filmes nacionais atingem grande audiência. Em 1975 a Embrafilme absorve totalmente as atividades do INC, que por sua vez havia assumido as atribuições do INCE. Foi um período prolífico para o cinema nacional, o qual, apesar de curto, gerou boas fitas em termos artísticos e de aceitação popular, levando 50 milhões de espectadores aos cinemas para assistirem aos filmes nacionais.

No início dos anos de 1980 uma série de problemas de ordem política afeta a empresa, gerando um esvaziamento desta pelo motivo de um boicote do governo militar. Tal situação ocorre na Nova República, onde Celso Furtado, então ministro da Cultura justificou uma reestruturação do modelo de funcionamento da Embrafilme. Esta reestruturação apenas ajudou a decretar o esgotamento de um modelo de financiamento à produção, marcando a última fase da Embrafilme, de

1986 a 1991, quando o então presidente Fernando Collor de Mello, com um discurso que apontava para a necessidade de inserção na lógica de mercado, apenas formaliza o inevitável, esvaziando-a política e financeiramente. O Ministério Cultura é rebaixado à condição de Secretaria da Cultura, ficando diretamente ligada ao gabinete da Presidência da República. O primeiro a assumir o cargo de secretário de Cultura foi Ipojuca Pontes, um jornalista e cineasta com a visão de que a extinção da Embrafilme era coerente com a proposta de choque de modernidade que o governo pretendia implementar no país. Em função da política do governo de não cumprimento dos contratos, vários filmes foram interrompidos e outros sofreram sérios problemas nas suas produções. Isto decreta o final de uma empresa que chegara a ocupar aproximadamente 35% do mercado cinematográfico nacional e alcançar em torno de 50 milhões de espectadores para os filmes brasileiros.

4 A RETOMADA DO CINEMA BRASILEIRO

Este capítulo traz informações sobre a cadeia produtiva do cinema no Brasil durante a última década, período caracterizado pela retomada das produções e reestruturação do setor audiovisual, buscando evidenciar pela análise do seu desempenho, o impacto sócio-econômico dos instrumentos de fomento ao cinema nacional, suas características estruturais e eventuais distorções observadas. Esta análise é embasada nos números e estatísticas de mercado constantes nos relatórios anuais de gestão da Ancine, além dos trabalhos de **ALMEIDA** e **BUTCHER** (2003), **LEITE** (2005), entre outras referências.

Na década de 1990 o Brasil sofre uma profunda transformação estrutural no seu setor cinematográfico. Tanto os aspectos técnicos quanto estéticos e mercadológicos são afetados e suas consequências são percebidas tanto no elo da realização de filmes, onde os subsídios estatais das leis de incentivo vieram a substituir os investimentos diretos, quanto nas outras atividades do setor, complementares e fundamentais ao perfeito funcionamento da sua cadeia produtiva. A distribuição de filmes passa a contar com uma estrutura mais capitalista, abandonando o modelo estatal e assumindo um formato de parcerias internacionais, as quais também se beneficiam das leis de incentivo e a exibição (talvez o ponto nevrálgico de todo o sistema), com a entrada de novos investimentos de grupos nacionais e estrangeiros, inicia um processo de recuperação de uma decadência de anos.

O fato é que os resultados do desenvolvimento destes três pilares da cadeia produtiva do setor cinematográfico brasileiro apresentam uma grande expansão no período de 1997 a 2005, apesar desta ocorrer de maneira irregular, criando assim uma expectativa positiva sobre a possibilidade do início de um ciclo de expansão sustentável da indústria cinematográfica brasileira. O público total registrado neste período aponta um salto de 2,5 milhões de espectadores dos filmes nacionais para aproximadamente 22 milhões, ou seja, quase dez vezes maior em um período de seis anos, além de significar em 2003 mais de 20% do mercado, o qual saltou de 52 milhões para quase 103 milhões de espectadores neste mesmo intervalo de tempo, gerando uma renda total em torno de R\$ 650 milhões. Estes

números não eram atingidos desde 1989 e representaram em 2003, somente no tocante à renda das bilheterias, mais de 2% do PIB brasileiro (R\$ 1,5 bilhões).

Os resultados impressionantes de 2003 garantiram ao fim do ano uma arrecadação total de bilheteria de R\$ 134 milhões, representando um crescimento de aproximadamente 205% em público e 220% em renda, se comparados ao mesmo período de 2002. Neste intervalo o mercado como um todo cresceu 13% em público e 22% em renda. Os filmes brasileiros tiveram grande importância na expansão do mercado cinematográfico no Brasil, pois foram capazes de atrair um público que se encontrava afastado dos cinemas.

Em 2004 estes números sofreram uma retração e o público total de filmes nacionais cai 26%, totalizando cerca de 16 milhões de espectadores, perfazendo uma participação de 14,3% num público total de quase 115 milhões de pessoas e gerando uma renda de aproximadamente R\$ 110 milhões. Em 2005, com 42 lançamentos, estes valores caem ainda mais, totalizando próximo de R\$ 77,5 milhões, com um público total em torno de 11,3 milhões de espectadores, ficando abaixo do total captado que foi de aproximadamente R\$ 88,3 milhões.

4.1 MUDANÇAS ESTRUTURAIS: O ESTADO ENTRA EM CENA

Com a demissão do jornalista e cineasta Ipojuca Pontes da recém-criada secretaria da Cultura e sua substituição pelo respeitado embaixador Sérgio Paulo Rouanet, foram envidados esforços para recuperar o setor cultural brasileiro, em especial o cinema nacional, então deteriorado. Várias consultas públicas e conversas com os mais variados setores sinalizaram a necessidade do Estado assumir a responsabilidade pela recuperação da atividade cultural. Após muitos diálogos e a passagem pelos trâmites legais, a secretaria de Cultura implanta a Lei Rouanet, dando início a um processo mais amplo de desenvolvimento de todo um arcabouço legal baseado na renúncia fiscal, uma vez que outras leis similares aguardavam aprovações, em todas as esferas do governo (federal, estaduais e municipais), ampliando assim, o alcance desta política. Isto ocorre ao longo da década de 1990, nos governos de Itamar Franco e Fernando Henrique Cardoso, em paralelo como o processo de recuperação da atividade cinematográfica.

Em 2001 fora criada pela medida provisória MP nº. 2228-1 a Agência Nacional de Cinema (Ancine) com o objetivo de fomentar, regular e fiscalizar a atividade cinematográfica no país, sendo mais tarde ampliada, sob protestos das TVs abertas, para toda a atividade audiovisual brasileira. A agência inicia suas atividades subordinada à Casa Civil, mas posteriormente fica submetida ao Ministério da Cultura, após vários embates ideológicos acerca da sua natureza e mais uma vez sob protestos dos que defendiam a sua subordinação ao Ministério da Indústria e Comércio. Mais uma vez entra em cena o dualismo entre as funções culturais e econômicas do cinema.

Uma vez estabelecida, a Ancine fica responsável pela aprovação de projetos de longa-metragem, séries e telefilmes, apresentados por produtoras que queiram se beneficiar dos incentivos previstos na Lei nº. 8.313/91, também conhecida como Lei Rouanet. O art. 25 da Lei Rouanet, onde se enquadram estes projetos, permite o abatimento de 30% no Imposto de Renda devido, quando na forma de patrocínio e 40% quando doação, limitado a 4% do imposto devido. Permite ainda a contabilização do valor investido como despesa operacional. O patrocinador pessoa física também pode se beneficiar do abatimento do valor investido.

Já a Lei no. 8.685, conhecida como Lei do Audiovisual tem dois dispositivos principais, quais sejam: o artigo 1º, que possibilita uma dedução de até 3% do total do imposto de renda devido pela empresa, para a aplicação dos recursos em produções audiovisuais; o artigo 3º, que incentiva as distribuidoras estrangeiras a investir na produção nacional, permitindo a dedução de até 70% do imposto sobre a remessa de lucros ao exterior. A implementação prática da política de incentivos fiscais obedece a princípios muito diversos, sendo fundamentada na transferência para agentes privados e empresas públicas a iniciativa de escolha e investimento em projetos. Esta lei é, sem dúvida, a maior arrecadadora de recursos e financiadora do cinema brasileiro, pois no período de 1995 a 2005 arrecadou em torno de R\$ 655 milhões em valores nominais, os quais, quando corrigidos pelo Índice Geral de Preços de Mercadorias da Fundação Getúlio Vargas (IGPM/FGV) atinge aproximadamente R\$ 1,05 bilhões no período, somando-se os recursos oriundos dos dois artigos. Seu pico de arrecadação foi o ano de 1997, com a soma de R\$ 183 milhões em valores atuais (corrigidos pelo IGPM/FGV).

A mesma medida provisória que criou a Ancine também estabelece mecanismos de arrecadação complementar como a Contribuição para o desenvolvimento do cinema brasileiro (Condecine), com o intuito de fomentar a atividade de produção audiovisual brasileira e também custear a instituição. O artigo 32 desta medida provisória determina que toda obra audiovisual (nacional ou estrangeira – inclusive de publicidade) deve antes de sua exibição ser registrada na Ancine e recolher uma contribuição, cujos valores variam em função do tipo de obra e do mercado a que se destina. Em 2003 foram arrecadados R\$ 19,5 milhões, representando um aumento de quase 200% em relação ao ano de 2002 e em 2004 este valor salta para R\$ 26,4 milhões. Segundo a Ancine, estes valores arrecadados vêm aumentando em razão da informatização dos registros, a qual possibilitou a aferição sistemática dos pagamentos e da cobrança junto às empresas que efetuam registros sem o devido recolhimento da contribuição.

No artigo 39 da MP nº. 2228-1 a contribuição a ser recolhida é de 11% sobre o crédito ou remessa para o exterior dos rendimentos da exploração do mercado audiovisual brasileiro. Esta contribuição (Condecine 11%) só deve ser paga, caso não seja utilizado o benefício previsto no art. 3º da Lei nº. 8685/93. Este mecanismo fez com que a utilização deste benefício fiscal, no ano de 2003, crescesse cerca de 200% em relação ao ano anterior. Este mesmo artigo também isenta do pagamento da “Condecine 11%”, as programadoras de TV por assinatura que invistam 3% do valor da remessa referente à sua remuneração, na co-produção de obras audiovisuais, cujos projetos sejam aprovados pela Ancine. Este mecanismo vem permitindo que a produção nacional seja incorporada na grade de programação destas empresas, podendo também ser exibido na grade das programadoras de TV no exterior. Em 2003 foram arrecadados R\$ 10,3 milhões no Artigo 39, aumentando consideravelmente em 2004, para R\$ 16,8 milhões, sofrendo uma pequena contração em 2005, fechando o ano em torno de R\$ 15 milhões.

Existem também outras formas de subvenção, que apesar de inovadoras para o setor, são muito pouco representativas, não contribuindo significativamente com a atividade. Uma delas são os Fundos de Investimento em Cinema (Funcines), os quais poderiam ser considerados como a base para o início de processo de criação de uma indústria audiovisual capitalista propriamente dita. Trata-se de um mecanismo inovador de financiamento criado pela Ancine e pela Comissão de

Valores Mobiliários (CVM), destinados à produção e distribuição de obras audiovisuais brasileiras, à reforma ou construção de salas de exibição e à compra de ações de empresas de capital aberto voltadas para as atividades do setor. Os projetos em que os Funcines estarão autorizados a investir devem ser aprovados pela Ancine e serão operados como uma sociedade de investidores, organizada por uma instituição financeira, onde cada investidor entra com os recursos que quiser investir, adquirindo cotas de uma carteira que tem perfil pré-definido. Todo o valor investido poderá ser computado como despesa operacional, além do abatimento no Imposto de Renda devido, de um percentual do valor investido. Este mecanismo teve seu primeiro fundo em operação somente em 2005, captando neste ano apenas um milhão de reais.

Outra forma de financiamento é a conversão de dívida, onde o governo recompra de títulos da dívida da união antecipadamente pelo valor de face do título a uma determinada taxa de desconto. Apesar de não arrecadar uma quantia expressiva, este dispositivo teve boa aceitação em épocas de inflação alta, perfazendo uma quantia arrecadada próxima de R\$ 18,4 milhões (em valores corrigidos) entre os anos de 1999 e 2003.

4.2 CADEIA PRODUTIVA: O IMPACTO DAS LEIS NO SETOR AUDIOVISUAL

A nova política demorou cerca de dois anos para apresentar os primeiros resultados, sendo que em 1995 chegou a 15 títulos lançados, aumentado continuamente até chegar à casa dos 30 lançamentos anuais de 2000 a 2003 e 50 filmes em 2004, fechando 2005 com 37 títulos nacionais lançados. De 1995 a 2005 foram captados R\$ 950 milhões, em valores nominais, para a produção audiovisual por intermédio destas leis de incentivo. Estes valores, quando corrigidos pelo índice IGPM/FGV perfazem uma quantia de R\$ 1,5 bilhão, totalizando aproximadamente 250 filmes de longa metragem, além de curtas-metragens e médias-metragens, produzidos em sua maioria por novos cineastas e produtores independentes.

O número de espectadores, ou seja, o público de cinema nacional também teve uma evolução correspondente. Desta forma, o retorno das produções reaqueceu o mercado, trazendo uma recuperação, modernização e ampliação do parque de serviços e infra-estrutura cinematográfica, como laboratórios de cópias e

revelação e de estúdios de pós-produção (finalização e áudio). Trouxe também a recuperação dos profissionais, os quais, em sua maioria, haviam se transferido para o mercado publicitário e televisivo, além de criar novos postos de trabalho, totalizando em 2003 algo em torno de 4000 profissionais diretamente ligados à produção cinematográfica no Brasil.

4.2.1 O Elo da Produção

A produção cinematográfica brasileira vem aumentando significativamente desde o aparecimento das leis de incentivo fiscal, sendo que nos primeiros três anos (entre 1995 e 1997), cerca de 120 filmes foram produzidos. Somente no ano de 1997, quando ocorreu o auge da aprovação de recursos, foram revertidos para a produção cinematográfica R\$ 75 milhões via artigo 1º. da Lei do Audiovisual, R\$ 3,8 milhões via artigo 3º e mais R\$ 40 milhões via Lei Rouanet, totalizando quase R\$ 120 milhões, em valores nominais. Porém, em 1998 este valor cai praticamente pela metade, e em 2000 o total revertido para a produção é pouco maior que R\$ 50 milhões, recuperando-se a partir de 2001, tendo seu pico em 2004, chegando a R\$ 145,2 milhões, valores captados no conjunto das leis.

O marco da Retomada foi o filme “Carlota Joaquina – Princesa do Brasil” (1995) de Carla Camurati (atriz e cineasta brasileira), chegando a mais de um milhão de ingressos vendidos. Neste mesmo ano, “O Quatrilho”, de Fábio Barreto, vendeu mais de 1,1 milhão de ingressos no Brasil, sendo também responsável pelo reinício da exposição no exterior da produção brasileira, tendo participado de diversos festivais internacionais, concorrendo, inclusive, ao Oscar como melhor produção estrangeira. A visibilidade, tanto interna quanto externa dos filmes brasileiros cresceu, fazendo com que, já em 1997 o filme “O Que é isso companheiro?”, de Bruno Barreto, conseguisse a distribuição nos Estados Unidos pela Miramax (distribuidora norte-americana) e em seguida também fosse indicado ao Oscar de melhor produção estrangeira.

A partir daí a trajetória das produções brasileiras cresceu, despertando o interesse de grandes empresas como a própria Miramax, a Sony Classics (as quais dividiram os direitos de exibição internacional do filme Central do Brasil, de Walter Salles), a Buena Vista e a Fox, além da Globo Filmes (empresa subsidiária da Rede

Globo, criada em 1997) que adquiriram os direitos de distribuição e em alguns casos, co-produziram com produtoras nacionais.

De fato, a operação com cinema da Globo Filmes não é exatamente significativa para a Rede Globo, se comparada ao volume de negócios da empresa no meio televisivo. Entretanto, trata-se de um negócio estratégico para a empresa, principalmente a médio e longo prazos, sendo que esta está demarcando o seu terreno e se preparando para uma prenunciada revolução de mídias, oriunda das tecnologias digitais e mudanças comportamentais da sociedade contemporânea.

O uso de estéticas e temas associados aos programas de televisão e de atores e atrizes “estrelas” na melhor fórmula “hollywoodiana” garante, em certa medida, algum sucesso para os filmes de lançamento nacional. Neste quesito ainda a Globo Filmes ganha certa vantagem em função de contratos de exclusividade com as celebridades de novelas e programas televisivos da TV Globo, devidamente exploradas pelos produtores. Também vale destacar que o forte poder de mídia para a divulgação dos lançamentos é decisivo para o bom desempenho de bilheteria dos filmes dos quais a empresa participa como co-produtora.

4.2.2 O Elo da Distribuição

De fundamental importância para a cadeia produtiva do audiovisual, o elo da distribuição é possivelmente o que mais sofreu transformações no período da retomada. Além da participação direta do Estado, com a criação da distribuidora carioca Riofilme e da profusão de produtoras independentes nos anos 90, o artigo 3º da Lei do Audiovisual permitiu, não apenas a entrada das grandes *Majors* norte-americanas no setor da comercialização, como também a participação destas empresas nas produções, pela possibilidade de direcionamento de recursos fiscais para a co-produção de filmes. Isto significa uma possibilidade de participar simultaneamente de duas etapas, amarrando os resultados das produções à exclusividade de aquisição dos direitos de distribuição.

Com menores proporções tanto em orçamento como em abrangência, a Riofilme iniciou investimentos no cinema brasileiro estabelecendo uma carteira de finalização, co-produção e distribuição, além de retomar o trabalho de difusão internacional, buscando espaço em festivais do mundo, de forma similar à operação

da antiga Embrafilme. Dentro das suas limitações, sua operação nos primeiros anos foi dedicada à finalização e ao lançamento dos títulos que tiveram seus processos de produção e comercialização interrompidos com o ocaso da Embrafilme, seguindo com um forte trabalho de recuperação institucional do cinema brasileiro. Em 1998 a Riofilme lançou em a parceria com a distribuidora independente Lumière, o filme “Central do Brasil” de Walter Salles, conseguindo vender quase de 1,6 milhões de ingressos, seu melhor resultado até 2005.

O processo encontrou paralelo na iniciativa privada, onde várias distribuidoras independentes se estabeleceram, como a própria Lumière que chegara ao mercado em 1991 com o objetivo principal de lançar títulos europeus e independentes americanos e logo se associou ao filme nacional e ao Consórcio Severiano Ribeiro & Marcondes (CSR&M). Este, por sua vez, estabelecido em 1990 para o lançamento de filmes independentes brasileiros, entraram no mercado.

Seguindo esta tendência, as grandes distribuidoras norte-americanas começaram a investir no cinema brasileiro, aproveitando-se da vantagem do artigo 3º da Lei do Audiovisual. A pioneira foi a Columbia, que estava em fase de estruturação financeira e tinha seu interesse inicial mais voltado aos benefícios fiscais sobre as remessas de lucro ao exterior do que aos resultados comerciais imediatos. Com os primeiros resultados positivos, essa situação se ampliou e fez com que outras companhias como a Fox, a Warner e em menor escala, a Buena Vista e a UIP, acompanhassem a onda. Com a entrada destas empresas houve uma grande evolução na organização da oferta dos filmes nacionais no mercado. Tal organização teve início na própria seleção de títulos a serem apoiados por essas distribuidoras, cujos critérios estão certamente relacionados à qualidade e às possibilidades comerciais dos filmes e às suas estratégias de marketing e comercialização junto aos exibidores.

Daí em diante o desenho do mercado se alterou, pois, detendo 50% dos títulos, as grandes empresas norte-americanas controlam, portanto, quase 90% do público de cinema no Brasil. A Columbia destaca-se por deter 50% do mercado, sendo que em 2005 atingiu este percentual apenas com o lançamento do filme “Dois Filhos de Francisco”, de Breno Silveira (Conspiração Filmes), ou seja, 5,5 milhões de espectadores. Dentre as distribuidoras brasileiras, destacam-se o grupo Severiano Ribeiro (maior grupo exibidor do país) e a Paris Filmes, que somados os resultados

de bilheteria das duas empresas no período de 1995 a 2004, estes não atingem 20% dos resultados da Columbia no mesmo intervalo de tempo.

Esta nova configuração da estrutura de distribuição elevou anualmente o público do cinema brasileiro chegando, no ano 2000, à casa dos 7 milhões de espectadores, representando próximo de 10% do mercado e mais recentemente, em 2003, chegou à incrível marca de 22 milhões de espectadores, significando mais de 20% de participação no mercado. Dois anos depois estes números sofrem uma redução de 50% pois em 2005 o público do cinema nacional foi de 11 milhões de espectadores.

Por outro lado, o restabelecimento do cinema brasileiro demonstrou que investimentos na comercialização se tornariam cada vez mais necessários para o sucesso dos filmes. Sabe-se, hoje, que esta é uma das etapas mais dispendiosas da vida de uma produção, representando algo em torno de 20% a 50% do orçamento de um filme. Segundo ALMEIDA e BUTCHER (2003, p. 46), o custo médio do lançamento de um filme brasileiro está estimado em torno de R\$ 1,5 milhão e para cobrir esse gasto o produtor e o distribuidor necessitam de aproximadamente 900 mil espectadores para o filme.

Sendo os custos de divulgação cada vez mais elevados e necessários, a entrada da Globo Filmes no ramo do cinema, em 1997, garantiu a vários títulos uma importante penetração na mídia televisiva, facilitando a etapa de comercialização. As dez maiores bilheterias de 2003 contavam com a participação da Globofilmes como co-produtora. Sucessos como “Dois Filhos de Francisco” (2005), que levara 5,5 milhões de pessoas aos cinemas, “Carandiru” (2003) com 4,7 milhões de espectadores e “Cidade de Deus” (2002), com 3,3 milhões – as maiores bilheterias da retomada – certamente não teriam a mesma repercussão sem a exposição de mídia a que se submeteram, graças à co-produção da Globofilmes.

Todavia, existem outras formas de distribuição do conteúdo que podem facilitar a amortização dos investimentos realizados e que estão sendo cada vez mais utilizadas. Segundo o relatório da Secretaria do Audiovisual – Diagnóstico Governamental da Cadeia Produtiva do Audiovisual, em 2000 apenas 25% da receita total de um filme provinha da sua exibição nas salas de cinema. Portanto, não se deve considerar apenas como alternativa secundária a possibilidade de veiculação em outras mídias como a televisão, tanto aberta como a TV a cabo,

distribuição de vídeo no formato de DVD e VHS, além da globalizada e democrática mídia que mais cresce, a Internet. São janelas com um potencial de retorno expressivo dentro da expectativa de comercialização, divulgação e remuneração do negócio. Além disso, não pode ser esquecida a possibilidade de distribuição internacional do conteúdo, estratégia magistralmente utilizada pelos norte-americanos.

4.2.3 O Elo da Exibição

Das três etapas fundamentais do setor, a única que cresceu sem incentivos fiscais foi a exibição. Todos os investimentos foram basicamente de capital privado, nacional ou estrangeiro, sendo que este último veio com a abertura da economia mundial, a qual acelerou a integração vertical da indústria do cinema.

O exibidor nacional fora forçado a reagir, com recursos próprios, à chegada da concorrência estrangeira (Cinemark em 1997), a qual proporcionou uma grande evolução no mercado cinematográfico brasileiro. Um novo conceito de exibição foi implantado – o multiplex – aumentando a oferta de salas, com diferencial de conforto e tecnologia, além da prestação de serviços profissionais diferenciados num único e amplo espaço. No Brasil, como já havia acontecido com os EUA e a Europa, o multiplex desempenhou e vem desempenhando papel fundamental na recuperação do hábito de ir ao cinema, revigorando um mercado que se encontrava deprimido por causa da concorrência com o entretenimento doméstico (*Home Video* e TV a cabo).

Com a chegada do multiplex no Brasil, o parque exibidor saiu de uma situação de retração, na qual houve o fechamento de muitos cinemas de rua e a transferência das salas para dentro de *shopping centers*, num período em que quesitos como segurança e oferta de lazer concentrado para toda a família num único espaço passaram a fazer diferença na decisão do consumidor. A partir de 1997 houve a fixação definitiva do novo conceito de cinemas multiplex.

O processo de renovação do elo da exibição teve início em 1995. Ajudado pelo Plano Real e pelas medidas econômicas que determinaram a passagem da URV para o Real, o preço médio do ingresso (p.m.i.) no Brasil foi reajustado pelos exibidores. Desta forma, mesmo com um número reduzido de salas, o setor da

exibição conseguiu a arrecadação de seus cinemas em cerca de US\$ 200 milhões por ano.

Enquanto nos EUA o p.m.i. estava no patamar de US\$ 4,20 (atualmente está em torno de US\$ 5,60), no Brasil ele nunca havia ultrapassado a marca de US\$ 2,00. Mas, em 1995, com a equiparação cambial, o Brasil passou a ter um p.m.i. superior a US\$ 4,50 (em 2004 fechou em torno de US\$ 2,46). Foi nessa época que se iniciou o processo de elitização que mudou radicalmente o perfil do espectador de cinema no Brasil.

Entre 1997 e 2001, mais de 600 salas foram abertas no Brasil, representando investimentos internacionais da ordem de US\$ 210 milhões e nacionais em torno de US\$ 30 milhões, totalizando uma injeção de US\$ 240 milhões no setor, em valores nominais. Este processo continua em expansão, pois, em 2004 o BNDES anunciou um projeto para o financiamento de construção e instalação de salas de exibição, fechando 2004 com 1997 salas, 180 (10%) a mais que o ano anterior. Além de deste recurso, o elo da exibição pôde contar com mais um aliado, as novas tecnologias que permitem a exibição no formato digital, barateando a instalação de salas, inclusive fora dos grandes centros urbanos. Ao final de 2004, 81 salas de exibição estavam equipadas com este tipo de tecnologia.

4.3 AS DISFUNÇÕES DO MODELO DE INCENTIVOS FISCAIS

O sistema de financiamento proporcionado pela Lei do Audiovisual foi fundamental para a retomada da produção cinematográfica do Brasil. Contudo, apesar de significativo, os objetivos de estimular a comercialização dos filmes produzidos e também capitalizar as empresas produtoras independentes não têm sido alcançados. Segundo relatórios da Ancine (2005), durante o período de 1995 a 2004, dos 207 filmes de longa metragem de ficção concluídos e lançados comercialmente, somente 54 obtiveram um resultado de bilheteria superior aos seus recursos captados via leis de incentivo. Ou seja, 75% destes filmes foram mal sucedidos comercialmente. No caso dos filmes documentários, de 52 filmes lançados e exibidos no mesmo período, apenas 17 obtiveram bilheteria acima dos recursos captados. Paralelamente a isso, tal modelo inflacionou os custos de produção dos filmes, chegando a provocar uma saturação do mercado de compra e

venda de certificados audiovisuais, em função da falta de mecanismos mais rigorosos de aprovação de projetos. Isto gerou uma dispersão de recursos entre projetos com baixa probabilidade de execução. Além disso, mesmo com o início em 2002 da atuação da Ancine, o processo de qualificação e classificação de projetos para receberem autorização de captação recursos segue, na avaliação por parte do Estado, critérios puramente artísticos e de retorno social. Ou seja, não são avaliados pela sua capacidade de retorno financeiro (e nem deveriam mesmo em se tratando de financiamento público). Porém, por este motivo, ocorre uma enorme concentração onde apenas poucos títulos de poucas empresas que investem em divulgação e distribuição (normalmente associadas aos grandes grupos de mídia e às *Majors* internacionais) conseguem um enorme sucesso de bilheteria e conseqüente, retorno financeiro. Mesmo assim, muitos destes filmes apresentam qualidade artística questionável. A estética adotada em muito se aproxima com os modelos de entretenimento televisivos, o que também serve para garantir o sucesso dos lançamentos, os quais, estrategicamente são pensados para um melhor desempenho em todas as mídias de exibição (cinema, TV e *Home Video*). Filmes com as temáticas das telenovelas e oriundos de séries televisivas garantem um bom sucesso de público.

Também é importante frisar que, para um bom desempenho da atividade cinematográfica, é fundamental a presença de uma forte distribuição. Neste ponto, o artigo 3º da Lei do Audiovisual, mesmo tendo apresentado resultados positivos, não foi suficiente para absorver a totalidade da produção. Isto fez com que alguns dos títulos lançados não tivessem um bom desempenho nas bilheterias pela falta de uma estrutura e recursos capazes de estabelecer um lançamento diferenciado e criativo.

Ainda com relação ao uso das leis, as empresas estatais têm preferido investir por intermédio da Lei Rouanet, pois o Certificado de Investimento negociado na Lei do Audiovisual é um ativo que deve ser incorporado na sua contabilidade, além de ser um ativo que não tem relação com os objetivos da empresa. Já a Lei Rouanet é um investimento sobre forma de patrocínio, que parece se adequar mais ao perfil destas empresas estatais.

Além das questões associadas diretamente ao uso das leis de incentivo ao cinema, também vale a pena destacar o fato de que a expansão observada em muito se deve a uma apropriação da linguagem televisiva por conta da produção

cinematográfica. Ou seja, o formato popular dos programas televisivos e da teledramaturgia são as fórmulas para garantir público, degradando a qualidade artística e empobrecendo o discurso e a estética cinematográfica, tornando esta apenas uma extensão da popular televisão aberta nacional.

Outro fator negativo está associado à exibição, pois, com o advento dos multiplexes, ocorre uma restrição do acesso aos filmes por parte das faixas sociais mais baixas, não freqüentadoras dos *shopping centers*, não somente pelos custos dos ingressos, mas principalmente por imputar a inviabilidade do modelo dos “cinemas de rua”.

5 CONCLUSÃO

Desde o seu início, o cinema brasileiro depara com as dificuldades inerentes ao desenvolvimento deste setor produtivo e seus encadeamentos. Vários movimentos artísticos e políticas culturais foram realizados com o intuito de promover não somente uma identidade cultural, mas também condições para a criação de uma indústria cinematográfica. Alguns êxitos importantes foram alcançados nos dois sentidos, entretanto, nenhum deles de forma sustentável.

Historicamente, apesar da criatividade do brasileiro e da qualidade artística em muitas fases do cinema nacional, as produções pecavam em qualidade técnica. A estética explorada nas narrativas apresentadas nos filmes, em pouco valorizavam a cultura nacional e tampouco tinham características de entretenimento para a exploração comercial, salvo nas chanchadas e no cinema erótico da Boca do Lixo. Em meados do século XX ocorreram alguns movimentos no sentido de estruturar o setor, passando pela “Época de Ouro” dos grandes estúdios nacionais (Cinédia, Atlântida e Vera Cruz) e pelo “Cinema Novo” – que teve em Glauber Rocha seu maior ícone – culminando no sistema de fomento à produção e à distribuição, estruturado sobre a Embrafilme, período no qual a cinematografia brasileira encontrou seu maior nível de desenvolvimento, chegando a produzir mais de cem filmes de longa metragem por ano. Entretanto, nenhum destes modelos encontrou sustentação e no início dos anos 90 o setor sofreu uma grande desarticulação com a decadência e ruptura da Embrafilme. Já em meados da mesma década, com o advento da legislação de incentivo à atividade, iniciou-se um processo de revitalização da produção cinematográfica brasileira contemporânea, sendo o fenômeno denominado como “A Retomada”, tornando-se esta, seu marco histórico.

Após o período de estagnação da atividade cinematográfica nacional iniciou-se um processo de reestruturação do mercado pelos mecanismos de financiamento propostos pelas leis de incentivo federais – as quais têm como premissa a renúncia fiscal – criando condições para que os três setores básicos que compõem o mercado de produção audiovisual – produção, distribuição e exibição – tivessem um crescimento significativo e se mantivessem com esta tendência.

Em função de uma maior dependência de financiamento, os resultados mais expressivos atribuídos aos mecanismos de incentivo ocorreram na atividade de

produção, a qual estava completamente desestruturada, tendo a maior parte dos seus recursos humanos migrado para as atividades de publicidade e produção televisiva. Apesar de uma inflexão na disponibilidade dos recursos, atribuída aos problemas macroeconômicos, a produção nacional vem se recuperando ao longo dos anos, chegando em 2003 a uma forte participação de mercado (22%), movimentando cerca de R\$ 134 milhões em bilheteria sofrendo posteriormente uma queda nos anos de 2004 e 2005. Além disso, o surgimento de uma nova “safra” de cineastas permite a criação de uma base futura de qualificação técnica e artística.

No setor da distribuição, os recursos da nova legislação também tiveram inicialmente um bom impacto. Isto possibilitou principalmente a permanência dos recursos financeiros oriundos dos resultados das empresas estrangeiras que atuam no setor, direcionando-os para investimentos na atividade de produção.

Na esfera da exibição, a reestruturação se deve muito mais ao advento das salas multiplex, que aos mecanismos de financiamento público propriamente dito. Todavia, esta atividade é de grande importância para o crescimento da produção nacional e apesar de ter havido uma mudança na cultura de consumo de cinema, em parte atribuída à retomada das produções nacionais, esta não foi suficiente para resolver a concorrência da cinematografia brasileira com as grandes produções norte-americanas (*blockbusters*). Estas são, em grande medida, um empecilho ao desenvolvimento do mercado, uma vez que têm prioridade em salas comerciais, a janela de exibição onde se concentra quase a totalidade das produções cinematográficas nacionais.

Com a criação da Ancine, o governo faz a tentativa de não somente fomentar, como também, regular e fiscalizar o setor. Suas medidas prevêm a criação de um cenário onde o mercado se encarregue da função econômico-financeira, principalmente no tocante aos investimentos e financiamento da produção comercial. Em contrapartida, o Estado agiria na correção das distorções e desenvolveria plenamente sua função cultural e artística, a qual na maioria das vezes, carece de patrocinadores.

Mesmo com os grandes progressos que vêm ocorrendo pelo novo modelo de financiamento do setor, especialmente com os resultados dos últimos cinco anos, não é possível dizer que está estabelecida uma condição de auto-sustentabilidade no setor – a qual dificilmente ocorrerá mesmo com o advento de uma indústria

propriamente estabelecida, uma vez que sempre haverá a necessidade de intervenção e apoio do Estado. Os dados analisados demonstram que ainda falta muito para classificar a atividade cinematográfica brasileira como uma indústria independente, sem que se amplie este conceito para toda a cadeia produtiva do audiovisual, incluindo as produções televisivas e publicitárias, as quais além de consolidadas, auxiliam na manutenção do próprio setor cinematográfico, contribuindo não somente com recursos financeiros (Condecine), mas com toda uma estrutura técnica e capital humano.

Tal afirmação advém principalmente do fato de existir uma grande dependência da subvenção estatal, por parte do setor cinematográfico, para o financiamento das suas atividades – conforme verificado na análise dos dados pertinentes às leis de incentivo – e pelo hiato existente entre a estrutura produtiva e a organização de mercado nacional, o qual consome, principalmente, produtos da indústria de entretenimento norte-americana.

Em poucas palavras, o cinema nacional carece de uma estrutura de exploração comercial auto-suficiente e a dependência da subvenção nacional retira todo e qualquer compromisso com o resultado econômico e financeiro das produções, desestimulando investimentos e alimentando uma indiferença aos riscos. Isto ocorre pelo fato de o Estado assumir o ônus das produções muitas vezes sem retorno ou falidas, cujo subterfúgio seria possibilitar uma pseudo expressão artística e cultural.

Ora, se o Estado tem entre suas funções a promoção e difusão da educação e da cultura, assim como a regulação da atividade econômica, então deve haver um contra-senso nesta relação, pois, se por um lado financia a produção cinematográfica, mesmo que sem garantias do seu retorno social, por outro, contribui para a concentração de um setor oligopolístico por natureza.

A responsabilidade assumida pelo governo o torna o maior investidor em cinema no Brasil, por meio das empresas estatais e leis de renúncia fiscal. Num país onde a produção cinematográfica depende basicamente da subvenção estatal para a sua sobrevivência, nunca haverá o interesse de se criar uma indústria auto-sustentável, com retornos não somente sociais como também econômicos.

Em suma, o grande conflito vivido pela sociedade e principalmente pelo governo está associado ao equacionamento da produção audiovisual brasileira, de

maneira a promover resultados no âmbito artístico, paralelamente à viabilidade econômica do setor e suas externalidades positivas. Diante disso, o problema consiste em conciliar a subvenção à atividade intelectual paralelamente às possibilidades de desenvolvimento de um setor que se sustenta por meio da exploração econômica do entretenimento, ou seja, da indústria cultural. Isto significa que os retornos sociais não dependem somente de uma função ou de outra. Os objetivos não são antagônicos e ao contrário, são complementares e interdependentes, devendo coexistir de forma a fortalecer o setor.

Apesar dos problemas serem de caráter estrutural, medidas como a operacionalização dos Funcines, o incremento de empresas independentes participando da fase de produção e comercialização, o financiamento para a ampliação das salas de exibição (tanto comerciais como de arte), a busca por janelas de exibição alternativas – como a própria televisão, o investimento em formação e qualificação profissional e a internacionalização do comércio dos filmes brasileiros são de enorme importância para a continuidade e crescimento da boa fase vivida atualmente pelo cinema nacional na direção da sua independência e sustentabilidade.

Assim como o capital se apropriou da linguagem e da estética cinematográfica para se reproduzir e superar alguns conflitos inerentes ao próprio sistema capitalista, o cinema poderia se apropriar do capital para se desenvolver e expandir-se não somente como mercadoria, mas principalmente como meio de comunicação, expandindo os seus lucros não somente para o capital, mas para toda a sociedade. Ou seja, seria uma inter-relação de ganhos mútuos, com retorno não somente econômico-financeiro, mas também social, tendo o Estado como regulador e mediador para fomentar a atividade e eliminar possíveis imperfeições e irregularidades inerentes ao setor cinematográfico.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W. *Indústria Cultural e Sociedade*. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA (BRASIL). *Relatório de Gestão Exercício de 2003*. Brasília. 2003.

_____. *Relatório de Gestão Exercício de 2004*. Brasília. 2004.

_____. *Relatório de Gestão Exercício de 2005*. Brasília. 2005.

ALMEIDA, Paulo S.; BUTCHER, Pedro. *CINEMA: Desenvolvimento e Mercado*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2003.

BAUDRILLARD, Jean. *A Sociedade de Consumo*. Lisboa: Edições 70, 2005.

BENJAMIN, Walter. *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica*. São Paulo: Brasiliense, 1994.

BERNARDET, Jean-Claude. *O Que é Cinema*. São Paulo: Brasiliense, 2000.

BRASIL. Ministério da Cultura. Secretaria do Audiovisual. *Diagnóstico Governamental da Cadeia Produtiva do Audiovisual*. Brasília. 2000.

COELHO, Teixeira. *O que é Indústria Cultural*. 1. ed. reimp. São Paulo: Brasiliense, 2000.

DEBORD, Guy. *A Sociedade do Espetáculo*. 1. ed. reimp. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

GOMES, Paulo Emílio Salles. *Cinema: Trajetória no Subdesenvolvimento*. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

HOBBSBAWN, Eric. *A Era dos Extremos: O Breve Século XX 1914 – 1991*. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

LEITE, Sidney Ferreira. *Cinema Brasileiro: Das origens à Retomada*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2005.

MARCUSE, Herbert. *A Arte na Sociedade Unidimensional*. In LIMA, Luiz C. (Org.). *Teoria da Cultura de Massa*. 7. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2005. p. 259-270.

MORAES, Denis (Org.). *Por uma outra comunicação*. Rio de Janeiro: Record, 2003.

MORIN, Edgar. *Cultura de Massas no Século XX: Vol 1 Neurose*. 9 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005.

PANOFSKY, Erwin. **Estilo e Meio no Filme**. In LIMA, Luiz C. (Org.). **Teoria da Cultura de Massa**. 7. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2005. p. 345-364.

RAMOS, Fernão; MIRANDA, Luiz Felipe (org.). **Enciclopédia do Cinema Brasileiro**. São Paulo, Ed. SENAC, 2000.

ROSENFELD, Anatol. **Cinema: Arte & Indústria**. São Paulo: Editora Perspectiva, 2002.

SIMIS, Anita. **Estado e Cinema no Brasil**. São Paulo: Annablume, 1996.

XAVIER, Ismail. **O Cinema Brasileiro Moderno**. São Paulo: Paz e Terra, 2001.