



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA  
INSTITUTO DE HUMANIDADES, ARTES E CIÊNCIAS  
PROFESSOR MILTON SANTOS  
PROGRAMA MULTIDISCIPLINAR DE PÓS-GRADUAÇÃO EM  
CULTURA E SOCIEDADE**

**ANDRÉ RICARDO ARAUJO VIRGENS**

**CINEMA E INDÚSTRIA: a experiência dos polos de produção cinematográfica brasileiros**

**SALVADOR  
2014**

**ANDRÉ RICARDO ARAUJO VIRGENS**

**CINEMA E INDÚSTRIA: a experiência dos polos de produção cinematográfica brasileiros**

Dissertação apresentada ao Programa Multidisciplinar de Pós-graduação em Cultura e Sociedade do Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Professor Milton Santos, como parte dos requisitos para obtenção do grau de Mestre.

**Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dra. Clarissa Bittencourt de Pinho e Braga**

**SALVADOR  
2014**

**Sistema de Bibliotecas da UFBA**

Virgens, André Ricardo Araujo.

Cinema e indústria: a experiência dos polos de produção cinematográfica brasileiros / André Ricardo Araujo Virgens. - 2015.

129 f.: il.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Clarissa Bittencourt de Pinho e Braga.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal da Bahia, Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Professor Milton Santos, Salvador, 2014.

1. Indústria cinematográfica - Brasil. 2. Cinema - Brasil. 3. Cinema - Produção e direção.  
4. Indústria cultural. I. Braga, Clarissa Bittencourt de Pinho e. II. Universidade Federal da Bahia.  
Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Professor Milton Santos. III. Título.

CDD - 791.430981

CDU - 791.43(81)



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA  
IHAC- INSTITUTO DE HUMANIDADES, ARTES E  
CIÊNCIAS PROFESSOR MILTON SANTOS  
PROGRAMA MULTIDISCIPLINAR DE PÓS-GRADUAÇÃO EM  
CULTURA & SOCIEDADE


ANDRÉ RICARDO ARAÚJO VIRGENS

CINEMA E INDÚSTRIA: A EXPERIÊNCIA DOS PÓLOS DE  
PRODUÇÃO CINEMATOGRAFICA NO BRASIL

Dissertação apresentada ao Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade da Universidade Federal da Bahia como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Cultura e Sociedade, na Linha de Pesquisa Cultura e Desenvolvimento em 15 de julho de 2014, foi aprovada pela comissão formada pelos professores:

  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Clarissa Bittencourt de P. e Braga

  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Marise Berta de Souza

  
Prof. Dr. Paulo Cesar Miguez de Oliveira

## RESUMO

Na tentativa de estruturar um modelo de produção em larga escala de cinema no Brasil, nos últimos anos, o país tem presenciado a expansão de um formato de incentivo à produção audiovisual com a criação de polos locais, que visam, entre outros objetivos, aliar o incremento da produção com a adoção de políticas de fomento concentradas em determinado território (município ou conjunto integrado de municípios). Assim, este trabalho tem como objetivo aprofundar as discussões sobre esse fenômeno em três etapas: em primeiro lugar, localizando-o em torno da relação cinema e indústria; em segundo, traçando um breve histórico dos modelos de produção já adotados no país; e, por fim, a partir desse panorama histórico, discutir experiências contemporâneas no Brasil, que tentam consolidar uma produção em larga escala a partir de estruturação de polos locais. Para tal, analisamos as experiências adotadas nas cidades do Rio de Janeiro-RJ, de Brasília-DF e de Paulínia - SP.

**Palavras-chave:** Indústria cultural. Economia da cultura. Cinema brasileiro. Polos de produção cinematográfica.

## ABSTRACT

Within the context of an attempt to structure a model for large-scale production of cinema in Brazil, in recent years, the country has witnessed the expansion of a format to encourage audiovisual production from the creation of local centers. They try to combine increased production with the adoption of developing politicals in a specific territory. Thus, this study aims to deepen discussions on this phenomenon in three stages: first, locating them around the relationship film and industry. In second place, tracing a brief history of production models already adopted in the country. And finally, from this historical overview, discuss the most contemporary experiences created in Brazil, that try to consolidate a large-scale production from structuring local poles. To this, we analyze the experiences adopted in the cities of Rio de Janeiro, Brasilia and Paulínia.

**Keywords:** Cultural industry. Economy of culture. Brazilian cinema. Cinematographic production poles.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

|            |   |     |
|------------|---|-----|
| Gráfico 01 | Filmes produzidos no Brasil 1901-1920.....  | 46  |
| Gráfico 02 | Filmes produzidos no Brasil 1921-1930.....  | 47  |
| Gráfico 03 | Produção de longas-metragens no Brasil 1921-1960.....   | 57  |
| Gráfico 04 | Produção de longas-metragens no Brasil 1951-1960.....   | 58  |
| Gráfico 05 | Evolução anual na produção de filmes brasileiros por estado da Federação entre 1995 e 2012 (produção cinematográfica regional)..... | 70  |
| Figura 01  | Banner de divulgação da RioFilme.....   | 90  |
| Figura 02  | Polo Cinematográfico do Rio de Janeiro: estrutura institucional de fomento.....   | 92  |
| Figura 03  | Polo Cinematográfico de Brasília/Sobradinho: estrutura institucional de fomento.....  | 104 |
| Figura 04  | Fachada do Theatro Municipal de Paulínia Paulo Gracindo.  | 107 |
| Figura 05  | Fachada do Paço Municipal de Paulínia.....  | 108 |
| Figura 06  | Vista geral do Rodoshopping.....  | 108 |
| Figura 07  | Polo Cinematográfico de Paulínia: estrutura institucional de fomento.....   | 119 |

## LISTA DE TABELAS

|           |   |     |
|-----------|---|-----|
| Tabela 01 | Quadro analítico da pesquisa.....   | 18  |
| Tabela 02 | Participação da Embrafilme no mercado de cinema brasileiro.....                       | 62  |
| Tabela 03 | Quadro comparativo da produção de filmes entre Embrafilme e Boca do Lixo.....         | 64  |
| Tabela 04 | Produção de filmes brasileiros por estado da federação entre 1995 e 2012.....         | 70  |
| Tabela 05 | Marco legal – Polo audiovisual do Rio de Janeiro.....                                 | 80  |
| Tabela 06 | Marco legal – Polo de cinema e vídeo do Distrito Federal...                           | 97  |
| Tabela 07 | Evolução demográfica do município de Paulínia e Região Metropolitana de Campinas..... | 106 |
| Tabela 08 | Marco legal – Polo Cinematográfico de Paulínia.....                                   | 112 |



## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

|            |   |
|------------|---|
| ABPITV     | Associação Brasileira de Produtoras Independentes de Televisão                                |
| ABRAFIC    | Associação Brasileira de <i>Film Comissions</i>   |
| ANCINE     | Agência Nacional do Cinema  |
| BsbFC      | Brasília <i>Film Comission</i>  |
| CONCIVI/DF | Conselho Diretor do Programa de Desenvolvimento do Polo de Cinema e Vídeo do Distrito Federal |
| DF         | Distrito Federal  |
| EMBRAFILME | Empresa Brasileira de Filmes S.A.   |
| FAC        | Fundo de Apoio à Cultura do Distrito Federal  |
| FGV        | Fundação Getúlio Vargas   |
| FSA        | Fundo Setorial do Audiovisual   |
| GEIC       | Grupo de Estudos da Indústria Cinematográfica   |
| GEICINE    | Grupo Executivo da Indústria Cinematográfica  |
| IDHM       | Índice de Desenvolvimento Humano Municipal  |
| INC        | Instituto Nacional de Cinema  |
| INCE       | Instituto Nacional de Cinema Educativo  |
| IPTU       | Imposto sobre Propriedade Predial e Territorial Urbana  |
| LATC       | <i>Latin-america Training Center</i>  |
| MINC       | Ministério da Cultura   |
| MPAA       | <i>Motion Pictures Association of America</i>   |
| MPEAA      | <i>Motion Picture Export Association of America</i>   |
| OMC        | Organização Mundial do Comércio   |
| PPP        | Parceria Público/Privada  |
| PNUD       | Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento   |

|          |  |
|----------|--|
| REPLAN   | Refinaria de Paulínia  |
| UNESCO   | Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura |
| SAV/Minc | Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura             |
| SEBRAE   | Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas       |
| SENAC    | Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial                     |
| SENAI    | Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial                    |
| SICAV    | Sindicato Interestadual da Indústria Audiovisual               |
| SICAV-RJ | Sindicato da Indústria do Audiovisual do Rio de Janeiro        |
| TCE-SP   | Tribunal de Contas do Estado de São Paulo                      |
| TSE      | Tribunal Superior Eleitoral                                    |
| UFF      | Universidade Federal Fluminense                                |
| UnB      | Universidade de Brasília                                       |
| USP      | Universidade de São Paulo                                      |

## SUMÁRIO

|   |     |
|---|-----|
| <b>1. INTRODUÇÃO</b> .....  | 11  |
| <b>2. METODOLOGIA</b> .....   | 14  |
| <b>3. CULTURA, INDÚSTRIA E ECONOMIA</b> .....                             | 19  |
| 3.1. OS PRIMÓDIOS DA RELAÇÃO CULTURA E MERCADO .....                      | 20  |
| 3.2. CINEMA, INDÚSTRIA E MERCADO: REFLEXÕES SOBRE ESSAS<br>RELAÇÕES ..... | 27  |
| 3.3. <i>AN AMERICAN DREAM</i> : O SONHO HOLLYWOODIANO .....               | 33  |
| <b>4. CINEMA INDUSTRIAL BRASILEIRO: UTOPIA OU REALIDADE</b> ....          | 41  |
| 4.1. O PARADIGMA DA INDÚSTRIA NO CINEMA BRASILEIRO .....                  | 41  |
| 4.2. OS PRIMÓDIOS .....   | 44  |
| 4.3. OS ESTÚDIOS .....  | 48  |
| 4.4. A ERA DOS EXTREMOS: DO ESTADO À BOCA DO LIXO .....                   | 59  |
| 4.5. O MODELO NEOLIBERAL .....  | 65  |
| 4.6. CONCLUSÕES INICIAIS.....   | 71  |
| <b>5. AS NOVAS HOLLYWOODS BRASILEIRAS</b> .....                           | 74  |
| 5.1. RIO DE JANEIRO – “CAPITAL AUDIOVISUAL DA AMÉRICA<br>LATINA” .....    | 75  |
| 5.1.1. Contexto .....   | 75  |
| 5.1.2. Histórico .....  | 76  |
| 5.1.3. Natureza .....   | 81  |
| 5.1.4. Informantes .....  | 87  |
| 5.1.5. Conclusões iniciais .....  | 89  |
| 5.2. BRASÍLIA – “A CAPITAL DO TURISMO CINEMATOGRAFICO” .....              | 93  |
| 5.2.1. Contexto .....   | 93  |
| 5.2.2. Histórico .....  | 93  |
| 5.2.3. Natureza .....   | 98  |
| 5.2.4. Informantes. ....  | 101 |
| 5.2.5. Conclusões iniciais .....  | 103 |

|   |     |
|---|-----|
| 5.3. PAULÍNIA – “A NOVA HOLLYWOOD BRASILEIRA” ..... | 105 |
| 5.3.1. Contexto .....                               | 105 |
| 5.3.2. Histórico .....                              | 109 |
| 5.3.3. Natureza .....                               | 113 |
| 5.3.4. Festival de cinema .....                     | 115 |
| 5.3.4. Informantes .....                            | 116 |
| 5.3.5. Conclusões iniciais .....                    | 117 |
| <br>  |     |
| 6. CONCLUSÕES .....                                 | 120 |
| <br>  |     |
| REFERÊNCIAS .....                                   | 123 |

## 1 INTRODUÇÃO

Quando comparado com outras artes e apesar de seu pouco tempo de surgimento e de configuração como tal, o cinema foi uma das primeiras expressões culturais a se enquadrar em padrões “industriais” de produção, com sua posterior inserção na cadeia de produção e circulação de mercadorias.

Quando o rádio se estabelece como mídia, durante a década de 20, o cinema já havia consolidado o seu *status* de indústria com operações em escala planetária e a formação dos primeiros grandes impérios que controlavam as áreas de produção distribuição e exibição. (SILVA, 2009, p. 52)

Apesar de se reconhecer a importância desse fenômeno, essa é uma questão ainda pouco problematizada, especialmente no campo da produção. Diversas pesquisas apontam a importância do setor cinematográfico como gerador e disseminador de símbolos e ideologias, entretanto, a configuração concreta da cadeia cinematográfica é um campo de estudos que ainda carece de discussões mais aprofundadas.

Num contexto de hegemonia das práticas adotadas por Hollywoodiano, tanto do ponto de vista do modo de produção, quanto da construção de linguagem e expressão, diversos países têm buscado, historicamente, assegurar uma posição privilegiada para suas cinematografias nacionais, tendo em vista a importância cada vez maior do audiovisual na construção de valores e bens simbólicos e na geração de divisas comerciais. No Brasil, não foi diferente.

É um fato que o país nunca conseguiu construir uma indústria sólida, entretanto, diversas experiências surgiram com essa finalidade. A primeira delas data do início do Século XX, com a produção incentivada pelos donos de salas de exibição – e que originou a chamada “Bela Época” do cinema nacional. Posteriormente, com a criação de estúdios privados, como a Cinédia, a Atlântida e a Vera Cruz, entre os anos 30 e 50. Em seguida, com a atuação direta do Estado através da criação da Embrafilme – Empresa Brasileira de Filmes S/A ou, mais recentemente, com o advento das leis de incentivo e com uma intersecção cada vez mais forte entre televisão e cinema.

Nesse contexto, um novo fenômeno tem sido percebido no país, com a criação de Polos Cinematográficos<sup>1</sup>, especialmente em cidades pequenas e médias. Numa pesquisa

---

<sup>1</sup> Ou “polos de audiovisual”, a depender da abrangência da proposta, mas é importante salientar que focaremos nossa análise na produção cinematográfica, tendo em vista que o campo “audiovisual”, no qual se inserem a produção televisiva e outras mídias, tornariam o escopo deste trabalho bastante amplo.

prévia, realizada ainda no momento de escrita do projeto que originou esta pesquisa, mapeamos iniciativas dessa natureza em implementação em três regiões: Paulínia - SP, Cataguases - MG - e Viamão -RS. Somadas a elas, incluímos a cidade do Rio de Janeiro, que sedia o mais antigo polo de produção do país, datado de 1986, e o Distrito Federal (com ações nas cidades de Brasília e Sobradinho), concebido no início dos anos 90.

Importante ressaltar que esses locais foram listados a partir de um critério que levou em consideração o mapeamento daquelas cidades/ regiões onde o desenvolvimento dessas experiências se processa com a adoção de políticas institucionalizadas no campo cinematográfico. Consideramos que essa institucionalização se apresenta de duas formas: com a existência de uma estrutura organizacional, que é responsável pela manutenção/gestão desse polo local, com a criação e a vigência de marcos legais fundacionais e reguladores de sua dinâmica de funcionamento e de planejamentos operacionais e relatórios de gestão.

Interessa-nos, aqui, pensar não apenas sobre o desenvolvimento de ações para o fomento ao audiovisual regional, mas também entender como esse fenômeno acontece quando sua estruturação ganha corpo de política pública reconhecida e mediada por governos (municipais, estaduais e/ou municipais), pelo mercado e por agentes do campo audiovisual. Essa opção metodológica denota, também, uma posição do autor sobre o que poderia ser entendido como um “polo de produção cinematográfica”. Consideramos que essa é uma reflexão importante, pois, nos últimos anos, tem sido cada vez mais comum surgirem notícias e relatos sobre a constituição de novos polos de produção no país. Entretanto, para além da realização de ações pontuais, partimos de uma ideia, *a priori*, de que a constituição de um polo perpassa a conjunção de uma série de ações estratégicas e continuadas. Isso significa que ele se constitui dentro de uma política de longo prazo, cuja característica fundadora é a existência de marcos legais desse processo.

Assim, não optamos por discutir sobre outros centros de produção importantes do país, tais como São Paulo-SP, Recife-PE, Salvador-BA e Fortaleza-CE (apenas para citar alguns exemplos) que, apesar de fazer investimentos importantes no campo audiovisual, através de editais de fomento específicos, não têm, em nossa opinião *apriorística*, uma política estratégica-institucional de fomento ao audiovisual que contemple os dois critérios citados antes: estrutura de gestão e marcos de planejamento, regulação e gerenciamento.

Importante frisar que, das cinco iniciativas listadas, optamos por aprofundar as discussões em torno de três delas: Rio de Janeiro - RJ; Sobradinho - DF - e Paulínia - SP. Optamos por esse recorte para que pudéssemos analisar as três experiências que estão há mais tempo em funcionamento no país e /ou que tenham mais subsídios para debate, tendo em vista

que, devido ao prazo e aos limites deste trabalho, não conseguiríamos debater, de forma satisfatória, os cinco exemplos citados.

Para fazer essas reflexões, dividimos a pesquisa em três etapas (que se configuram, também, nos três capítulos desta dissertação). Na primeira, discutimos sobre como se desenvolveu a relação entre cultura e mercado, a partir das contribuições de autores como Raymond Williams, Pierre Bourdieu, Theodor Adorno, dentre outros; na segunda, fizemos um recorte específico sobre a relação do campo cinematográfico com a economia e discutimos sobre como se deu sua configuração como mercado; e na terceira, apresentamos um panorama do surgimento e do desenvolvimento de Hollywood, que se configurou como parâmetro para discussões e práticas em torno da construção/ manutenção de um padrão hegemônico de produção cinematográfica.

Partindo para o segundo capítulo, abordamos, especificamente, através de pesquisa historiográfica, a estruturação do campo cinematográfico no Brasil. Mas, como estamos nos atendo a uma discussão sobre modelos de produção, apresentamos os principais marcos da produção cinematográfica a partir das diferentes experiências que tentaram dotar o país de uma produção sistemática e consistente.

Por fim, o terceiro capítulo foca o estudo de casos múltiplos a que se propõe este trabalho, apresentando a concepção de estruturação de um polo de produção tendo como marco inicial a criação da experiência do Rio de Janeiro, nos anos 80, e como essa concepção se espalhou pelo país nos anos 90 e 2000. Também localizamos esse fenômeno da constituição de polos como mais um capítulo, na tentativa de consolidar um modelo de produção em larga escala no país.

A forma como fizemos essa abordagem e como cada campo teórico foi apropriado para a realização dessas reflexões serão mais bem abordados no capítulo seguinte, que apresenta a metodologia adotada nesta pesquisa.

## 2 METODOLOGIA

Devido à natureza e ao objeto de reflexão deste trabalho, ele se enquadra, do ponto de vista metodológico, em uma estratégia de análise de estudo de casos múltiplos, ou de caso coletivo (discutiremos com mais detalhes sobre essa terminologia a seguir). Yin (2001, p. 32 e 33) refere que o estudo de caso é aquele que

investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos. (...) Em outras palavras, o estudo de caso como estratégia de pesquisa compreende um método que abrange tudo - com a lógica de planejamento incorporando abordagens específicas à coleta de dados e à análise de dados.

Nesse contexto, o estudo de caso coletivo surge como uma forma de se estudarem casos diversos em conjunto, podendo, ou não, subsidiar generalizações teóricas e replicações para outros estudos a partir de seus resultados.

No contexto dos casos coletivos (ou múltiplos), Yin (2001, p. 69) salienta a importância de os objetos de estudo serem escolhidos com base numa lógica de replicabilidade. Ou seja,

cada caso deve ser cuidadosamente selecionado de forma a: a) prever resultados semelhantes (uma replicação literal); ou b) produzir resultados contrastantes apenas por razões previsíveis (uma replicação teórica). (...) Se os casos forem, de alguma forma, contraditórios, as proposições iniciais deverão ser revisadas e testadas novamente com outro conjunto de casos.

Por fim, ele divide o andamento de uma pesquisa de estudo de caso em três grandes momentos: em primeiro lugar, “definição e planejamento”, que engloba o processo de desenvolvimento da teoria, da seleção de casos e da definição de protocolos de análise; em segundo, o processo de preparação, coleta e análise, que engloba a condução de coleta de dados dos estudos de caso e realização de seus respectivos relatórios individuais; e o processo de análise e conclusão, com o cruzamento das conclusões entre os casos, sua replicação na revisão teórica, a reflexão das implicações políticas dos resultados e a produção de um relatório final dos dados cruzados. É justamente esse passo a passo que adotamos para o andamento desta pesquisa.

Em relação ao primeiro passo - definição e planejamento - realizamos o mesmo durante o processo de construção e revisão do projeto de pesquisa, a partir do recorte do



problema a ser estudado – os polos de produção cinematográfica no Brasil – os campos teóricos que deram base para essas reflexões – como a sociologia da cultura, a economia da cultura e a história do cinema brasileiro – e a delimitação da metodologia de trabalho a partir de uma concepção desse trabalho como estudo de casos múltiplos.

Para o processo de coleta e análise, lançamos mão de uma busca bibliográfica de produções cujo objeto de pesquisa fossem temas correlatos e/ou que integrassem o campo da economia do audiovisual, com foco no campo cinematográfico, com pesquisas e dados coletados por instituições públicas e privadas, como o Ministério da Cultura e seus órgãos vinculados; o Itaú Cultural; o SEBRAE; a Filme B e a FGV. Além disso, Também procuramos dados produzidos pelos órgãos responsáveis pela gestão dos polos pesquisados, como secretarias de cultura, *film commissions* e seus respectivos planos e relatórios de gestão, além de informações oficiais contidas em documentos públicos, como os diários oficiais dos municípios.

Por fim, buscamos dados complementares através de visitas de campo, aproveitando, especialmente, períodos de realização de festivais e eventos organizados nas próprias cidades escolhidas para o desenvolvimento deste estudo. Para tal, participamos do 45º Festival de Brasília do Cinema Brasileiro e do Seminário Estratégias para o Desenvolvimento das Pequenas Empresas do Audiovisual Brasileiro, que integrou sua programação oficial em setembro de 2013 e, do Festival do Rio, em outubro de 2013, do workshop “*Film Comissions*”, realizado no *Rio Market*, braço do festival voltado para os negócios no campo audiovisual, e do *RioContentMarket*, evento voltado para o mercado de televisão e mídias digitais, realizado no Rio de Janeiro entre 12 e 14 de março de 2014.

Como não havia previsão de realização do Festival de Cinema de Paulínia em 2013, fizemos uma visita técnica à cidade, nos dias 04 e 05 de abril daquele ano, quando pudemos conhecer a infraestrutura implantada na região e dialogar com Cíntia Santos, representante da Secretaria de Cultura.

E, por fim, na etapa de análise e conclusão, buscamos dar unidade a esse processo a partir do método da triangulação de dados. Yin aponta que

(...) a triangulação consiste em fundamento lógico para se utilizar várias fontes de evidência, permitindo o desenvolvimento de linhas convergentes de investigação e que os dados obtidos à luz de sua análise se tornem mais acurados e convincentes. (Yin, 2005 *apud* BOEHS e MAFFEZZOLLI, 2008, p. 103).

Nesse contexto, Boehs e MAFFEZZOLLI (2008, p. 103), a partir de revisão de literatura, apontam que o processo de triangulação pode ocorrer de quatro formas: triangulação de dados (confrontação de dados de fontes diversas); triangulação de investigadores (com a confrontação da visão de diferentes pesquisadores sobre um mesmo tema); triangulação teórica (confrontação do fenômeno pesquisado por diferentes campos teóricos); e a triangulação metodológica (com a utilização de diferentes métodos de pesquisa e o domínio de suas respectivas aplicações).

Com base nessas reflexões sobre a ideia de triangulação, poderíamos dizer que a triangulação metodológica já é intrínseca à gênese do trabalho, tendo em vista que, desde sua concepção original, já apontávamos para a utilização (e confrontação/ complementação) de diferentes métodos de pesquisa, como o historiográfico, o bibliográfico e a coleta de informações em campo. Isso, por conseguinte, gera a triangulação de dados, a partir das informações coletadas por esses diferentes métodos que serão sintetizados no decorrer da análise. Entretanto, vale enfatizar a importância das outras três triangulações: a teórica, a de investigadores e a de dados.

Quanto à triangulação teórica, é importante salientar que este trabalho, que se localiza na discussão sobre a relação entre cultura e economia, foi realizado com base na discussão a partir de dois campos de estudos: a economia política da comunicação e da cultura e a economia da cultura. O primeiro campo foi escolhido por já desenvolver, desde os seus primórdios, reflexões em torno da relação mercado e cultura. Com forte influência marxista. Foi em seu âmbito que se desenvolveram leituras críticas sobre essa relação, com o desenvolvimento, por exemplo, da noção de indústria cultural por Adorno e Horkheimer, ou da relação entre arte e reprodutibilidade de Benjamin, mas que também têm sido repensadas por autores como Frederic Jameson.

De forma complementar, também lançamos mão das reflexões de Raymond Williams e sua tentativa de estruturar uma sociologia da cultura por meio de discussões sobre os modos de se produzir a arte no decorrer da história, numa perspectiva materialista que dialoga com a corrente da economia política.

Já o campo da economia da cultura é mais recente, pois surgiu a partir dos anos 90, na tentativa de superar a noção clássica de indústria cultural e de reflexão da relação entre cultura e mercado, a partir de novos marcos, como a “culturalização da mercadoria”, e desenvolvendo conceitos como indústria criativa e economia criativa. Essa é uma discussão que tem sido

fortemente fomentada por organizações governamentais - como o *British Council*<sup>2</sup>, e multilaterais - como a Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura (UNESCO).

Adotamos a estratégia da triangulação de investigadores, especialmente, porque, na segunda parte do trabalho, discutiremos sobre como a relação entre o cinema e a indústria vem sendo discutida teoricamente, sobretudo no contexto brasileiro. Para isso, confrontaremos autores como Jean Claude Bernadet, Arthur Autran, Lia Bahia Cesário e Daniella Pfeiffer, apenas para citar alguns exemplos de autores que têm se debruçado sobre esse tema e trazido diferentes enfoques sobre a questão. Ou seja, fizemos uma análise panorâmica sobre como essa corrente de estudos vem se desenvolvendo no Brasil. A triangulação de dados será feita por meio da sistematização dos dados obtidos durante a primeira e a segunda etapa do trabalho.

Em relação à caracterização dos estudos de caso, Stake comenta que, em geral, eles analisam determinado fenômeno considerando cinco aspectos principais: sua natureza; seu histórico; seu contexto (físico, econômico, político, legal, estético etc.); os outros casos pelos quais é reconhecido; e os informantes pelos quais pode ser reconhecido.

Tendo em vista esses aspectos, estruturamos categorias de análise que norteiam o processo de coleta de dados a partir das diferentes técnicas e fontes de pesquisa adotadas (relatórios de gestão, materiais informativos, pesquisas e estudos etc.) e que servem como norte para sistematizar e apresentar as informações obtidas.

---

<sup>2</sup> Instituição vinculada ao governo do Reino Unido, responsável por ações de cooperação internacional nas áreas de educação e cultura. Fonte: <[www.britishcouncil.org.br](http://www.britishcouncil.org.br)>.

**Tabela 01** – Quadro analítico da pesquisa

|  |  |
|--|--|
| <b>1) Contexto</b>                               | a) Contexto geral das regiões analisadas (políticas, sociais, econômicas e culturais);   |
| <b>2) Histórico</b>                              | b) Histórico (origem e desenvolvimento do polo/ contexto histórico de criação);<br>c) Marco legal  |
| <b>3) Natureza</b>                               | d) Arranjo institucional/ modelo de gestão;<br>e) Infraestrutura construída;<br>f) Projetos implementados;<br>g) Montante investido;<br>h) Relação com outros elos da cadeia;<br>i) Resultados auferidos (número de filmes produzidos e de pessoas envolvidas etc.). |
| <b>4) Informantes</b>                            | j) Agentes envolvidos (públicos, privados e do terceiro setor);  |
| <b>5) Outros casos pelos quais é reconhecido</b> | <i>Não se aplica, tendo em vista que os “outros casos” são, justamente, os objetos da análise de múltiplos casos.</i>  |

Assim, a partir desses parâmetros, pudemos analisar cada caso separadamente e perceber traços que aproximam e afastam essas diferentes experiências contemporâneas de produção cinematográfica no Brasil.

### 3 CULTURA, INDÚSTRIA E ECONOMIA

Neste capítulo, apresentamos um panorama histórico e conceitual das correntes teóricas que tentaram refletir sobre as relações entre economia, indústria e cultura. Essa discussão é feita, especialmente, a partir de dois campos do conhecimento: a economia política da comunicação, com o desenvolvimento e a crítica ao conceito de indústria cultural, e o campo mais recente da economia da cultura.

Em seguida, focamos as discussões, especificamente, a partir de teóricos que discutem sobre a conformação do cinema como indústria, algo que, para alguns atores, faz parte de sua própria gênese. E, por fim, fazemos uma abordagem sobre o modelo hollywoodiano como modelo hegemônico, representando o melhor exemplo da relação entre cinema e modelo industrial de produção.

Não é recente a tentativa de discutir sobre as implicações trazidas por uma aproximação entre o campo cultural com as esferas da economia e do mercado. Essas reflexões deram origem a importantes temas e conceitos – como o mais conhecido, “indústria cultural”, ou outros mais recentes, como a “indústria criativa” e a “economia criativa” ou “economia da cultura”. Entretanto, durante o processo de realização de pesquisa sobre como essas noções são tratadas, especificamente no campo do cinema, percebemos a existência de uma forte lacuna, porque os principais estudos sobre a ideia de uma “industrialização do cinema brasileiro” fazem mais um panorama histórico dos diferentes modos de produção experimentados no país, ao invés de discutir, *a priori* e conceitualmente, sobre o que representaria “um modelo industrial de produção cinematográfica” e como esse fenômeno teria se dado (ou não) no Brasil.

Em uma tentativa de fomentar essas discussões, acreditamos ser necessário avançar para além do senso comum, que entende a noção de “indústria” somente a partir de marcadores como “produção em larga escala” e “relação estreita com o mercado”. Esse não é um conceito homogêneo e sofreu, durante as diferentes etapas do desenvolvimento do modo de produção capitalista, influência de diferentes vertentes e concepções de atuação, como o fordismo, o taylorismo, o toyotismo, entre outros. Essa precisa distinção conceitual não é o foco do nosso trabalho, mas, certamente, vamos retomar essa problemática durante as reflexões apresentadas nesta pesquisa.

### 3.1 OS PRIMÓRDIOS DA RELAÇÃO ENTRE CULTURA E MERCADO

Como este é um trabalho que traz em seu escopo discussões sobre a economia do cinema, consideramos importante, num primeiro momento, apresentar um panorama histórico de como essas discussões se desenvolveram não apenas na área audiovisual, mas no campo cultural como um todo. Nesse sentido, interessam-nos as concepções desenvolvidas pela sociologia da cultura e que estariam, conforme aponta Raymond Williams (1992), “necessária e fundamentalmente preocupada com as práticas e produções culturais manifestas”. Para isso, esse campo de estudos requereria

novos tipos de análise social de instituições e formações especificamente culturais, e o estudo das relações concretas entre essas e os meios materiais de produção cultural, por um lado, e, por outro, as formas culturais concretas (WILLIAMS, 1992, p. 14)

Historicamente, a relação entre artistas, patronato e mercado se constituíram de diferentes maneiras até o desenvolvimento das formas contemporâneas em que artistas, produtores, Estado, mercado e públicos constituem um emaranhado complexo de relações e tensões.

Do ponto de vista da relação entre os artistas e o patronato (mantenedores), Williams fala do desenvolvimento entre eles a partir de cinco posições distintas: uma forma inicial de vinculação a uma família com base em valores como responsabilidade e honra; relações de contratação e encomenda, em que o artista era comissionado individualmente como um trabalhador profissional; proteção e manutenção, em que a relação se estabelecia por meio de troca de valores, como manutenção e honra; patrocínio, entendido como a gênese das formas comerciais modernas de mercado que se tornaram predominantes; e, por fim, um tipo de relação do público como patrono e que remonta à gênese da discussão da arte como política pública<sup>3</sup>.

Já do ponto de vista da relação entre artistas e mercado, a constituição histórica é percebida de quatro tipos diferentes de estabelecimento dessa relação. Em primeiro lugar, uma relação artesanal, em que a obra permanece sob o controle do artista em todas as etapas de feitura; a pós-artesanal, em que surge a figura do “distribuidor”, como por exemplo, no

---

<sup>3</sup> Importante salientar que Raymond Williams não acreditava numa evolução linear dessas relações. Devido a isso, ele desenvolveu as ideias de “dominante”, “residual” e “emergente” fazendo referências, respectivamente, a formas culturais hegemônicas; a formas culturais já existentes e que mantêm vestígios e traços juntamente com as formas hegemônicas; e as emergentes como formas culturais novas.

campo da literatura, em que os livreiros se transformam em editores; o profissional de mercado<sup>4</sup>, com o desenvolvimento de formas comerciais mais complexas de circulação de produtos culturais, intensificação da capitalização e o surgimento das noções de *copyright* e *royalty*; e, por fim, o profissional de mercado, com o desenvolvimento de encomendas diretas, o surgimento de conglomerados produtivos, a constituição dos meios de comunicação de massa e a intensificação do fenômeno da propaganda.

Antes de Williams tentar construir as bases desse campo, que seria denominado de “sociologia da cultura”, Adorno, Horkheimer e outros autores da chamada Teoria Crítica desenvolveriam, já nos anos 30, reflexões que abordavam, diretamente, a relação entre capitalismo e cultura, discutindo sobre o fato de as implicações da produção cultural serem cada vez mais mediadas por relações comerciais de venda e troca. É nesse contexto em que eles desenvolvem a noção de “indústria cultural”, discutindo sobre as implicações trazidas por essas relações, tanto do ponto de vista da produção quanto da fruição.

Por um lado, do ponto de vista da produção, Adorno (2002, p 23) defende que

os modernos trustes culturais são o lugar econômico onde continua, provisoriamente, a sobreviver, com os tipos correspondentes de empresários, uma parte da esfera tradicional da circulação, em vias de aniquilamento no restante da sociedade.

Ressalte-se, porém, que é em relação aos consumidores, ou fruidores, que a crítica de Adorno recai de maneira mais forte, pois, para esse autor,

quanto mais sólidas se tornam as posições da indústria cultural, tanto mais brutalmente essa pode agir sobre as necessidades dos consumidores, produzi-las, guiá-las e discipliná-las, retirar-lhes até o divertimento. (...) A indústria cultural perfidamente realizou o homem como ser genérico. Cada um é apenas aquilo que qualquer outro pode substituir: coisa fungível, um exemplar. (ADORNO, 2002, p. 41-43)

Conforme salienta Paulo Míguez (2002), a gênese do fenômeno da indústria cultural estaria diretamente relacionada à “Revolução Industrial, que se desenvolveu a partir do final

---

<sup>4</sup> É aqui que Williams percebe o surgimento de uma dicotomia que se transformaria num dos grandes paradigmas das relações sociais a partir do campo artístico, que é a distinção entre a existência de “formas autênticas” e de “formas comerciais”. As formas autênticas seriam aquelas do que se chamaria “alta cultura”, e as “formas comerciais” eram constantemente associadas às formas culturais populares. Ou seja, a gênese dessa distinção surgiu num contexto em que a burguesia industrial buscava se distinguir e se legitimar como classe, relacionando, então, distinção cultural e distinção de classe. É desse período, também, que remonta a ideia de “liberdade criadora”, ou seja, a reivindicação de parte da classe artística de que a arte deveria ser produzida de forma autônoma às demandas do mercado.

do Século XVIII na Europa”. E, de forma complementar, mas não menos importante, também teve relação direta com o desenvolvimento do modo capitalista de produção. A partir daí, “o mercado passou a desempenhar a função de intermediação entre público consumidor e criadores culturais” (MIGUEZ, 2002, p. 211).

Ainda em relação à problemática do consumo, Pierre Bourdieu (2007) apresenta essa questão a partir de outros marcos. Para ele, seria possível falar que os produtos da “indústria cultural”, que ele chama de “cultura ou arte média”, são destinados a um público, muitas vezes, qualificado de “médio”. Para o autor, seria possível falar de uma cultura média para fazer referência aos bens culturais produzidos passíveis de atingir um público socialmente heterogêneo, seja de maneira imediata ou não. Além disso, “essas obras produzidas para seu público encontram-se inteiramente definidas por ele (...) submetida às sanções do mercado” (BOURDIEU, 2007, p. 136) e a uma demanda externa.

Nesse contexto, defende que eles “obedecem aos imperativos da concorrência pela conquista de mercado, ao passo que a estrutura de seu produto decorre das condições econômicas e sociais de sua produção”. Ou seja, as características principais dessa chamada “arte média” resultariam dessas condições sociais que se relacionam com a produção desse tipo de bem simbólico, além da conjunção de outros fatores como “a procura pela rentabilidade dos investimentos, da extensão máxima do público” e o “resultado de transações entre as diferentes categorias de agentes envolvidos em um campo de produção técnica e socialmente diferenciada” (BOURDIEU, 2007, p. 137).

Walter Benjamin (2011), ainda no campo da teoria crítica, coloca novos elementos para debate, quando analisa esse novo momento da produção da cultura a partir de um elemento central: o da reprodutibilidade. Seu principal objetivo era o de discutir como a reprodutibilidade modificou o estatuto da arte e inaugurou novos paradigmas nesse processo de produção-circulação-fruição. Se, inicialmente, o estatuto da arte se dava por critérios de unicidade e autenticidade que lhe conferiam uma “aura”, essa noção é colocada em cheque com o advento das técnicas de reprodução.

O autor afirma que as técnicas de reprodução seriam um fenômeno completamente novo, que se desenvolveu ao longo da história. Se, antes, os gregos só conheciam duas técnicas de produção de cópias (a fundição e o relevo por pressão), historicamente, outras foram inventadas, utilizadas e inutilizadas em diferentes períodos históricos. Entretanto, com o desenvolvimento técnico cada vez mais intenso, no Século XX, elas atingiram tal ponto que esse fenômeno passou a provocar mudanças importantes no campo artístico. “Reproduzem-se, cada vez mais, obras de arte que foram feitas para ser reproduzidas” (BENJAMIN, 2011, p.



253). Então, a reprodução passou a fazer parte do próprio processo de produção e consumo artísticos (mesmo que Benjamin não aborde o termo “consumo”). E essa é uma das razões pelas quais ele coloca a arte cinematográfica como peça fundamental para modificar esse status da arte, aspecto que aprofundaremos mais adiante.

Nesse contexto, o autor, para além de uma visão negativa desse processo, percebe um potencial democratizante com o desenvolvimento dos mecanismos de reprodução técnica da arte. Mas, nem por isso, ele deixa de fazer críticas à experiência de vida moderna, em ensaios como “O Narrador” e “Experiência e Pobreza”.

Jameson é outro autor que traz contribuições para essa discussão, apresentando concordâncias e discordâncias com os teóricos críticos. De um lado, ele enfatiza os processos de mercantilização (transformação em mercadoria) e reificação (crescente instrumentalização, racionalização e, especialmente, diferenciação entre meios e fins) como intrínsecos ao mundo capitalista que também teria afetado o campo cultural e introduzido a “estrutura mercantil na própria forma e no conteúdo da obra de arte em si mesma” (JAMESON, 1995, p. 12). De outro, acaba considerando que

o que é insatisfatório na posição da Escola de Frankfurt não é o seu aparato negativo e crítico, e sim o valor positivo do qual depende, notadamente a valorização da alta arte modernista tradicional como o *locus* de uma produção estética ‘autônoma’, genuinamente crítica e subversiva (JAMESON, 1995, p. 14).

Com isso, Jameson não critica somente essa crença inicial de alguns autores da teoria crítica (mesmo que Adorno, por exemplo, tenha mudado de posição mais adiante) sobre a valorização de determinada expressão, como “alta cultura” e, por conseguinte, com maior valor cultural, mas também um processo de reflexão que coloca em polos opostos a “alta cultura” e a “cultura de massa”, porquanto entende que esses fenômenos devem ser compreendidos, histórica e dialeticamente, relacionados um com o outro. Mesmo fazendo uma análise crítica da apropriação do campo cultural pelo modelo capitalista de produção, ele se diferencia em sua análise, pois ainda enxerga um caráter utópico dentro da cultura de massa. O autor

nos possibilita apreender a cultura de massa não enquanto distração vazia ou “mera” falsa consciência, mas sobretudo como um trabalho transformador sobre angústias e imaginações sociais e políticas (...) (JAMESON, 1995, p. 25 e 26).

Assim, ele nos ajuda a ampliar as discussões sobre esse fenômeno, para que evitemos posições maniqueístas e o enxerguemos como palco de tensões, conflitos e paradoxos constantes.

Contemporaneamente, conforme evidencia Rubim (2007, p. 144), estamos vivendo um novo fenômeno que complexifica ainda mais esse universo, com o “crescente papel de componentes simbólicos na determinação do valor das mercadorias, mesmo sob o formato de bens materiais”, dotando produtos tidos como meramente utilitários de forte carga simbólica a partir do maior peso de campos como o design, a moda e a publicidade dentro do seu processo de feitura, que ele denomina de culturalização da mercadoria, exemplificando-o da seguinte forma:

Hoje, em um automóvel importa o design, a marca ou outros elementos simbólicos que dão distinção e prestígio ao produto e, por contágio, ao seu usuário-consumidor. Os aspectos estritamente físico-tecnológicos de sua capacidade maquinica de transportar pessoas encontra-se em um plano nitidamente secundário. (RUBIM, 2007, p. 144 e 145)

Por fim, novos termos e concepções têm sido desenvolvidos para tratar dessa questão, por meio de ideias como “indústrias criativas”, e “economia criativa”, numa atualização dessa discussão da arte e da cultura como produtos e geradores de divisas. Entretanto, é importante salientar que esses termos não são sinônimos e remetem a concepções diferenciadas sobre como acontece a relação entre cultura e mercado.

O termo indústria criativa, segundo Ana Carla Fonseca Reis (2008), teria surgido com o projeto *Creative Nation*, desenvolvido na Austrália a partir de 1994. A autora esclarece que,

entre outros elementos, esse defendia a importância do trabalho criativo, sua contribuição para a economia do país e o papel das tecnologias como aliadas da política cultural, dando margem à posterior inserção de setores tecnológicos no rol das indústrias criativas. (REIS, 2008, p. 16)

Então, a partir daí, ele passou a ser reapropriado, especialmente na Inglaterra, com uma forte atuação do *British Council* nesse debate. Assim, esse foi o conceito desenvolvido pelo grupo de trabalho *Creative Industries Mapping Document*<sup>5</sup>:

---

<sup>5</sup> Documento elaborado pelo Departamento para Cultura, Mídia e Esporte do governo britânico, com os resultados de um primeiro mapeamento das “indústrias criativas” na região e abrangendo as áreas de Antiguidades, Arquitetura, Artesanato, Artes Cênicas, Cinema, Design, Jogos eletrônicos, Mercado Editorial, Moda, Música, Publicidade, Softwares e TV e Rádio.

Em suma, as indústrias criativas são definidas por duas características fundamentais: são concebidas como atividades baseadas na criatividade individual quanto a sua capacidade de gerar propriedade intelectual (que é exportável) junto com o aproveitamento dessas como base para criação de riqueza e emprego. (SCHLESSINGER *apud* BOLAÑO, 2011, P. 70)

No que diz respeito a essas concepções desenvolvidas na Austrália e na Inglaterra, Bolaño (2011) aponta que, de forma geral, o que se percebe é uma tentativa de afastar a noção clássica de indústria cultural. Além disso, existe uma ampliação das atividades que comporiam a economia do campo cultural, entendendo como indústria criativa, também, ramos como a publicidade, softwares, games e moda, mas sem se afastar da noção tradicional de propriedade intelectual.

Entendemos, então, que, nessa primeira concepção de indústria criativa, as imbricações entre cultura e economia são “naturais” e as vinculam a uma nova vertente de desenvolvimento e ampliação de mercados, mas ainda dentro de marcos econômicos tradicionais. A partir daí, uma série de concepções alternativas começaram a ser desenvolvidas e resultaram em outros termos, como “economia criativa”. Essas mudanças e disputas conceituais têm buscado, muitas vezes, vincular a ideia de uma economia do campo cultural ou do campo da criatividade a partir de marcos diferenciados. O governo brasileiro, por exemplo, a partir da criação da Secretaria da Economia Criativa, vinculada ao Ministério da Cultura e sob a gestão de Cláudia Leitão, passou a adotar o seguinte conceito:

Os setores criativos são aqueles cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de um produto, bem ou serviço, cuja dimensão simbólica é determinante do seu valor, resultando em produção de riqueza cultural, econômica e social (MINISTÉRIO DA CULTURA, 2011).

Outras vertentes adotam um conceito ainda mais diferenciado, com o fim de vincular a ideia de economia criativa ao estímulo à produção em redes colaborativas e em marcos da chamada “cultura livre” e que questionam, diretamente, a noção de propriedade intelectual e direito de autor.

Nos últimos anos, algumas concepções foram desdobradas a partir daí, como a ideia de “cidade criativa”, que relaciona a ideia de economia criativa à dinâmica urbana. Conforme aponta Ana Carla Fonseca Reis (2011), uma possível definição para essa noção seria

---

idades que se caracterizam por processos contínuos de inovação, das mais diversas ordens. Elas se baseiam em conexões (de ideias, pessoas, regiões, intra e extraurbanas, com o mundo, entre o público e o privado, entre áreas de saber) e têm na cultura (identidade, fluxo de produção, circulação e consumo, infraestrutura, ambiente) grande fonte de criatividade e diferencial social, econômico e urbano (REIS, 2011, p. 70).

Ressalte-se, entretanto, que, sob nosso ponto de vista, todas essas concepções contemporâneas ainda carecem de amadurecimento conceitual, o que, não raras vezes, resulta em conceitos frágeis e/ou que aparentam ter apenas apelo mercadológico/marketing, ou mesmo com forte teor subjetivo (Como mensurar e/ou apontar que uma cidade é criativa? É possível ter indicadores? E com quais parâmetros de inovação e criatividade estaríamos trabalhando? Parâmetros importados dos grandes centros urbanos de países desenvolvidos ou de realidades distintas delas?). Além disso, mencionamos outro ponto de reflexão importante: o que diferenciaria, concretamente, a ideia de cidade criativa da ideia de *citymarketing*<sup>6</sup>? Mesmo que suas fontes de reflexão sejam distintas, seus parâmetros de reflexão não seriam os mesmos? Não queremos dizer que essas reflexões sejam inúteis ou desnecessárias. Ao contrário, apontamos apenas a necessidade de trabalhar essas noções de forma mais objetiva, sem a dureza das ciências exatas e sem uma subjetividade tamanha que não consigamos avaliar e discutir com base em dados mais concretos.

Assim, apesar do esforço de analisar e de conceituar diferentes pesquisadores nos últimos anos, esse é um fenômeno que ainda carece de sistematização e de estudos específicos, tanto do ponto de vista conceitual e econômico quanto da análise do circuito de produção, distribuição e consumo de bens simbólicos. A série de trabalhos já desenvolvidos na área não elimina a fragilidade em torno do conceito ou as disputas internas que ainda existem sobre esse processo de maturação analítica. E numa tentativa de incentivar o desenvolvimento dessas discussões, numa perspectiva multidisciplinar, este trabalho foi desenvolvido.

---

<sup>6</sup> Maria Isabel Branco (2011) enuncia que o *Citymarketing* “configura uma das maneiras de tornar a cidade uma mercadoria e pode ser aplicado tanto no setor público quanto no privado, pois aumenta a arrecadação e o lucro. Várias cidades no mundo e do Brasil encontraram e ainda encontram, na renovação das áreas centrais, uma estratégia para atrair atividades competitivas associadas à informação, tecnologia, finanças, lazer e turismo” (BRANCO, 20011, p. 49). Além disso, ela complementa que essa noção também está vinculada à adoção de “megaprojetos”, utilizados como estratégia de divulgação da cidade, e também como mais forma de transformação da cidade em mercadoria. Nesse sentido, destaca o papel da mídia nesse processo (na disseminação dessa concepção e no processo de divulgação de projetos dessa natureza).

### 3.2 CINEMA, INDÚSTRIA E MERCADO: REFLEXÕES SOBRE ESSAS RELAÇÕES

O mercado cinematográfico, conforme conhecemos hoje, começou a se consolidar ainda em meados do Século XX. Inicialmente hegemônico por produções europeias, especialmente francesas, italianas e alemãs, a I Guerra Mundial provocou, também, uma mudança desse cenário e fez com que os EUA despontassem como principal produtor e exportador de filmes no mundo (MATTA, 2008).

Com o aperfeiçoamento do modelo de produção em maior escala, surgiu, na França, a partir de realizadores como Georges Méliès e Charles Pathé, o período de ascensão econômica norte-americana, e o desenvolvimento do fordismo, como um modelo de produção, logo chegou à produção cinematográfica, que teria sede em *Hollywood*<sup>7</sup>. Organizar e dominar os demais elos da cadeia foi apenas uma questão de tempo.

Em relação ao desenvolvimento do modelo capitalista de produção e sua posterior apropriação do campo da cultura, João Paulo Matta (2008) aponta a “indústria cinematográfica” como precursora da indústria de entretenimento moderna. Isso porque, quando comparado com outras artes e apesar de seu pouco tempo de surgimento e configuração como tal, o cinema teria sido uma das primeiras expressões culturais a se enquadrar em padrões industriais de produção e com sua posterior inserção na cadeia de produção e circulação de mercadorias. Martin-Barbero refere que o cinema teria se configurado como “o primeiro meio massivo de uma cultura transnacional” (MARTIN-BARBERO, 2009, p. 206).

Isso significa que estudar as bases de configuração da indústria cinematográfica e de seus consequentes impactos sociais, econômicos e culturais nos ajuda a refletir sobre como se configurou, durante o Século XX, toda uma cadeia voltada para a comunicação de massa e para o entretenimento, que viram no cinema (hollywoodiano, vale ressaltar) suas bases iniciais.

Continuando essa análise, Martin-Barbero (2009) aponta duas razões principais responsáveis por essa universalização dos códigos do cinema produzido nos Estados Unidos: o desenvolvimento do *star system*<sup>8</sup> e a produção de um novo tipo de mediação entre os espectadores e os “mitos”. “A identificação com a estrela foi o lugar desse afiançamento, pois

---

<sup>7</sup> Vale lembrar que os primórdios da produção, nos EUA, surgiram na costa leste, em Nova Iorque. Entretanto, uma grande leva de produtores migrou para a costa oeste, na tentativa de fugir das taxas e impostos locais (MATTA, 2008).

<sup>8</sup> Sistema de construção de “estrelas” e “celebridades”, em que as personalidades (dos atores e das atrizes, por exemplo) ganham notoriedade e se transformam num chamariz de público com a construção da ideia de “fã”.

ali se produzia a transposição da fascinação onírica, na sala de cinema, para a idealização de valores e comportamentos fora da sala na vida cotidiana” (MARTIN-BARBERO, 2009, p. 204). Essa mediação teria na tela um dispositivo principal: a utilização do primeiro plano, que geraria aproximação e fascínio. O segundo seria pelo desenvolvimento dos gêneros cinematográficos, que o autor sintetiza da seguinte forma:

Assim, um gênero será não só um registro temático, um repertório iconográfico, um código de ação e um campo de verossimilhança, mas também um registro da *concorrência cinematográfica*, e mesmo uma oportunidade de especialização para as casas produtoras. Na época do esplendor de Hollywood, a Warner Bros. se especializou em cinema de gângsteres, a Universal, em terror e a Metro, em dramas psicológicos e hagiografias (MARTIN-BARBERO, 2009, p. 205).

Mais do que uma forma de contar histórias, os gêneros se configuraram como um modo de produção que contribuiu para a especialização dos trabalhos dos grandes estúdios e para a criação de determinado tipo de expectativa no público que se fidelizava tanto pelo gênero quanto pelos artistas. Dois gêneros teriam sido importantes nesse primeiro momento e contribuíram para sua popularização e universalização: o *western* e o melodrama.

Além dessas questões apontadas por Martin-Barbero, que nos ajudam a refletir sobre os fatores que aproximaram mais essas obras de seu público e justificam seu êxito, não podemos deixar de salientar que o cinema passou a se configurar como campo econômico a partir do momento em que desenvolveu e aperfeiçoou, internamente, a cadeia de produção que ainda lhe dá sustentação, baseado na tríade produção – distribuição – exibição e que passou a adotar o formato longa-metragem como o produtor, por excelência, das salas de exibição (MOURA, 1987).

Conforme aponta Anatol Rosenfeld (2002), o fechamento dessa cadeia só se tornou possível quando o cinema se transformou numa arte de fruição coletiva, ou seja, com a invenção da projeção que teria sido a base do “consumo coletivo e simultâneo” e, a partir dele, desenvolveu-se o “espetáculo cinematográfico” (ROSENFELD, 2002, p. 64). Esse é um ponto importante a ser salientado, porque foi com esse modelo de fruição que o cinema obteve, durante muito tempo, sua principal fonte de receitas diretas (bilheteria). Esse é o momento, utilizando uma categoria marxista, em que o filme se converte em mercadoria.

O filme é uma mercadoria e, portanto, requer investimento. O investimento é realizado não por artistas e sim por empresários (na melhor das hipóteses, por um artista-empresário, que deve ser um empresário como qualquer outro,

isto é, deve estar submetido aos ditames do mercado, senão a falência é resultado inevitável) (VIANA, 2009, p. 59).

Nesse momento, vale a pena retomar algumas das discussões trazidas por Walter Benjamin sobre o cinema, pois é exatamente no momento histórico, de sua consolidação como campo social, que ele produz suas principais contribuições teóricas. Na discussão que propõe a ideia de reprodutibilidade no campo da arte, Benjamin afirma que esse processo, iniciado de maneira mais forte com a litografia e com a fotografia, teria encontrado no cinema o agente mais eficaz nesse processo de “quebra da aura” da arte, como uma “liquidação do elemento tradicional da herança cultural”.

As técnicas de reprodução também teriam modificado a atitude da massa diante da arte, o que indica que, no cinema, o público não separaria a crítica do processo de fruição. O autor assevera, também, que essa recepção das massas ao cinema também colocou em cheque a ideia de “aura” já que, pelo senso comum (burguês), as massas buscavam diversão, enquanto a arte exigia recolhimento. Essa forma de recepção mediante divertimento, afirma Benjamin, é “um sintoma de importantes modificações nos modos de percepção”, e que acabou encontrando no cinema “seu melhor campo de experiência” (BENJAMIN, 2011).

Entretanto, um aspecto importante sobre o campo cinematográfico é que,

à medida que restringe o papel da aura, o cinema constrói, artificialmente, fora do estúdio, a personalidade do ator: o culto da estrela, que favorece o capitalismo dos produtores cinematográficos, protege essa magia da personalidade, que há muito já está reduzida ao encanto podre de seu valor mercantil (BENJAMIN, 2011).

Nesse contexto, também critica o modo de produção cinematográfica instaurado na Europa ocidental<sup>9</sup> em que, para ele, “se recusa satisfazer as pretensões do homem contemporâneo de ver sua imagem reproduzida”<sup>10</sup>.

Aos poucos, a cadeia do cinema foi se tornando cada vez mais especializada e complexa, devido às mediações de interesses que envolviam os agentes que compõem os três

---

<sup>9</sup> Desde os seus primórdios, diferentes formas de fazer cinema foram experimentadas pelo mundo. Um bom exemplo que ilustra a pluralidade de modelos existentes, antes de Hollywood se tornar hegemônico, foram as vanguardas europeias, como o expressionismo alemão, o impressionismo francês ou o construtivismo russo. Cada uma delas trazia, em sua gênese, especificidades quanto à construção da linguagem e ao modo de produzir. E, mesmo com a emergência de Hollywood como modelo hegemônico, outras iniciativas que o criticavam, em maior ou menor escala, sempre existiram, como o neorealismo italiano, o cinema novo brasileiro e o terceiro cinema na América Latina, apenas para citar alguns exemplos.

<sup>10</sup> Esse é um ponto que Benjamin aprofunda em outro ensaio, chamado “O Autor como produtor”. Dentre outras questões trazidas pelo texto, ele aponta a necessidade de quebrar fronteiras entre “autores” e “público”, para que, cada vez mais, elas não sejam categorias isoladas.

elos principais desse tripé e que passaram a envolver operações comerciais de alto risco, pelo montante investido e o retorno nem sempre existente.

Até aqui, apresentamos as bases iniciais com as quais o cinema se configurou como atividade econômica, entretanto, ainda consideramos importante avançar numa discussão que se complementa com as anteriores, mas que deve apontar outras questões: o que caracteriza,, de forma mais precisa, um “modelo industrial de produção cinematográfica”?

Alguns autores, como Authur Autran, Jean-Claude Bernadet e João Paulo Matta, listam algumas características que servem como norte inicial para essa reflexão. Eles indicam questões como a concentração dos elos da cadeia produtiva em torno de poucos agentes; a utilização de instrumentos de *marketing* e *merchandising* – através da estratégia, por exemplo, do *star system*; a existência de poucas produtoras e com forte tendência à verticalização (domínio de mais de um elo da cadeia produtiva); os grandes estúdios como base de produção e a própria movimentação dessa cadeia, com a comercialização dos produtos cinematográficos em diferentes suportes (AUTRAN, 2008; BERNADET, 2001; e MATTA, 2008).

Com um esforço semelhante, De Luca (*apud* FERNANDES, 2010) apresenta duas condicionantes que poderiam caracterizar o cinema atividade industrial:

1) a sua dinâmica cadeia produtiva cuja atuação dos elos de produção, distribuição e exibição, é fundamental para viabilizar e movimentar o seu funcionamento dentro de uma lógica de divisão do trabalho; 2) a comercialização das cópias reproduzidas, que resultaria por sua vez na remuneração de toda a cadeia produtiva, de uma ponta à outra. (FERNANDES, 2010, p. 49)

Complementando essa questão e complexificando os elementos que configuram a indústria cinematográfica, George Yúdice afirma:

O que começamos a ver é, assim, o modelo de maquiladora na indústria filmica também presente em todas as outras indústrias nas quais a acumulação é baseada nos direitos de propriedade intelectual e no conceito mais difuso dos direitos de propriedade cultural (YÚDICE, 2006, p. 37).

Nesse contexto, ao fazer essa discussão sobre a industrialização do cinema, George Yúdice vai além e afirma que o modelo desenvolvido a partir de Hollywood teria sido a base para a economia que gira em torno dos direitos de propriedade intelectual de bens culturais como conhecemos hoje. Assim,



o lucro é obtido na posse (ou, como diria Storper, criação) dos direitos de propriedade; os que não têm esses direitos ou os que perderam devido à aplicação de leis concebidas para favorecer os interesses das corporações são relegados ao trabalho de provedores de serviço e de conteúdo. (YÚDICE, 2006, p. 37)

Pensando no contexto contemporâneo, é impossível não incluirmos o processo de digitalização como peça fundamental que interfere nos rumos da indústria cinematográfica (e audiovisual). Se, de um lado, percebe-se o barateamento de custos com uma massificação de equipamentos e formatos, de outro, poucas mudanças estruturais ainda acontecem na cadeia (referente aos principais agentes envolvidos e àqueles que concentram maior poder nesse circuito tradicional de comercialização de produtos cinematográficos).

É importante observarmos não apenas o processo de digitalização, mas também o processo de convergência, com a existência de barreiras cada vez menos nítidas entre diferentes mídias/suportes. Nesse contexto,

(...) o investimento em estratégias de distribuição e convergência entre telecomunicações, informática e audiovisual seriam tendências gerais dos modelos econômicos da produção cultural contemporânea, assim como a renovação e a extensão do processo de industrialização da informação e da cultura (MIEGE *apud* BRITTOS e KALIKOSKE, 2009, p. 103).

Sem a intenção de querer esgotar essa discussão e tentando sintetizar todas essas visões sobre um conceito mais preciso de como entendemos um “modo industrial de produção cinematográfica”, devemos levar em consideração algumas questões: em primeiro lugar, entender que a ideia de “indústria” não é datada, apenas, do Século XVIII e que, historicamente, esse modo de produção foi se aperfeiçoando (e se modificando); em segundo, que, apesar de estarmos nos referindo ao processo de produção, todos os elos que retroalimentam e impulsionam a cadeia de produção também devem ser levados em consideração.

Podemos, então, perceber, com base nos diferentes fatores enumerados, como uma mentalidade técnico-racionalizante - entendendo esses termos dentro do marco da crítica materialista - foi se apropriando do campo cinematográfico e permitiu que se construísse o modelo hegemônico de produção que temos hoje, a partir de configurações complexas entre o campo cultural e o campo econômico e político. Entretanto, mesmo não tendo sido o foco desta dissertação, compreendemos que esse é um modelo limitante e que pode (e deve) ser alvo de críticas.

Por que, então, essas questões são importantes? Porque acreditamos que o modelo que se convencionou chamar de “industrial”, apropriado e aperfeiçoado por Hollywood, representa o modelo que se tornou hegemônico no mundo ou, utilizando termos de Guy Hennebelle (1978), deu origem a uma concepção de cinema atualmente dominante, tanto em padrões estéticos, quanto na forma de lidar com meios, processos e forças produtivas.

Raymond Williams argumenta que,

em qualquer período específico há um sistema central de práticas, significados e valores que podemos chamar apropriadamente de dominante e eficaz. Isto não implica nenhuma presunção sobre seu valor. O que estou dizendo é que ele é central. (WILLIAMS, 2011, p. 53)

Ao mesmo tempo, também seria possível atestar, segundo o autor, a existência de posições alternativas e posições de oposição a esse sistema dominante do Brasil<sup>11</sup>. Ou seja, com base na noção de hegemonia, seria possível pensar processos sociais por meio de modelos complexos que abarcariam, também, processos de alternativas e mudanças. Se, de um lado, é praticamente um consenso que se deve reconhecer a importância do audiovisual na construção de valores e de bens simbólicos e na geração de divisas comerciais, de outro, deve-se questionar o poderio que a indústria cinematográfica atingiu no mundo<sup>12</sup> e se esse é, de fato, o único modo possível de fazer cinema.

Voltando ao objeto desta dissertação, é importante deixar claro que não fazemos uma defesa política desse tipo de produção dominante, mas partimos desse modo de pensar e de produzir para refletir sobre o fazer cinema. Por isso mesmo, não vamos dar atenção, nesse momento, a modelos alternativos e/ou opositores, pois estamos discutindo sobre a constituição desse modelo hegemônico para compreender suas formas de produzir e de reproduzir.

De toda forma, embora nossa intenção não seja de esgotar a questão, entendemos, inicialmente, a noção de cinema industrial como uma ideologia hegemônica baseada na fetichização de quatro elementos principais: os estúdios, como locais de trabalho; as grandes estrelas (*star system*), como uma das principais estratégias de marketing e atração de público; o formato longa-metragem (em especial os *blockbusters*), como principal produto de

---

<sup>11</sup> Raymond Williams aponta a existência de forças dominantes, residuais e emergentes dentro do campo cultural em um processo de disputa por hegemonia. A força dominante é a que detém a hegemonia em determinado momento histórico; a residual são os resquícios que permanecem de forças anteriores em certo momento; e as emergentes dizem respeito a forças novas que entram nesse processo de disputa (WILLIAMS, 2002).

<sup>12</sup> Conforme sintetiza Janet Wasko (2007), o mercado americano controlaria 75% do mercado de distribuição no mundo, tendo filmes exibidos em 150 países e produtos televisivos circulando em 125 mercados.

comercialização e fonte de lucros; e as salas de exibição, como um modo (inicial) de fruição, sobretudo como um sistema em que todos os elos também trabalham com esses princípios como norteadores. Ou seja, o cinema se tornou indústria quando não só os produtores, como também os distribuidores e os exibidores passaram a adotar esses preceitos como ideologia de trabalho e modo de produção.

Assim, longe de querer fazer uma apologia ou defender o modelo hollywoodiano como um modelo a ser seguido, reconhecemos que o formato caracterizado anteriormente se tornou hegemônico e que também é marcado por limites e pressões que o questionam desde sua constituição. Por isso, no próximo tópico, vamos apresentar um breve histórico de como esse padrão hollywoodiano se desenvolveu e se tornou hegemônico desde meados do Século XX.

### 3.3 *AN AMERICAN DREAM*: O SONHO HOLLYWOODIANO

A pesquisadora Janet Wasko (2007), ao analisar, de forma geral, as razões que levaram à supremacia americana nesse mercado, em escala mundial, aponta para fatores culturais, econômicos, históricos e políticos. Os primeiros estariam ligados ao fato de ter conseguido exportar e transformar em “padrão” os códigos e a linguagem desenvolvida dentro do modelo narrativo, que se convencionaria chamar de “clássico”; os econômicos, por terem conseguido estruturar forte mercado doméstico e por consolidar mecanismos de distribuição em larga escala; os históricos, por causa da orientação comercial da produção, da distribuição e da exibição americanas desde os seus primórdios, além dos benefícios econômicos trazidos pelas duas grandes guerras mundiais para o país; por fim, do ponto de vista político, devido ao capital acumulado pela *Motion Picture Association of America* (MPAA) e ao próprio papel do Estado americano na implementação de políticas (protecionistas) de apoio ao setor, interna e externamente (WASKO, 2007, p. 32-40).

Assim, partindo do ponto de vista dos códigos e da linguagem que se tornou hegemônica, Adorno (2002, p. 15) aponta que

a velha experiência do espectador cinematográfico, para quem a rua lá de fora parece a continuação do espetáculo que acabou de ver – pois esse quer reproduzir de modo exato o mundo percebido cotidianamente – tornou-se o critério da produção.

Aqui, ele faz referência à narrativa clássica desenvolvida em filmes como “O Nascimento de uma Nação”, de D.W. Griffith (1915), precursor da ideia de dotar o filme de

uma impressão de realidade, de uma montagem transparente, para fazer o espectador imergir naquele universo.

Já do ponto de vista do *modus operandi*, por meio de uma forte estratégia de consolidação do mercado interno e de inserção em outros mercados nacionais, o êxito *hollywoodiano* se configurou, em pouco tempo, como “um modelo a ser seguido”. Assim, o mundo assistiu ao crescimento e à continuidade da supremacia norte-americana dentro desse setor e viu seu modelo de produção e distribuição ser exportado para quase todos os países do mundo, tanto pela injeção direta de capital em outros mercados mundiais, quanto pela exportação do modelo em si. Isso também aconteceu em alguns países que conseguem manter um alto nível de produção nacional, como a Índia, por exemplo.

Avaliando o processo histórico de consolidação da indústria cinematográfica americana, as duas Guerras Mundiais e o período imediatamente posterior a cada uma delas foram fundamentais nesse processo. A partir de 1914, por exemplo, com a I Guerra Mundial assolando a Europa – até então, principal mercado produtor de filmes do mundo – a produção dos EUA começou a ocupar esse espaço deixado em aberto. Isso perdurou no período entre guerras, tendo em vista que a Europa ainda passou por um longo período de recuperação e que os Estados Unidos passaram a adotar políticas externas agressivas para manter esse quadro.

Coincidentemente ou não, o citado filme “O Nascimento de uma Nação” foi lançado em 1915. Ou seja, o cinema norte-americano, seja no mercado interno, seja no mercado externo, desenvolveu-se maciçamente justamente no período em que a linguagem cinematográfica ainda vinha se desenvolvendo. Logo, não seria exagero afirmar que o modelo aperfeiçoado por Griffith acabou a partir desse filme e teve mais chance de se tornar, de fato, hegemônico. Afinal, era o modelo que logo se tornaria o mais visto e o mais incorporado ao hábito de se “ver um filme”.

Ainda nessa época, o governo americano teve grande importância como impulsionador da inserção de filmes americanos em mercados estrangeiros, que estava associada, muitas vezes, a barganhas e a negociações comerciais (WASKO, 2007). Mas, conforme complementa Guy Hennebelle (1978), quatro teriam sido as grandes razões que justificariam a guinada na participação dos EUA no mercado mundial de cinema depois da I Guerra Mundial. A primeira seria a prática do chamado “brain drain”, ou “atração de cérebros”, quando uma série de artistas e diretores europeus (especialmente da Inglaterra, França e Suécia) passou a residir em Hollywood<sup>13</sup>. Em segundo lugar, a criação da *Motion Pictures Association of*

---

<sup>13</sup> Um exemplo notável é o da atriz Greta Garbo, natural da Suécia, e que se tornou ícone no cinema norte-americano.

*America* (MPAA) em 1925, que passou a representar os interesses do setor de forma mais organizada e que logo se configurou como um importante agente lobista. O terceiro fator seria uma espécie de “inundação dos mercados externos”, com exportação maciça de filmes (especialmente para Europa). Por fim, o aparecimento do cinema falado, como diferencial tecnológico/de mercado.

Há que se ressaltar que o desenvolvimento dos *talkies* - como ficaram conhecidos, inicialmente, os filmes falados - trouxe implicações diretas para o mercado de cinema. Não foi por coincidência que, nesse período, diversos países começaram a questionar, de forma mais sistemática, a penetração da produção hollywoodiana em seus respectivos mercados e questionar não só o papel econômico, mas também o papel cultural que essas produções desempenhavam. Assim, a possibilidade não só se “se ver”, mas, especialmente, de “se ouvir” fizeram ganhar força, inclusive no Brasil, movimentos pela adoção de políticas protecionistas.

Liciane T. de Mamede aponta que

foi o momento em que o mundo se perguntou se seus filmes (das grandes companhias cinematográficas americanas) poderiam continuar a penetrar no mundo inteiro sem nenhuma resistência do público. (...) Enquanto isso, em lugares onde os filmes americanos haviam inibido ou impossibilitado o desenvolvimento de uma indústria cinematográfica nacional, esse fato significou um momento de expectativa de mudanças (MAMEDE, 2012, p. 02).

De fato, diversos países, como a Alemanha, ainda em 1925, a Inglaterra, a França, a Itália ou, até, o Brasil, entre o final dos anos 20 e o início dos anos 30, passaram a adotar medidas protecionistas, entre elas, ações como a cota de tela<sup>14</sup> e o investimento direto em produção, ações adotadas por diferentes Estados Nacionais até hoje. Nesse contexto, as cinematográficas europeias se reergueriam de forma mais efetiva a partir daí, mas, nem por isso, o domínio americano ficou muito abalado. Assim, o desenvolvimento e o aperfeiçoamento de técnicas de dublagem fizeram Hollywood se tornar poliglota.

O pesquisador Edward Jay Epstein (*apud* FERNANDES, 2010) aponta, ainda, que, nessa época (anos 30), houve um aumento na rigidez do processo de produção dos filmes. Segundo ele, “os executivos da atividade cinematográfica controlavam rigidamente os custos de seus filmes (...) chegando inclusive a estipular por contrato a quantidade de páginas do roteiro que os diretores deveriam filmar por dia”.

---

<sup>14</sup> Mecanismo adotado por diversos países, a partir da década de 20, quando foi estipulada a quantidade mínima de dias e/ou de produções que deveriam ser exibidas, compulsoriamente, pelo circuito de salas de exibição.

Mais do que isso, é importante salientar que o modelo americano se desenvolveu com fortes bases monopolistas e verticais, ou seja, poucas empresas acabavam concentrando a maior parte das atividades do setor. Elas tinham grandes negócios nos três elos da cadeia: produzindo, distribuindo e sendo proprietárias de salas de exibição (SILVA, 2009). Isso só se modificaria no final dos anos 30, quando as principais empresas do setor começaram a ser julgadas por violar a Lei Antitruste americana e foram obrigadas a limitar suas atuações aos elos da produção e da distribuição<sup>15</sup>.

Asseguradas a construção do modelo e a consolidação do mercado interno e visando potencializar a estratégia de expansão do mercado externo, foi criada, em 1946, a *Motion Picture Export Association of America* (MPEAA), que surgiu em um conjunto de táticas de inserção dessas produções no mercado externo, órgão que tinha um capital político extremamente forte, como acentua Guy Hennebelle:

A MPEAA é, por fim, o único setor da economia dos Estados Unidos habilitado a tratar diretamente com governos estrangeiros. Foi, portanto, chamada com justiça de “Ministério do Exterior” ou “Pequeno Departamento de Estado” da MPAA. (HENNEBELLE, 1978, p. 32)

Nem tudo, todavia, foram flores na história do desenvolvimento da cinematografia americana. Um traço forte da indústria hollywoodiana foi, também, a necessidade de superar e encontrar formas de fugir de crises. A primeira delas no final dos anos 20, com a crise econômica que assolou os EUA a partir do *crack* da bolsa de Nova Iorque em 1929. Esse momento coincidiu (não por acaso) com a ampliação do uso do som nos filmes (o *boom* do cinema falado).

Outra crise importante sofrida pelo cinema se deu com o surgimento da televisão, nos anos 50, com uma redução drástica na quantidade de ingressos vendidos no início dos anos 50. Em resposta a isso, mais uma vez, Hollywood apostou no aperfeiçoamento do aparato técnico e adotou telas maiores para exibição (*cinemascope*) e a cores (*technicolor*) e no filão dos *blockbusters*, diminuindo a quantidade de filmes produzidos, mas aumentando consideravelmente seus custos de produção e as verbas publicitárias para sua divulgação massiva. “Segundo avaliações da indústria cinematográfica, os custos médios de produção para um filme aumentaram quatro vezes desde a Segunda Guerra Mundial” (PROKOP, 1986,

---

<sup>15</sup> “Elas foram acusadas de limitar o comércio cinematográfico e de monopolizar os três setores da indústria cinematográfica. Depois de oito anos de processo, as empresas foram condenadas, em 1946, a abandonar o sistema de vendas em bloco (bem como outras formas semelhantes) e a separarem-se de suas respectivas redes de cinema” (PROKOP, 1986, p. 29)

p. 32). Esse modelo trouxe resultados positivos por um período, mas logo teria de ser reprimorado.

A partir dos anos 70, segundo Armand Mattelart, houve uma aproximação cada vez mais forte do cinema com a televisão (no Brasil, só aconteceria no final dos anos 90). O autor acrescenta que, nesse período, houve a ampliação de algo que sempre foi marca da indústria cinematográfica americana: sua incorporação por empresas que atuam em diferentes setores da economia, os grandes conglomerados da economia mundial. Mas, aqui, foram inseridos novos agentes nessa cadeia.

Nesse sentido, ele enuncia que

a 'crise' de Hollywood, precipitada em grande parte pelos altos custos das superproduções, forçou os empresários cinematográficos a redefinir-se em duas direções: por um lado, a adoção de uma linha de produção menos custosa; por outro, a adaptação da cinematografia às exigências da televisão. (MATTELART, 1976, p. 65)

Isso foi facilitado por esse processo de incorporação das empresas de cinema por outras empresas e passou a integrar grandes conglomerados. Exemplo disso é trazido por Dieter Prokop, quando aponta o papel dos grupos financeiros Morgan e Rockefeller nesse processo.

O grupo Morgan controla a American Telephone and Telegraph Co.; e Rockefeller (Chase National Bank), a General Electric Co. A American Telephone and Telegraph e a General Electric dispõe não somente das oito mais importantes empresas cinematográficas, mas também das três maiores e mais importantes empresas de televisão: a National Broadcasting Company (NBC), a American Broadcasting Company (ABC) e a Columbia Broadcasting System (CBS) (BATZ, 1966 *apud* PROKOP, 1986, p. 34).

Desde então, já se discutia sobre a necessidade de criar novos sistemas de distribuição, visando ampliar o mercado e as janelas de exibição. Sobre isso, Mattelart cita como exemplo o caso da MGM, que, em 1972, associou-se com empresas visando oferecer hotéis e hospitais para a venda de filmes e equipamentos de exibição, como os videocassetes (MATTELART, 1976). Entretanto, é importante frisar que, desde os seus primórdios,

o capital cinematográfico segue a lógica do capitalista de concentração e centralização do capital e, por conseguinte, a produção cinematográfica é concentrada e centralizada. Sem dúvida, existem as exceções, mas elas dificilmente conseguem competir em igualdade de condições e ter a mesma

ressonância em matéria de lucro, divulgação e público. (VIANA, 2009, p. 60)

Ele complementa afirmando que “a hegemonia mundial de Hollywood é produto dessa concentração e centralização do capital cinematográfico”.

Segundo a *Motion Pictures Association of America* (MPAA), o setor de produção e distribuição de filmes e de programas televisivos movimentou, em 2011, nos Estados Unidos, cerca de US\$ 104 bilhões e empregou, direta e indiretamente, cerca de 1,9 milhão de pessoas. Esses dados colocam o país como o maior centro de produção e distribuição de produtos audiovisuais do mundo. Entretanto, essa é uma questão que não pode ser vista apenas por um viés economicista. Silva (2009, p. 60) assevera que

a hegemonia do audiovisual norte-americano, na indústria cultural globalizada, é a grande força que atravessa o Século 20 ameaçando não só a expressão das originalidades nacionais, mas a própria existência das indústrias cinematográficas, tanto de países pós-industrializados como dos emergentes.

É importante enfatizar que reconhecer a importância do setor audiovisual não pode ser somente uma estratégia de geração de divisas, mas também como peça fundamental para fortalecer as identidades locais e construir diálogos num mundo globalizado, mediado, cada vez mais, pelas plataformas audiovisuais e digitais. Por essa razão, são importantes as discussões realizadas em organismos multilaterais como a Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura (UNESCO) e a Organização Mundial do Comércio (OMC), que consideram o audiovisual como um produto que deve ser regulado pelas regras de comércio internacional (via OMC) ou como “exceção”, em virtude de seu caráter eminentemente cultural (via UNESCO). Nesse contexto, diferentes países travam batalhas, como os EUA e a Austrália, que defendem a regulação via OMC, e a França e o Brasil, o caráter cultural do audiovisual via UNESCO.

Dentre outras razões, essas tensões também estimularam, em algum nível, a criação da declaração sobre diversidade cultural em 2001 e da Convenção sobre a proteção e a promoção da Diversidade das Expressões Culturais em 2006, ambas pela UNESCO. Apesar de ser feita apenas uma menção direta ao cinema no documento, ela aparece no Artigo 14, que trata justamente da “cooperação para o desenvolvimento”:

As partes procurarão apoiar a cooperação para o desenvolvimento sustentável e a redução da pobreza, especialmente em relação às



necessidades específicas dos países em desenvolvimento, com vistas a favorecer a emergência de um setor cultural dinâmico pelos seguintes meios, entre outros:

- (a) o fortalecimento das indústrias culturais em países em desenvolvimento:
  - (i) criando e fortalecendo as capacidades de produção e distribuição culturais nos países em desenvolvimento;
  - (ii) facilitando um maior acesso de suas atividades, bens e serviços culturais ao mercado global e aos circuitos internacionais de distribuição;
  - (iii) permitindo a emergência de mercados regionais e locais viáveis;
  - (iv) adotando, sempre que possível, medidas apropriadas nos países desenvolvidos com vistas a facilitar o acesso ao seu território das atividades, bens e serviços culturais dos países em desenvolvimento;
  - (v) apoiando o trabalho criativo e facilitando, na medida do possível, a mobilidade dos artistas dos países em desenvolvimento;
  - (vi) encorajando uma apropriada colaboração entre países desenvolvidos e em desenvolvimento, **em particular nas áreas da música e do cinema.** (grifo nosso)

Chama a atenção o fato de serem mencionadas, em específico, as áreas da música e do cinema, o que não deve ter sido por acaso, tendo em vista que elas correspondem a duas das maiores indústrias culturais em funcionamento no mundo e das que têm mais intercâmbios (culturais e comerciais) entre países. Essa discussão pode trazer implicações mais sérias do que se imagina, pois, se esse campo é entendido como exceção, estaria sendo justificada a inserção do poder público na adoção de medidas de proteção de sua produção interna. Mas, se o campo audiovisual passa a ser completamente regulado via OMC, ela passaria a ser regulada via regras de comércio internacional, e poderiam ser questionadas medidas protecionistas para beneficiar países com indústrias sólidas como os EUA.

Ainda assim, o paradigma hollywoodiano acabou servindo como ideal a ser atingido por diferentes contextos e foi propagado (e estimulado), historicamente, por diferentes setores do campo cinematográfico em diferentes países, incluindo o Brasil. Nesse sentido, compreender como se configurou o modelo hollywoodiano e seu modo de produção (e reprodução) aparece como algo fundamental para entender como se configura a cadeia cinematográfica no mundo.

E mesmo que a comparação entre o modelo adotado nos Estados Unidos e o(s) adotado(s) no Brasil seja feita com ressalvas, Hollywood surge como um marco fundamental para o raciocínio que desenvolvemos aqui, porque foi a primeira iniciativa que associou a noção de produção cinematográfica a partir de um “polo de produção”. Isso significa dotar determinada região de infraestrutura técnica e de mão de obra especializada para o

desenvolvimento de uma atividade econômica. Esse teria sido um dos fatores que contribuíram para sua hegemonia, conforme aponta Silva (2009, p. 61).

Tal condição hegemônica deve ser entendida como resultado do modelo industrial adotado em Hollywood, através da concentração sistemática de insumos, recursos artísticos e técnicos, somados a grandes aportes de capital, dispostos num mesmo local para as mesmas atividades, possibilitando operações de produção-distribuição em grande escala mundial.

No próximo tópico, discutiremos sobre como essas concepções de produção foram importadas para o Brasil e como o nosso campo cinematográfico foi se constituindo durante os Séculos XX e XXI e se espelhando nesse modelo hegemônico, mas também buscando “jeitinhos” para se adequar a uma realidade distinta de mercado.

#### 4 CINEMA INDUSTRIAL BRASILEIRO: utopia ou realidade?

Neste capítulo, discutimos, dentro de um panorama histórico-político-cultural, sobre as diferentes fases do cinema brasileiro e como elas desenvolveram suas estratégias de produção. Interessam-nos, especificamente, quatro grandes fases: os primórdios de estruturação do campo cinematográfico no país, especialmente nas duas primeiras décadas do Século XX; as primeiras tentativas de produção em estúdio, entre os anos 30 e 50, com foco nas experiências das produtoras Cinédia, Atlântida, Vera Cruz e Maristela; a formação da Embrafilme e da Boca do Lixo a partir do final dos anos 60; e a experiência contemporânea das leis de incentivo fiscal e do imbricamento entre televisão e cinema, com o surgimento, por exemplo, da Globo Filmes.

Esses períodos/experiências foram priorizados porque foram iniciativas que buscaram se aproximar de um ideal industrial, foco de discussão deste trabalho. Isso não quer dizer que elas foram as únicas experiências existentes e que não tenham existido críticas a esse processo. Entretanto, como estamos discutindo sobre a construção de um modelo hegemônico, vamos nos centrar na análise das experiências que dialogam (em menor ou maior escala) com esse viés, conforme ficará mais evidente com a apresentação de cada uma delas.

Assim, faremos essa retrospectiva histórica relacionando cada momento com as condições de produção de cada um desses períodos, ou seja, relacionando essas experiências com suas tentativas de consolidar um ideal industrial de cinema no país e como elas se relacionavam com o contexto histórico-político de cada período.

##### 4.1 O PARADIGMA DA INDÚSTRIA NO CINEMA BRASILEIRO

Durante o Século XX, com a imbricação cada vez maior entre a indústria e o cinema e, posteriormente, com os demais suportes de áudio e vídeo, a cadeia produtiva do audiovisual se tornou uma das principais “movimentadoras” da economia mundial. Mas, atendo-nos especificamente ao mercado de cinema, através de dados levantados pela *Motion Pictures Association of America* (MPAA), chegaremos ao montante de 35,9 bilhões de dólares pelo setor, contando apenas o circuito tradicional de distribuição e de exibição que envolve salas de cinema no ano de 2013. O Brasil, conforme aponta a mesma pesquisa, participa com, aproximadamente, 2,8% desse mercado, movimentando 0,9 bilhões de dólares nesse mesmo

período e disputando com o México a décima posição de mercado cinematográfico mais importante no mundo.

Conforme apresentado, essa posição hegemônica construída pelos Estados Unidos tem raízes históricas que datam do início do Século XX. Desde então, os diversos Estados-nacionais têm buscado encontrar formas de fortalecer seus mercados internos. Mas, na maioria das vezes, espelhando-se nesse modelo hegemônico. No Brasil, isso não foi diferente. Esse “sonho industrial” apareceu por aqui desde os anos 20, quando se proliferaram revistas especializadas em cinema, ou melhor, em divulgar as produções e os artistas da recém-instaurada indústria americana. Juntamente com essa valorização da produção estrangeira proveniente dos Estados Unidos, algumas revistas, como a Cinearte, defendiam que o Brasil deveria constituir uma indústria, mas dentro dos padrões técnicos de produção norte-americanos.

Isso quer dizer que foi a partir daqui que se desenvolveu um dos principais paradigmas que o cinema brasileiro sempre enfrentou em sua história: que a causa de uma possível desvalorização do produto nacional em detrimento do produto estrangeiro se dava por sua falta de equivalência técnica. Então, para competir com Hollywood, deveríamos nos equiparar tecnicamente com ela<sup>16</sup>.

Nos últimos anos, uma série de pesquisadores passou a sintetizar essas experiências (ou tentativas) de consolidar padrões industriais no país, propondo modelos de reflexão e análise. Faremos menção, então, a algumas delas, antes de apresentar nossa proposta de divisão. A primeira que apresentamos é a de Artur Autran, que divide o desenvolvimento desses modelos de produção em quatro grandes períodos, quais sejam: entre 1924 e 1940, a constituição do pensamento industrial; entre 1941 e 1954, a existência de uma pluralização dos modelos industriais; entre 1955 e 1968, o “impasse industrial”; e entre 1969 e 1990, a era Embrafilme (AUTRAN, 2004, p. 6-7).

Podemos tomar essa proposta de Artur Autran como ponto de partida. Entretanto, acreditamos que, para fazer uma análise histórica mais completa, do ponto de vista dos modelos de produção adotados no país, mereceriam atenção dois períodos não trabalhados pelo autor: os primórdios da produção brasileira, cujo auge foi entre os anos de 1908 e 1911 e que muitos chamaram de “A Bela Época” ou “A Era de Ouro” do cinema brasileiro, e contemplar as discussões mais contemporâneas sobre o chamado “cinema da retomada”, que

---

<sup>16</sup> O histórico dessa discussão é apresentado por autores como Jean-Claude Bernadet, em *Cinema Brasileiro: propostas para uma história*, e por Paulo Emílio Salles Gomes, em sua obra *Cinema: trajetória no subdesenvolvimento*.

tem como marco inicial o ano de 1995 e que se caracteriza pelo incremento da produção por meio de novas configurações na relação entre Estado e mercado.

Cesário (2012) também realizou um importante esforço para sistematizar essas experiências. Entretanto, sua análise focou a relação entre o cinema e o Estado e priorizou as discussões sobre os períodos em que o poder público brasileiro passou a intervir de alguma forma no campo cinematográfico. Por isso, sua análise cita a existência de experiências cinematográficas anteriores, mas tem como marco prioritário inicial o governo Vargas, nos anos 30, e suas tentativas de instituir ações integradas entre o cinema e a educação, com a criação, por exemplo, do Instituto Nacional de Cinema Educativo (INCE), coordenado, então, por Humberto Mauro<sup>17</sup>.

Por outro lado, Renato Campos (2004) realiza sua tentativa de sistematização tendo como fio condutor as experiências que mais se aproximam do mercado. Assim, tomando como referência autores como Paulo Emílio Salles Gomes e Alex Vianny, ele apresenta um panorama histórico detalhado, que vai das primeiras exhibições realizadas no país até o início dos anos 2000, mas sem uma preocupação em delimitar e/ou dividir períodos a partir de características hegemônicas.

Com base nessas experiências de pesquisa, optamos por dividir essa breve história dos ciclos de produção cinematográfica no Brasil em quatro grandes períodos, que serão apresentados a seguir. Começamos pelos “primórdios, o período entre o final do Século XIX e as duas primeiras décadas do Século XX e que remonta às primeiras experiências de produção no país e de estruturação inicial de seu circuito exibidor”.

---

<sup>17</sup> Considerado como um dos precursores do cinema brasileiro, Humberto Mauro começou a produzir na cidade de Cataguazes, interior de Minas Gerais. No ano de 1929, mudou-se em definitivo para o Rio de Janeiro, onde trabalhou em diversos filmes, até receber o convite de Roquette Pinto para ingressar na equipe do Instituto Nacional de Cinema Educativo, que começou a funcionar em 1936, mas seria criado “oficialmente” por Getúlio Vargas, através do Artigo 40 da Lei nº 378, de 13 de janeiro de 1937. Segundo seu regimento interno, promulgado somente nove anos mais tarde – Decreto nº 20.301 de 02 de janeiro de 1946 - o Instituto tinha como finalidade “promover e orientar a utilização da cinematografia, especialmente como processo auxiliar de ensino e ainda como meio de educação em geral”, através da produção, da aquisição, da disseminação e do arquivo de produções que cumprissem esses objetivos. Segundo dados de Rosana Elisa Catelli, Humberto Mauro participou da produção de cerca de 400 documentários até os anos de 60, quando o INCE foi extinto. Para saber mais sobre Humberto Mauro, consultar: GOMES, Paulo Emílio Salles. **Humberto Mauro, Cataguazes, Cinearte**. São Paulo: Perspectiva, Editora da Universidade de São Paulo, 1974. E sobre Humberto Mauro e os primórdios do INCE, consultar: CARVALHAL, Fernanda Caraline de Almeida. **Luz, Câmera, Educação!** O Instituto Nacional de Cinema Educativo e a formação da cultura áudio-imagética escolar. Rio de Janeiro: Universidade Estácio de Sá, 2008. Dissertação de Mestrado. Disponível em: <<http://portal.estacio.br/media/3485752/fernanda-caraline-completa.pdf>> Acesso em: 30 maio 2014. E também CATELLI, Rosana Elisa. O Cinema Educativo nos Anos de 1920 e 1930: algumas tendências presentes na bibliografia contemporânea. In: **Revista Intexto**. Porto Alegre: UFRGS, v. 1, n. 12, p. 1-15, janeiro/junho 2005. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/intexto/article/download/4194/4904>>. Acesso em: 30 mai 2014.

O “cinema de estúdios”, em que se abordam as experiências surgidas a partir dos anos 20 de importar para o país um modelo de produção baseado no modelo dos grandes estúdios e que atinge seu auge entre os anos 40 e 50 com as experiências da Atlântida e da Vera Cruz.

O terceiro período foi marcado por iniciativas distintas: de um lado, presenciamos o surgimento da Embrafilme, empresa de capital misto criada no final dos anos 60, auge do período militar, e que seria fechada no início da gestão Collor; e de outro, a Boca do Lixo, conjunto de produtoras sediadas na região central de São Paulo e que produziam, basicamente, os filmes que ficaram conhecidos como “porno-chanchadas”. Isso de forma independente e praticamente sem auxílio estatal.

E, por fim, o quarto marco temporal aconteceu com a criação das leis de incentivo fiscal no início dos anos 90, que transferiu para o mercado a responsabilidade de escolher as produções que seriam financiadas numa mudança radical de paradigma em relação ao que representava o modelo Embrafilme. Uma segunda característica do período é a aproximação cada vez maior da televisão (em especial, da Rede Globo e de seus profissionais) com o campo cinematográfico.

Com essa divisão, entendemos que estamos contemplando as experiências hegemônicas de produção desenvolvidas em cada período histórico no país.

## 4.2 OS PRIMÓRDIOS

Se o ano de 1896 representa o marco temporal de realização da primeira exibição “cinematográfica” no país, na então capital federal – Rio de Janeiro - foi apenas na virada para o Século XX que o país começou a ver o seu parque exibidor e produtor se constituir. Mas as recém-concebidas salas de cinema só puderam se expandir com solidez com a expansão da rede de luz elétrica no país, fator que dava mais segurança e estabilidade nas exibições.

Com o gradual aumento desse circuito, aumentava a demanda por obras filmicas, o que acabou possibilitando o surgimento de uma parceria entre produtores e exibidores que, durante alguns anos, tornou essa cadeia autossustentável. Inicialmente baseada num modo de produção “artesanal”, mas que, em um curto período de tempo, foi muito eficiente, a produção cinematográfica nacional começou com as encomendas realizadas pelos próprios exibidores. No auge desse período, localizado entre 1908 e 1911, chamado por muitos de “A Bela Época do Cinema Brasileiro”, o país chegou a produzir 200 filmes por ano (SANTANA, 2008). É importante salientar que a maior parte deles era de curta-metragem e com forte

presença do estilo documental (chamados, na época, de “naturais”), com registros cotidianos de grandes cidades, especialmente do Rio de Janeiro. Aqui ainda não existia a ideia de cinema narrativo clássico, e as exibições cinematográficas eram baseadas no gênero dos cinemas de atrações<sup>18</sup>, influenciado por autores como George Méliès e Edwin Porter. Mas também havia espaço para os filmes narrativos de ficção. Exemplos importantes desse período são os filmes ‘Nhô Anastácio chegou de viagem’ - lançado em 1908 pela produtora Arnaldo & Cia, que é considerada a primeira comédia brasileira - e ‘Os Estranguladores’, de 1909, que chegou a completar 800 exibições somente no Rio de Janeiro e foi considerado o maior sucesso brasileiro do período (ARAÚJO, 1976).

Foram importantes no período, também, os chamados filmes cantantes (nas primeiras tentativas de levar imagem e som sincronizados para o cinema brasileiro). “Atrás da tela, postavam-se, ocultos, os artistas ou cantores, que iam falando ou cantando, conforme as cenas” (ARAÚJO, 1976, pag. 230). Havia, ainda, os chamados “carnavalescos” que, como o próprio nome indica, tratavam do universo do carnaval. Esses filmes seriam um ensaio para o desenvolvimento das chanchadas duas décadas adiante. Entretanto, a partir dos anos de 1911 e 1912, esse modelo começou a entrar em declínio. Conforme referem Renato de Campos (2004) e Vicente de Paula Araújo (1976), isso aconteceu por algumas razões principais: a começar pelo surgimento, no mercado, dos “alugadores de filmes”, o que modificou um modelo de negócio que até então era baseado na aquisição e/ou encomenda direta de filmes. Essa mudança diminuía os custos operacionais dos exibidores e aumentava sua margem de lucro.

Atrelado a isso, houve um aumento considerável na disponibilização de filmes estrangeiros no país, com a vinda de representantes comerciais dos EUA e da Europa para comercializar suas obras. Por fim, devido à escassez de películas para filmagem no mercado nacional, tendo em vista que essa matéria-prima vinha da Europa, e à instabilidade política do continente, que culminou com a I Guerra Mundial, o mercado nacional foi desabastecido.

A implosão da guerra deixou margem para o início da hegemonia norte-americana na comercialização de filmes no país, potencializada pela política expansionista americana e com instalação de suas empresas distribuidoras em terras brasileiras. Isso fica cada vez mais em evidência, com o desenvolvimento de estratégias publicitárias agressivas para a venda desses produtos:

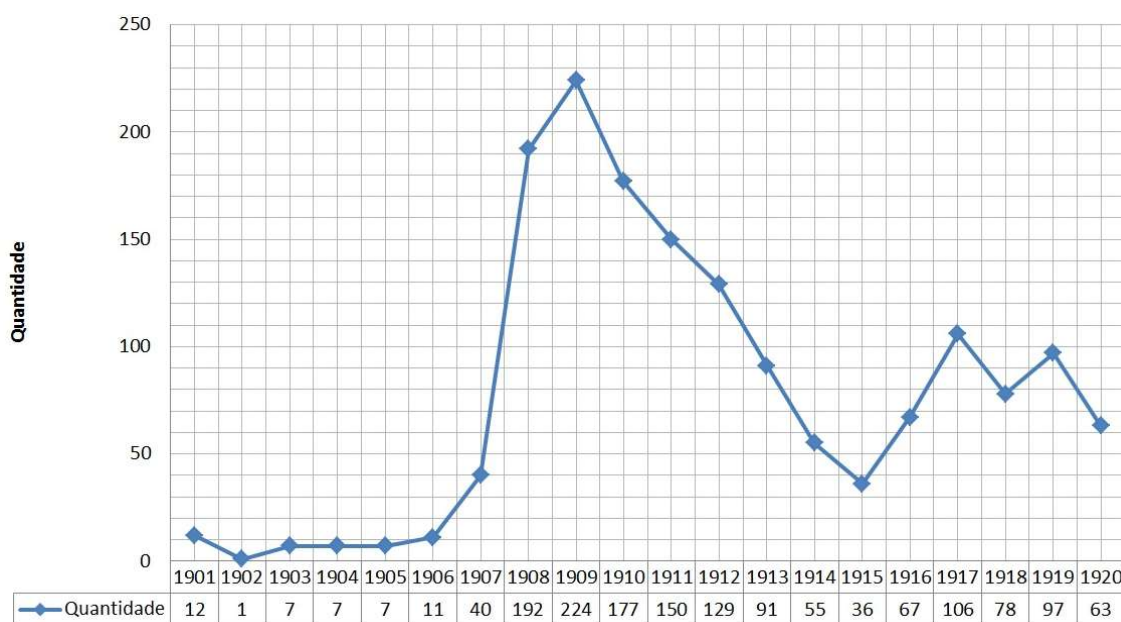
---

<sup>18</sup> Cinemas de atrações foi como ficaram conhecidas a maior parte das primeiras produções filmicas, antes do desenvolvimento da linguagem como conhecemos hoje, que alguns também chamam de “primeiro cinema”.

Os jornais e revistas já estampavam anúncios cinematográficos de meia e de página inteira, com fotografias dos artistas e de cenas da fita anunciada. Os pormenores sobre filmagens são anunciadas por publicações especializadas (ARAÚJO, 1976, p. 413).

Conforme aponta Anita Simis (2008, p. 77), outra mudança forte desse período, em relação ao modelo de negócio adotado, é que “a reorganização do mercado rompeu a solidariedade produtor/exibidor, ao mesmo tempo em que estabeleceu uma aliança entre exibidores e distribuidores”. Esse momento de auge e de declínio da produção brasileira fica em evidência na tabela produzida pela pesquisadora Anita Simis (2008) e que sintetiza a quantidade de filmes produzidos entre 1901 e 1920:

**Gráfico 01 – Filmes produzidos no Brasil – 1901 a 1920**



Fonte: SIMIS, 2008

Os produtores brasileiros encontraram outras formas de manter suas atividades, já que a produção de obras de “ficção” não encontrava o mesmo espaço nas salas de exibição como antes. Assim, potencializa-se a realização de “cinejornais” (produtos de caráter noticioso) e dos chamados “filmes de cavação” (o que chamaríamos hoje de filmes institucionais, ou feitos



por encomenda), que seriam a base de sustentação dos agentes do setor por um longo período. Sobre essa questão, Jean-Claude Bernadet expressa:

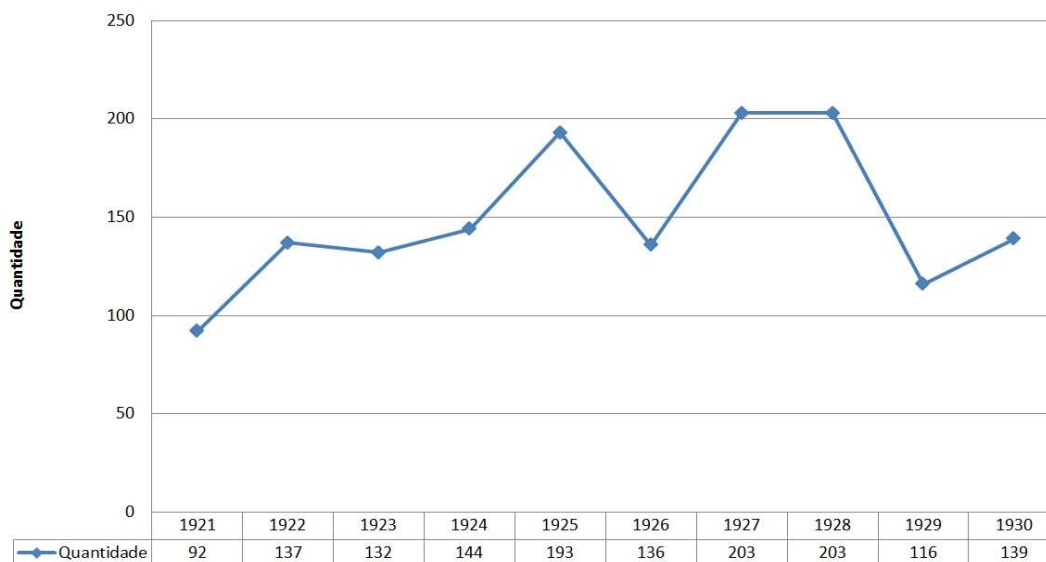
Indiscutivelmente, o que sustenta a produção brasileira nas primeiras décadas do Século são esses filmes, não os de ficção. São eles que asseguram um mínimo de regularidade ao trabalho dos produtores, permitem que se sustente certo equipamento, laboratórios, etc. (BERNARDET, 2009, p. 37 e 38)

Com esse nicho de mercado, a produção brasileira voltou a dar sinais de ressurgimento, mas tendo como principal base de produção os curtas-metragens com as características citadas acima. Assim, como aponta Anita Simis (2008, p. 82),

a partir dos anos 20, é o curta-metragem de não ficção que pode explicar o crescimento da produção nacional. Em São Paulo e no Rio registram-se cerca de 12 firmas, 20 novos cineastas, alguns brasileiros como Luiz de Barros e José Medina. Mas, como já afirmamos, o acesso às salas de exibição era difícil, resultando muitas vezes da benevolência de alguns exibidores.

Essa “retomada” fica evidente em uma nova tabela sistematizada pela autora e que aponta a produção nacional entre os anos de 1921 e 1930. E, mesmo ficando restrita, em sua maior parte, a “cinejornais”, “cinema de cavação” e/ou “naturais”, quantitativamente, volta a patamares atingidos no início dos anos 10.

**Gráfico 02 – Filmes produzidos no Brasil – 1921 a 1930**



Fonte: SIMIS, 2008

Assim, durante quase duas décadas, o campo cinematográfico brasileiro viveu momentos extremos: primeiramente com a inserção de produções brasileiras num circuito ainda em formação e, em seguida, com a dificuldade de se inserir nos mercados de distribuição e exibição que daria preferência às produções estrangeiras, levando realizadores nacionais a buscarem fontes alternativas de receita, através da produção de cinejornais e filmes institucionais.

Ressaltamos que, mesmo distante e num contexto econômico e social bem distinto, Hollywood, com o padrão industrial criado pelos Estados Unidos, era vista como um modelo a ser seguido. Esse imaginário seria fortalecido a partir dos anos 20, com a criação de revistas especializadas que propagavam essa concepção, e com o surgimento das primeiras experiências de produção nitidamente inspiradas nesse modelo. Foi o período em que começam a se estruturar no país as primeiras tentativas de construir um modo de produção tendo os grandes estúdios como seu principal símbolo.

#### 4.3 OS ESTÚDIOS

Ainda nos anos 20, o desejo de estruturar uma indústria cinematográfica brasileira com padrões internacionais começou a ser bem difundido por revistas especializadas da época, como a “Para Todos”, a “Selecta” e a “Cinearte”, e por repórteres como Adhemar Gonzaga e Pedro Lima (que trabalhavam, respectivamente, na Para Todos e na Selecta e que, depois, trabalhariam juntos na Cinearte). Moura (1987) afirma que eles convergiam para a valorização dos filmes de enredo e o ataque aos chamados “filmes de cavação” ou “naturais”. Até os responsabilizavam por uma possível má imagem do cinema do país internacionalmente.

Essas revistas eram fortemente financiadas com recursos vindos da divulgação de filmes americanos no país. Então, não era de se estranhar que a defesa do desenvolvimento de uma cinematografia nacional perpassasse pela defesa de um modelo importado.

As reivindicações de seus articuladores vão desde a necessidade de as companhias estrangeiras que operam aqui desenvolverem “nosso” cinema até a sugestão de leis que facilitem a importação de película ou que garantam a exibição de filmes brasileiros ‘uma vez por mês’, disposições essas que não devem agredir os interesses dos trustes internacionais (MOURA, 1987, p. 57).

Assim, durante os anos 30, começaram a surgir no país iniciativas mais arrojadas de produção de obras cinematográficas a partir de um marco fundamental para o chamado “cinema industrial”: a produção em estúdios. Nesse período, eram três as principais iniciativas: a Cinédia Estúdios, a Brasil Vita Filme e a Sonofilms, todas sediadas no Rio de Janeiro. Foi o próprio Adhemar Gonzaga que esteve à frente de uma das primeiras iniciativas de construção de uma produtora de grande escala e baseada nessa concepção de “cinema de estúdio”: a Cinédia.

Falando na época a Osvaldo Silveira, de *A Ordem*, disse Gonzaga: “A minha empresa foi fundada para edificar o verdadeiro cinema brasileiro. Ela foi lançada exclusivamente com o nosso esforço e nossos capitais. Vamos mostrar que podemos criar uma arte nossa, nova e legítima, capaz de transformar o sorriso dos pessimistas num grito de entusiasmo” (GONZAGA, 1987, p. 10).

Interessante registrar que as iniciativas da época não só tinham um tom industrial, mas também fortemente nacionalista e vanguardista. “Podemos criar uma arte nossa, nova”, dizia Gonzaga, mesmo que, paradoxalmente, a influência externa fosse enorme. E a noção vanguardista se explica pela forte crítica que ele fazia aos filmes de cavação/ naturais, base da produção na época.

Alice Gonzaga (1987) aponta o dia 15 de março de 1930 como seu marco de lançamento, pois teria sido a data em que a imprensa teria anunciado a criação da nova empresa. Cinco dias depois, começavam as filmagens de ‘Lábios sem beijos’, o primeiro filme da produtora, que começou a ser filmado enquanto a infraestrutura de estúdios e base de apoio ainda estava sendo erguida. O filme, dirigido por Humberto Mauro e lançado em novembro de 1930, iniciou a trajetória da mais antiga empresa produtora que ainda funcionava no país (GONZAGA, 1987).

Além disso, Adhemar Gonzaga tornou-se protagonista na defesa do mercado cinematográfico brasileiro e forte *lobbyista* do governo Vargas, na busca por medidas protecionistas, ou participando da criação de iniciativas como a Associação Cinematográfica de Produtores Brasileiros (em 1932) e, mais tarde, o Sindicato das Empresas Cinematográficas do Rio de Janeiro em 1945, da qual seria o primeiro presidente.

Em seguida, foi criada a Brasil Vita Filme (inicialmente, Brasil Vox Filmes), sob a direção de Carmen Santos. Seus estúdios foram inaugurados em 1935, na zona norte do Rio de Janeiro, e seus dois primeiros filmes - “Favela dos Meus Amores” (1935) e “Cidade Mulher” (1936) - foram dirigidos por Humberto Mauro. Nos anos 40, o estúdio passou por

um período de turbulência, especialmente depois do longo período de produção do filme “Inconfidência Mineira”, iniciado em 1939 e só lançado em 1948. Ainda assim, a empresa sobrevivia com produções próprias e com o aluguel dos seus estúdios para outras empresas e produções (MIRANDA, RAMOS, 2000).

Por fim, a Sonofilms surgiu em 1936, como embrião da Atlântida Cinematográfica, que surgiria um pouco mais tarde, em 1941. Isso, especialmente, pela figura de Moacyr Fenelon, que participou das duas empreitadas. Nesse primeiro momento, a Sonofilms foi mantida numa parceria entre Wallace Downey e Alberto Byington Jr, mas teve Fenelon como outra figura central desse processo e que passaria a ter plenos poderes na empresa.

Esse foi um momento em que esse modelo com o maior nível de “profissionalização” começava a se desenvolver. Ainda havia carência de técnicos especializados, os contratos de trabalho eram precários, e a infraestrutura considerada “de ponta” era, em geral, montada em espaços improvisados e com equipamentos de segunda mão.

Da mesma forma, a linguagem cinematográfica, já aperfeiçoada em outros países, ainda estava sendo dominada pelos realizadores locais. Isso é ilustrado em muitas das críticas produzidas sobre os filmes realizados nos anos 30. Como exemplo, trazemos um trecho da crítica de João Carlos Burle sobre o filme “Bombonzinho”, produção da Sonofilms de 1937:

Daí dizemos que Bombonzinho não é ainda cinema na verdadeira acepção da palavra, pelo menos é a melhor adaptação de peças teatrais até então realizada no Brasil. E o cinema nacional bocejou, se espreguiçou, e resmungando teve de dar mais um passo para a frente. (BARRO, 2002)

O motivo desse estímulo, entre outros, foram as primeiras ações tomadas pelo Estado para o fomento à produção nacional. Simis (2008) assevera que é de 1932 a primeira legislação federal que faz referência a algum tipo de proteção/ fomento à produção nacional. Trata-se do Decreto nº 21.240, de 04 de abril de 1932, que estabelece o primeiro dispositivo de censura para a produção nacional e a existência de cotas de telas anuais que os exibidores deveriam cumprir em relação à veiculação de filmes brasileiros em suas salas. Esse mecanismo começou a ser posto em prática em 1934, através de instruções que regulamentavam a cota de tela citada na legislação de 1932. Essas instruções, de 24 de maio de 1934, diziam que

cada programa que contiver um filme de enredo de metragem superior a mil metros somente poderá ser exibido quando faça parte um filme nacional de boa qualidade, sincronizado, sonoro ou falado, sistema movietone, filmado

no Brasil e confeccionado em laboratórios nacionais, com a medição mínima de 100 metros.

No ano de 1942, por meio do Decreto-lei nº 4.064, de 29 de janeiro de 1942, essa obrigatoriedade passou a contemplar não apenas curtas, mas também longas-metragens, e a exibição de, pelo menos, um longa nacional por ano, em cada sala de exibição<sup>19</sup>, passou a ser obrigatória. Em 1950, essa quantidade foi aumentada para seis filmes, num modelo de regulamentação (cotas de tela) que ainda está em voga até os dias de hoje.

Isso, no entanto, não foi suficiente para manter todas essas iniciativas em pleno funcionamento, e a Cinédia foi a única que conseguiu se manter em longo prazo. A Sonofilms entraria em crise a partir de 1940, quando um incêndio destruiu toda a sua infraestrutura e acervo, um grande golpe do qual Fenelon e Downey não conseguiriam se recuperar. Já a Brasil Vita Filme, logo depois da morte de Carmem Santos, deixou de produzir com o mesmo vigor, participando de coproduções ou alugando seus estúdios para outras produtoras, até que sua infraestrutura foi vendida em 1959 para o produtor Herbert Richers.

Os anos 40, especialmente devido à II Guerra Mundial, representou um novo momento difícil para a cinematografia nacional. Houve um novo período de escassez de filmes virgens, que impossibilitava a constância na produção, até dos cinejornais (que ainda eram o único produto com renda certa de todas as grandes empresas produtoras brasileiras), e levava grande parte das produtoras a paralisarem ou reduzirem suas atividades (GONZAGA, 1987).

Ainda assim, entre os anos 40 e 50, outras três iniciativas emblemáticas tomaram corpo. De um lado, a carioca Atlântida e suas chanchadas que foram, durante pelo menos dez anos, a base da produção nacional e dos sucessos de bilheteria; e de outro, as paulistas Vera Cruz e a Companhia Cinematográfica Maristela<sup>20</sup>. A primeira, com seu grande aparato técnico e mão de obra estrangeira, na tentativa de produzir com alto padrão tecnológico sediado na cidade de São Bernardo, e a segunda, considerada por alguns como sua “prima pobre”, e cujos estúdios foram construídos no Bairro de Jaçanã, na cidade de São Paulo.

---

<sup>19</sup> Essa mesma legislação criou o Conselho Nacional de Cinematografia (CNC), um dos primeiros órgãos estatais de regulação/ fomento/ fiscalização do setor instalado no país e vinculado ao então Departamento de Imprensa e Propaganda criado por Getúlio Vargas na década anterior.

<sup>20</sup> Apesar de estamos dando mais destaque a algumas iniciativas, outras produtoras e estúdios foram construídos no Brasil entre os anos 30 e 50. Segundo Afrânio Catani e José Inácio Melo de Souza (1983), “na esteira da Vera Cruz, vieram outras grandes produtoras, como a Maristela e a Multifilmes, 40 ou 50 produtoras independentes”. Isso apenas em São Paulo. Alice Gonzaga cita na obra “50 Anos de Cinédia” uma matéria do jornal O Estado do Rio Grande, de Porto Alegre, datada de 28 de janeiro de 1931. A matéria mencionava a existência das seguintes produtoras: no Rio, Cinédia, Joe, Benedetti, Guanabara, Artistas Unidos do Brasil, Ita e outras; em São Paulo, J. Redondo, Apa, Íris, União Brasil Artística, Metrópole, Cruzeiro, Anhangá, Internacional, Épica, Sul-américa, Mendovil, Rex e outras; em Minas Gerais, América, Atlas, Phebo, Masotti, Belo Horizonte e outras; em

A Atlântida Cinematográfica foi fundada em 1941, na cidade do Rio de Janeiro, marcada pelo aprimoramento de um gênero que unia paródias e musicais, naquele que seria considerado, mais tarde, o primeiro gênero “genuinamente brasileiro”. Isso aconteceu contra a vontade de Fenelon, que esperava que a Atlântida apostasse em outros gêneros. Entretanto, eram as chanchadas que acabavam sustentando a empresa (CATANI; SOUZA, 1983). Também estavam à frente da iniciativa os irmãos João Carlos Burle e Paulo Burle, que assumiu a presidência da empresa.

Nesse período, o rádio exercia forte influência no país como principal meio de comunicação massivo. Então, sua linguagem e seu *star system* serviram como base para a estruturação dessa experiência, conforme Salienta Lia Bahia Cesário (2012). Entretanto, a base de criação da produtora, segundo o próprio Moacyr Fenelon, no “Manifesto de Criação da Atlântida”, mostra como essa era uma iniciativa envolta por uma ideologia nacionalista, industrialista e de tentativa de qualificar - do ponto de vista técnico e de conteúdo - a produção brasileira. Essas premissas podem ser vistas nos excertos seguintes:

A falta de organização industrial seria a causa, senão a única do nosso retardamento, neutralizando todos os esforços de alguns de nossos técnicos, escritores e artistas, abnegados e competentes profissionais que muito realizariam dentro de orientação certa artística e industrial.

A finalidade da Atlântida é a produção de filmes cinematográficos – documentários, noticiosos, artístico-culturais, de longa e pequena metragem, desenhos animados, dublagem de produção estrangeiras e atividades afins – implantando uma indústria e uma arte de cinema no Brasil.

(...)

Seremos uma grande empresa brasileira, começando por valorizar nossos temas, no que possuímos de mais belo, nos ambientes pictóricos e regionalistas, nos aspectos sociais do homem brasileiro, na sua história, na sua arte, suas tradições e seus costumes e na psicologia desse homem. (BARRO, 2002, p. 46 e 47)

A história da Atlântida é dividida em duas partes pelos historiadores do cinema brasileiro. A primeira fase de sua fundação, em 1941, que vai até 1947, e a segunda, de 1947 até 1953, quando um incêndio destruiu seus estúdios e seu acervo e, praticamente, inviabilizou a retomada da companhia. Esse marco divisório surgiu, especialmente, com a compra da maior parte da empresa cinematográfica por Severiano Ribeiro, importante

empresário dos setores de distribuição e exibição, e que passara a investir também, a partir daí, no ramo de produção<sup>21</sup>.

Apesar da tentativa de profissionalizar e “industrializar” a produção no país, um dos principais imaginários construídos em torno da Atlântida era justamente o seu sistema de produção precário, começando pela infraestrutura improvisada. Os estúdios foram construídos num antigo galpão no centro do Rio, em condições técnicas desfavoráveis – inexistência de isolamento acústico, por exemplo – e sem condições básicas de segurança. “Isto não é um estúdio... é uma fogueira”, teria dito Alberto Cavalcanti ao visitar os estúdios da Atlântida em 1949 (CATANI; SOUZA, 1983). Além disso, era marcada pela utilização de equipamentos improvisados ou pelas relações precárias de trabalho/pagamentos com os profissionais.

Ainda assim, ela utilizava estratégias típicas de produção de grandes estúdios, como os contratos de exclusividade, que determinavam que alguns artistas, como Oscarito e Grande Otelo, poderiam participar apenas de filmes produzidos pela Companhia cinematográfica.

Em 1947, houve uma mudança significativa na empresa, com a venda da maior parte de suas ações para Severiano Ribeiro, um dos principais empresários dos ramos de distribuição e exibição do país. Assim, ele passava também a explorar o elo que faltava da cadeia, o da produção. Essa mudança gerou uma pressão maior para mudar os rumos de suas produções (especialmente pela proposta de intensificação das filmagens de chanchadas). E, nesse processo, Moacyr Fenelon e o grupo que criou a empresa foram se retirando gradativamente. Isso não quer dizer que a Atlântida passou a contar com mais recursos para promover melhorias técnicas e/ou no pagamento de pessoal. Ao contrário, “os estúdios continuaram precaríssimos e a divisão de trabalho interna aos filmes seguiu reduzida a um fio de elementos imprescindíveis à continuidade e finalização das películas” (CATANI; SOUZA, 1983).

Entretanto, apesar do êxito, a Atlântida tinha um modelo de produção longe dos padrões técnicos hollywoodianos, e algumas de suas obras satirizavam essa tentativa no Brasil. Conforme referem autores como João Luiz Vieira e Ismail Xavier, uma das marcas das chanchadas<sup>22</sup> era o “rir de si mesmo”, inclusive de um ponto de vista metalinguístico.

---

<sup>21</sup> Herdeiro de Luís Severiano Ribeiro, que começou a construir forte circuito exibidor no Nordeste e logo se ampliou para outras regiões do país. Além do circuito de salas, também investiu num laboratório - a Cinegráfica São Luiz; numa distribuidora – Distribuidora de Filmes Brasileiros, e depois, União Cinematográfica Brasileira; e diretamente na produção, tornando-se sócio majoritário da Atlântida em 1947. No período em que controlou a produção, a distribuição e a exibição, a Atlântida conseguiu alguns dos seus melhores resultados de bilheteria. Ainda hoje, o Grupo Severiano Ribeiro participa intensamente do ramo de exibição, como a principal empresa de capital nacional nesse setor. (MIRANDA; RAMOS, 2000)

<sup>22</sup> Importante reforçar que as chanchadas não foram produzidas apenas pela Atlântida, mas também explorado por outras produtoras que atuaram nesse período no Rio Janeiro, incluindo a Cinédia e a Brasil Vita Filme.

Exemplo disso é o filme “Carnaval Atlântida”, considerado um dos clássicos do cinema brasileiro e que retrata uma adaptação brasileira de Helena de Troia, numa paródia ao cinema americano e ao próprio modelo de produção do cinema brasileiro. Essa foi uma experiência que vigorou, de forma mais sólida, até o início dos anos 50. De forma geral, a principal razão apontada para o declínio da Atlântida foi o próprio esgotamento do gênero (chanchada), que não foi renovado com o passar do tempo, aliado às crises financeiras que a empresa sofria e que a obrigavam a ter uma produção mais intermitente, o que foi se agravando com o tempo, com o citado incêndio que atingiu seus estúdios em 1953.

De toda forma, algo importante a se tirar dessa experiência é apontada por Afrânio Catani e José Inácio de Melo Souza

Os filmes da chanchada representam, na verdade, a primeira experiência de longa duração na produção de uma série de *filmes para o mercado*, sendo que suas condições de produção caracterizam-se por um esquema industrial que se auto-sustenta, utilizando técnicas pouco sofisticadas e com um custo bastante reduzido (CATANI; SOUZA, 1993, p. 69).

Quase três décadas depois da experiência da “Bela Época do Cinema Brasileiro”, o país vivenciou um novo período de efervescência do setor com o desenvolvimento de um gênero que, em pouco tempo, caiu no gosto popular e foi capaz de sustentar praticamente vinte anos de produção ininterrupta, o que não era bem visto por determinados segmentos do país, como a burguesia paulista, que resolveu estruturar uma proposta industrial com um paradigma diferente do da Atlântida.

Financiada pela recém-estruturada classe industrial paulista, cujos principais nomes eram dos irmãos Matarazzo (os mesmos responsáveis pela criação, por exemplo, do Museu de Arte de São Paulo) e do engenheiro Franco Zampari (que também seria responsável pela criação do Teatro Brasileiro de Comédia), surgiu a Companhia Cinematográfica Vera Cruz, cujos estúdios foram construídos na cidade de São Bernardo, com a proposta de produzir cinema no país nos mais altos padrões técnicos.

Galvão (1981, p. 11) afirma que

a Vera Cruz surge num momento de grande efervescência cultural em São Paulo, um pós-guerra rico de ideias e de realizações. Num curto espaço de tempo – cinco, seis anos, talvez – a cidade assiste, um tanto perplexa e orgulhosíssima, ao nascimento de dois museus de arte, à formação de uma companhia teatral de alto nível, à multiplicação de concertos, escolas de arte, conferências (...) – a tudo quanto é sinal de existência e expansão dessa cultura eminentemente urbana e burguesa que distingue a grande cidade da



provincia, e muitas vezes, consegue aprofundar-se na mesma medida em que alarga seu raio de ação.

Tratava-se, sobretudo, de uma estratégia de distinção cultural para fortalecer a classe industrial burguesa que se consolidava em São Paulo, em detrimento da aristocracia rural cafeeira. Para complementar, poderíamos afirmar que também integrava uma estratégia de contraposição (econômica e cultural) ao modelo carioca, então baseado num cinema de base popular. Ou seja, estavam em jogo hegemonias econômicas, mas tendo como pano de fundo distinções estético-artísticas e culturais. Galvão assevera que,

na impossibilidade de impor qualquer outra coisa, a arte e a cultura são formas possíveis de tentar impor a sociedade uma visão de mundo. Ou talvez ainda a burguesia precisasse desse aparato exterior de refinamento, tanto quanto de cadilaques ou de palacetes, para convencer a si própria de seu vigor (1981, p. 20).

Então, na perspectiva de que o cinema brasileiro deveria ser construído com bases técnicas “avançadas”, foram importados equipamentos de ponta e profissionais de “alto nível”, tanto dos Estados Unidos quanto da Europa, tendo como principal símbolo a contratação de Alberto Cavalcanti, brasileiro com forte produção no campo documental inglês, como diretor de produção. Conforme salienta Cesário (2012, p. 34 e 35), “o mito da construção de uma industrialização cinematográfica brasileira residia na ideia de grandes produções, orçamentos elevados, e alta tecnologia, todos copiados da indústria hollywoodiana”. Mas nem tudo fluiu bem durante seus anos de existência em sua estrutura interna, como o imaginário geral costuma reproduzir. Nesse sentido, a série de depoimentos de profissionais que participaram do projeto Vera Cruz presentes na obra de Galvão são bastante elucidativos e nos mostram o quanto a iniciativa foi marcada por uma forte instabilidade interna.

Apesar de haver depoimentos como o de Alberto Cavalcanti, em que ele relata uma série de problemas por que teria passado, quando assumiu o cargo de diretor de produção em seu primeiro ano de existência, ou o de Abílio Pereira de Almeida, que trabalhou nas funções de roteirista, ator e diretor e criticou o modelo de produção “importado da Inglaterra” adotado por Cavalcanti, na condução dos processos de filmagem e divisão de trabalho, uma questão foi unanimidade: a Vera Cruz tinha um problema de gestão. Para além de um problema de importação de modelo, esses depoimentos sinalizam um problema maior: que a própria

administração do projeto não estava maturada, pois os que idealizaram o projeto não estavam preparados ou não entendiam o mercado cinematográfico.

Ironicamente, pouco tempo depois do lançamento de seu principal sucesso de bilheteria, o filme “O Cangaceiro”, de 1954, a Companhia encerrou suas atividades. Apesar do grande êxito de público, a Vera Cruz sofreu forte revés por causa do contrato de distribuição que estabeleceu com a Colúmbia e que lhe deu baixa participação nos lucros do filme, conforme atestam os depoimentos de Barreto e de Almeida (GALVÃO, 1981).

Ressaltamos que sua produção está longe de ser desprezível, pois, durante seus quatro anos de funcionamento, produziu 18 filmes (RAMOS, 2000), e quando se aproximou do universo popular, seus principais êxitos de público apareceram, como no caso do já citado ‘O cangaceiro’, mas também nos filmes de Mazaroppi. A Vera Cruz, então, não teria passado de um filme de aventura proposto por uma burguesia nascente.

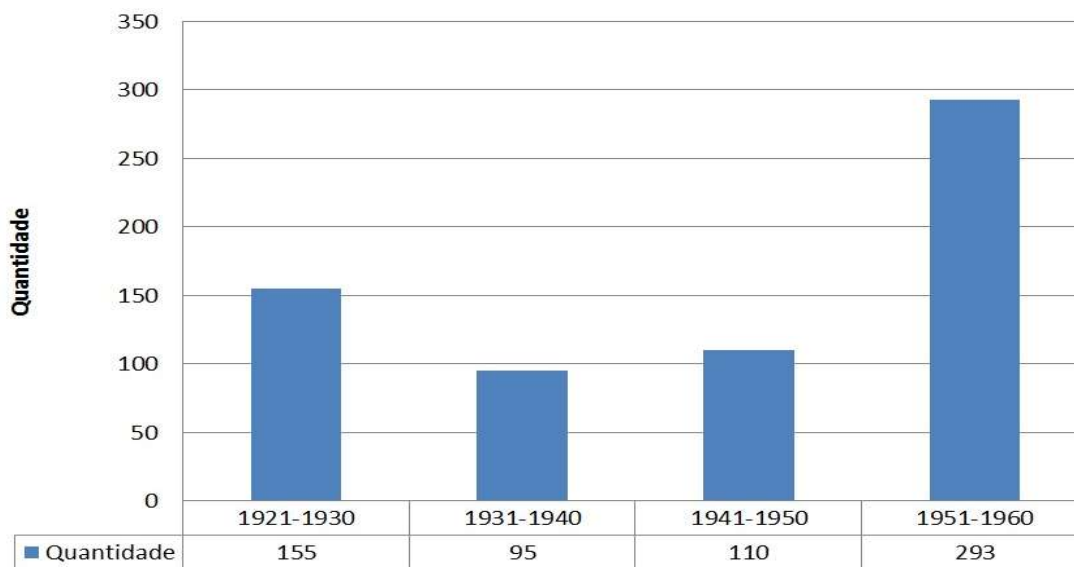
Apesar de menos conhecida do que as experiências apresentadas antes, a Companhia Cinematográfica Maristela também aparece como outra proposta emblemática nessa tentativa de implementar uma produção de cinema com base em estúdios. Foi fundada em 11 de agosto de 1950, aproveitando esse novo *boom* da produção paulista, e seguiu passos parecidos com os da sua coirmã, no que tange ao seu modelo de funcionamento. Seu desejo era de implementar um modelo de produção de filmes em série. Por isso, contratou técnicos estrangeiros e tentou estruturar seu próprio star system. A iniciativa cresceu rapidamente e, “em meados de 1951, a Maristela tinha cerca de 250 empregados” (CATANI, 1987, p. 243). Mas, assim como a Vera Cruz, a companhia passou por problemas de gestão durante os seus oito anos de funcionamento. Ela chegou a pertencer, entre 1952 e 1954, a Alberto Cavalcanti e sua empresa “Kino Filmes”, entre 1952 e 1954. Mas, como não teve atingido êxito no empreendimento, a gestão da Maristela foi devolvida ao seu grupo criador, a Família Audrá.

Mesmo atingindo seu auge nos anos seguintes, entre os anos de 1954 e 1956, quando produziu nove filmes, entre produções e coproduções, e num modelo de produção em que não entrava com recursos diretos, mas com pessoal técnico e infraestrutura, ela não conseguiu se erguer e seguir plenamente suas atividades. Entre altos e baixos, chegou a produzir (e coproduzir), aproximadamente, 21 filmes e encerrou suas atividades em 1958. Mas o término da Maristela foi menos traumático para seus donos do que o da Vera Cruz. Marinho Audrá, diretor geral da empresa, vendeu os terrenos em Jaçanã e investiu num novo ramo cinematográfico, o da dublagem de filmes para televisão, com a criação da empresa Grava-Som (CATANI, 1987 e CATANI, 2000).

Um ponto em comum entre a Vera Cruz e a Maristela é o fato de que parte de seus filmes foram distribuídos pela norte-americana Colúmbia. As empresas produtoras do período viviam momentos difíceis, porque o mercado de exibição era praticamente controlado por apenas três empresas, sendo duas estrangeiras: Colúmbia e Universal e a União Cinematográfica Brasileira, de Severiano Ribeiro. Com o mercado concentrado, os contratos favoreciam pouco as produtoras. No caso da Colúmbia e da Universal, a situação de mercado se agravava, pois os lucros eram remetidos para os Estados Unidos e contribuem pouco (ou nada) para o desenvolvimento do mercado brasileiro. Essas experiências nos fazem pensar se o grande paradigma a ser enfrentado pelo cinema brasileiro é simplesmente uma questão de aparato técnico e/ou modelo de produção rígido, porque, conforme apresentamos acima, paradoxalmente, a Vera Cruz, com seu aparato tecnológico de ponta, conseguiu sobreviver por muito menos tempo do que a Atlântida e sua produção “subdesenvolvida”.

Esses questionamentos ganharam mais fôlego quando analisamos os dados de longas-metragens produzidos no Brasil entre 1920 e 1960, a partir de dados sistematizados por Anita Simis (2010) e que são resumidos na tabela abaixo:

**Gráfico 03** – Produção de longas-metragens no Brasil – 1921 a 1960



Fonte: SIMIS, 2010

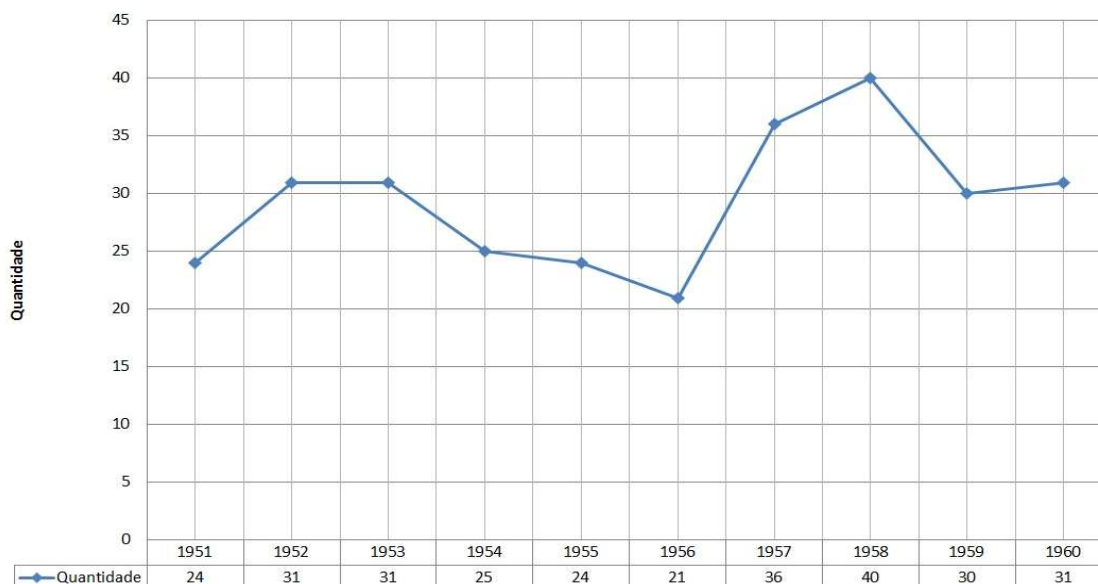
Da tabela acima, vale reforçar as seguintes questões: em primeiro lugar, os anos 20 não representaram um abandono completo da produção nacional de longas. Como já dito, a base da produção, nesse período, foi feita com a produção dos filmes de cavação, os naturais e

os cinejornais. Mas os recursos advindos desses formatos possibilitavam o investimento em longas pelas empresas que atuavam no setor no período. Foi uma fase também de alguns surtos regionais, como o de Cataguazes, cujo principal expoente foi Humberto Mauro.

Os anos 30, mesmo com a entrada de importantes produtoras no mercado (como a Cinédia), apresentaram uma baixa no número total de títulos produzidos. Foi o período de surgimento do cinema falado, e a maior parte das produtoras brasileiras demorou a se adaptar a esse novo contexto. Nos anos 40, houve uma leve recuperação em relação à década anterior, mas isso, especialmente, no final dos anos 40, quando a Atlântida, por exemplo, passou a ampliar suas atividades de produção. Foi um período em que a produção ficou concentrada, basicamente, no Rio de Janeiro, e novas iniciativas só surgiram no final dos anos 40.

Já nos anos 50, a produção sofreu um verdadeiro boom. Foi o período em que surgiram a Vera Cruz, a Maristela e outras iniciativas pontuais pelo país. Mas é interessante notar que, mesmo com o encerramento das atividades da Vera Cruz, da Maristela e da Atlântida, a produção no país não diminuiu. Ao contrário, ela obteve uma leve tendência de queda entre 1954 e 1955, mas logo reverteu essa tendência a partir de 1956, conforme podemos observar na tabela abaixo, que aborda apenas a produção nos anos 50.

**Gráfico 04 – Produção de longas-metragens no Brasil – 1951 a 1960**



**Fonte:** Simis, 2010

Isso é explicado, novamente, por uma série de surtos regionais e pelo surgimento de novas correntes, como o cinema novo, que passou a produzir em quantidade significativa.

Chama à atenção, especialmente, a virada que aconteceu entre os anos de 1956 e 1957, quando a produção saltou de 21 para 36 filmes. Por mais paradoxal que possa parecer, os períodos de mais produção foram justamente os marcados por novos “surtos” e/ou iniciativas pontuais, dentro e fora dos grandes centros, e a regionalização da produção, apesar de ter acontecido de forma “desorganizada” e sem intenções de consolidar uma indústria nacional, foi uma das principais responsáveis pelo incremento quantitativo na produção entre os anos 20 e 60.

#### 4.4 A ERA DOS EXTREMOS: DO ESTADO À BOCA DO LIXO

O período localizado entre a metade dos anos 50 e a quase totalidade dos anos 60 foi marcado por novas reflexões sobre modelos e formatos para almejar a tão sonhada indústria cinematográfica brasileira. Se, ao mesmo tempo, foi um período em que não houve iniciativas grandiosas (como a construção de grandes estúdios), nem por isso a produção nacional deixou de continuar sendo realizada. E mesmo com uma ligeira queda na produção no início da década, o saldo de filmes realizados no período saltou de 293 produções, nos anos 50, para 392 produções nos anos 60.

Ainda com resquícios das experiências frustradas da Atlântida - Vera Cruz, Maristela e outros – houve mais pressão da classe cinematográfica para que o Estado tivesse mais intervenção no setor. Foi um período em que o país foi assolado por uma ideologia nacional-desenvolvimentista, que ganhou fôlego a partir do governo JK. Isso vai acabar reforçando a defesa do cinema brasileiro tanto como um setor da “indústria” nacional, que deve ser estimulado e defendido pelo governo, quanto com a vinculação dessa defesa a uma concepção de afirmação da cultura nacional. Nesse sentido, Ramos aponta:

Uma indústria cinematográfica quase inexistente, e totalmente desamparada, oscilava entre o desinteresse do capital internacional, que já dominava o campo em termos de mercado, e a crença no interesse do Estado em desenvolver mais esse setor industrial que viria se somar e reforçar o desenvolvimento nacional. Daí os apelos e referências constantes a importância do cinema brasileiro como gerador de divisas, comparando-o aos dos países hegemônicos do sistema capitalista mundial, sublinhando as suas potencialidades econômicas (RAMOS, 1983, p. 20 e 21).

Como respostas do Estado a essa pressão do setor, foram criados, em sequência, o Grupo de Estudos da Indústria Cinematográfica (GEIC)<sup>23</sup>, em 1958; o Grupo Executivo da Indústria Cinematográfica (GEICINE)<sup>24</sup>, em 1961; e o Instituto Nacional de Cinema (INC)<sup>25</sup>, em 1966, com o objetivo de fomentar e fiscalizar o mercado brasileiro. Entretanto, a partir do final dos anos 60, a participação estatal passou a ser realizada com a participação direta no mercado e a criação da Empresa Brasileira de Filmes S.A., a Embrafilme, que foi criada no ano de 1969 e era uma empresa de capital misto em que, segundo Amâncio (2007, p. 175), do seu capital social, “70% eram subscritos pela União, representada pelo MEC, e o restante, por outras entidades de direito público e privado”. Ela foi concebida num contexto de exceção, no auge da repressão da ditadura militar, a partir do Decreto-lei nº 862, de 12 de setembro de 1969.

Seu objetivo inicial era a promoção de filmes brasileiros no exterior, mas logo ampliou seus campos de atuação para a produção e a distribuição. Sua história, apesar de relativamente curta (1969-1990), foi marcada por inúmeros paradoxos. Se, até então, o Estado intervinha no mercado cinematográfico por meio de mecanismos como a cota de tela, a taxa sobre remessa de lucros para o exterior, a obrigatoriedade de exibição de curtas antes das sessões de longas-metragens, ou pela atuação de órgãos como o INCE ou o INC, com a criação da Embrafilme, ele passou a ser um agente direto do mercado.

O pesquisador André Gatti (2000) menciona a existência de três grandes fases na história da Embrafilme. A primeira, entre 1969-1974, teria sido um momento de estruturação e construção de diretrizes gerais de atuação; a segunda, entre 1974-1985, marcada pela definição de seu desenho institucional e por seu auge na atuação dentro no mercado interno e

---

<sup>23</sup> Criado a partir da Comissão Federal de Cinema (de 1956), foi um órgão voltado para a realização de estudos e avaliações do setor cinematográfico, mas que pouco atendeu às demandas concretas do setor (RAMOS, 1983).

<sup>24</sup> O GEICINE, criado a partir do GEIC, surgiu “como uma continuidade da linha pragmaticamente industrialista consolidada no desenvolvimentismo, mas agora imersa no contexto de crise do Estado (...). Surgia nessa situação, um órgão cuja grande vantagem, dizia-se, seria ultrapassar as limitadas ações do GEIC e do Conselho Federal que se restringiam aos aspectos consultivos e de estudos. Procurava-se articular dessa vez a questão cinematográfica com órgãos governamentais que iam desde o MEC até setores que cuidavam das atribuições financeiras como Carteiras de Crédito, de Comércio Exterior etc. Ficava clara novamente a tentativa de lançar o cinema para a esfera dos problemas econômicos do Estado, e inclusive em 1963 o GEICINE passa a ficar sob a jurisdição do Ministério da Indústria e Comércio” (RAMOS, 1983, p. 29).

<sup>25</sup> “O Instituto Nacional de Cinema era uma autarquia com função legislativa de fomento, incentivo e fiscalização, além de ser responsável pelo mercado externo e pelas atividades culturais. Incorporou o INCE (MEC) e o Grupo Executivo da Indústria Cinematográfica (GEICINE), do Ministério da Indústria e Comércio, de 1961, ao mesmo tempo em que foi dotado de alguns instrumentos de intervenção no mercado: a obrigatoriedade de registro de produtores, exibidores e distribuidores, permitindo a prospecção e o controle da atividade, a determinação da obrigatoriedade de exibição do filme nacional e também da aplicação em filmes brasileiros de 40% do imposto devido sobre a remessa de lucros das companhias estrangeiras” (AMÂNCIO, 2007, p. 174).

externo; e o período entre 1985 e 1990, caracterizado pelas sucessivas crises de gestão, déficits orçamentários e instabilidade institucional.

Durante a primeira fase, o modelo de negócio adotado era o de financiamento, nos moldes de um empréstimo bancário, em que a empresa financiava projetos de produtoras com base em sua experiência no mercado. Mas, ainda a partir de 1972, passou a adotar, também, o regime de coprodução e se associou financeiramente ao projeto e onde financiava até 60% do orçamento do filme e passava a participar de todas as receitas auferidas durante sua vida comercial (AMANCIO, 2007). Esse modelo foi o principal adotado dali em diante. A partir de 1973, começou a estruturar suas atividades de distribuição. E, com a ampliação de suas atividades, o INC foi perdendo espaço, foi extinto no ano de 1974, e suas atividades foram incorporadas pela empresa. Nesse mesmo ano, foi criado o Conselho Nacional de Cinema (CONCINE), como órgão fiscalizador e complementar à atuação da Embrafilme.

Quando avaliamos sua história do ponto de vista político-institucional, verificamos que a gestão e os rumos da Embrafilme sempre foram alvo de uma forte disputa. Sob o ponto de vista de Cesário (2012), o período de existência da empresa foi marcado por uma relação tensa entre dois grandes grupos que polarizavam o pensamento cinematográfico brasileiro. De um lado, os remanescentes do grupo do cinema novo defendiam um modelo de “cinema de autor” e a qualidade artística da obra. Enquanto outro grupo, capitaneado por nomes como Luís Carlos Barreto, defendia um modelo baseado no cinema como entretenimento, o que gerava constantes tensionamentos dentro e fora da empresa.

Nesse processo, as gestões de Gustavo Dahl, Roberto Farias e Celso Amorim, que estavam à frente da empresa justamente em seus momentos de estruturação, consolidação e auge de suas atividades, passaram a ter uma importância central. Vale destacar, especialmente, a figura de Roberto Farias, pois foi em sua gestão que ela passou a fortalecer seu braço de distribuição, obteve os melhores resultados de público e retorno de renda e por ter sido um nome que, aparentemente, conseguiu atender aos interesses de ambos os grupos.

Em relação aos resultados auferidos pela empresa, durante os anos 70, a cinematografia brasileira voltou a ocupar lugar de destaque no mercado nacional, com picos de participação de mercado de 29,2, 29% e 30,7% nos anos de 1978, 79 e 80 respectivamente (SILVA, 2009, p. 79).

Na passagem entre as décadas de 70 para 80, a EMBRAFILME chegou a liderar o mercado da distribuição, superando o desempenho das companhias norte-americanas como a CiC e a Columbia, que se alternavam na primeira posição de *market share* (SILVA, 2009, p. 78).

Um dos principais exemplos de êxito da história da filmografia brasileira vem desse período - o filme *Dona Flor e seus dois maridos*. Lançado no ano de 1976, foi visto por 10.735.524 espectadores e figurou, até ser desbancado pelo filme *Tropa de Elite 2*, como o filme de maior público da história do cinema nacional. Outro grande sucesso do período produzido e distribuído pela empresa foi o filme “*A Dama da Lotação*”, lançado em 1978, que levou aos cinemas cerca de 6,5 milhões de espectadores. Ambos foram produzidos e distribuídos pela Embrafilme (AGENCIA NACIONAL DO CINEMA, 2014).

De acordo com os resultados desta tabela, obtidos pela empresa nos anos 70, podemos perceber a importância de sua participação no mercado nacional.

**Tabela 02** – Participação da Embrafilme no mercado de cinema brasileiro

| Ano  | Público total<br>(filmes nacionais) | Público Embrafilme | %*    |
|------|-------------------------------------|--------------------|-------|
| 1971 | 28.082.358                          | 2.837.093          | 12,28 |
| 1972 | 30.967.603                          | 4.641.502          | 16,12 |
| 1973 | 39.815.445                          | 2.673.724          | 10,95 |
| 1974 | 30.665.515                          | 6.803.153          | 27,80 |
| 1975 | 48.859.308                          | 6.324.268          | 14,69 |
| 1976 | 52.046.653                          | 13.944.515         | 29,71 |
| 1977 | 50.937.897                          | 14.778.952         | 33,03 |
| 1978 | 61.854.842                          | 21.790.564         | 37,99 |
| 1979 | 55.836.885                          | 13.375.724         | 25,02 |

\* Participação da Embrafilme no mercado de filmes nacionais

Fonte: Gatti (2007)

A partir dessa tabela, podemos fazer algumas reflexões. A primeira delas, conforme salienta André Gatti, é que o salto de participação no mercado, a partir da metade dos anos 70, foi dado justamente no momento em que o braço de distribuição da Embrafilme começou a se consolidar. Mas, apesar desses resultados expressivos, há uma questão que o pesquisador não comenta: se a Embrafilme participou, entre 74 e 79, com uma média de 28,5% do mercado de filmes brasileiros, de onde viriam os outros 71,5%? Uma das principais respostas para essa pergunta teria origem no centro de São Paulo, na região que ficaria conhecida como “Boca do Lixo” e que representou, quantitativamente, uma importante parcela da produção brasileira entre os anos 70 e 80.

Conforme aponta Nuno Cesar Abreu (2000, p. 219), a Boca do Lixo



foi formada com a consciência de que trabalhava com a realidade do cinema brasileiro: a produção de filmes que podiam render dentro das condições de mercado e de sua reserva. (...)

Obtendo retorno dentro dessa faixa, garantiu uma base empresarial que, embora pulverizada entre várias produtoras (e produtores), foi o que mais se aproximou do que se poderia chamar indústria cinematográfica no Brasil.

A região conhecida como Boca do lixo se localizava no Centro de São Paulo, nas imediações da Estação da Luz. Apesar de ser um espaço que já contava com produtoras cinematográficas desde a década de 50, foi nos anos 70 que seu auge aconteceu. Uma das principais razões que Nuno Cesar de Abreu (2002) e Ricardo Ribeiro de Almeida (2012) apontam para o desenvolvimento intensivo da produção da Boca foi o espaço aberto pela ampliação da lei de cota de tela. Havia demanda de produções nacionais pelo circuito exibidor, e a produção da Embrafilme não seria suficiente para suprir esse espaço. Assim, outras produtoras ganharam espaço, e a Boca do Lixo aproveitou a ampliação de um nicho que já vinha se desenvolvendo desde o final dos anos 60.

Naquela região já estavam instaladas produtoras e distribuidoras de relativo sucesso, como a Cinedistri (que realizou junto com o cineasta Anselmo Duarte o sucesso brasileiro *O Pagador de Promessas*, em 1962) e a Servicine, de propriedade de Alfredo Palácios e Antônio Polo Galante (ALMEIDA, 2012, p. 49).

Sem entrar diretamente no mérito sobre se a Boca desenvolveu um gênero (a pornochanchada), é um fato que a maior parte dos filmes produzidos ali se identificava tanto do ponto de vista estético quanto do ponto de vista do modelo de produção. Sua produção era apoiada em capitais privados, com todos os riscos de mercado atrelados a essa forma de trabalho, e servia como uma espécie de contraponto à Embrafilme. A oposição só não era completa porque o então INC (e, posteriormente, a Embrafilme) pagava um prêmio adicional de renda com base nos resultados dos filmes brasileiros obtidos. Assim, enquanto essa premiação existiu (1966 a 1979), os produtores da Boca recebiam recursos públicos dessa forma e que eram reinvestidos em novas produções, modelo de trabalho adotado pelas empresas ali situadas (ABREU, 2002).

Em comum, além das produções de baixo orçamento, a Boca sobrevivia com base em um modelo complexo que viabilizava sua produção em série e que ia além das bilheterias obtidas com filmes anteriores.

Para obter rentabilidade, os filmes precisavam apoiar-se em esquemas de produção “controlados”: tempo de filmagem reduzido, economia de negativo (filme virgem), remuneração negociada com elenco e equipe, captação de investimentos com pequenos e médios empresários (e “às vezes” grandes empresários); *merchandising* (anúncios velados) e *marketing* (divulgação); crédito em laboratórios e locadoras de equipamentos; apoio de empresas e de prefeituras do interior, etc. E, principalmente, negociação – participação societária, venda dos direitos de distribuição, coprodução, etc. – com exibidores e distribuidores (ABREU, 2002, p. 229).

Importante ressaltar também que, assim como no caso Embrafilme, chama a atenção a relação ambígua que o então Governo Militar tinha com ambas, alternando momentos de “permissividade” com momentos de censura. A crítica social, assim como o conteúdo erótico dos filmes, era sempre alvo de dosagens do então regime em ambos os modelos, com momentos de mais ou menos abertura (seja por opção dos órgãos de censura, seja pela perspicácia dos próprios realizadores).

Em relação aos resultados obtidos, a tabela abaixo é bastante emblemática, pois compara os números de filmes produzidos no país com a participação da Embrafilme e da Boca do Lixo nesse total. Assim, percebemos o quanto essas duas iniciativas foram representativas para a produção brasileira, especialmente nos anos 70 e nos primeiros anos da década de 80.

**Tabela 03** – Quadro comparativo da produção de filmes entre Embrafilme e Boca do Lixo

| Ano  | Produção de filmes (Brasil) | Embrafilme | Boca do Lixo |
|------|-----------------------------|------------|--------------|
| 1969 | 46                          | -          | 12           |
| 1970 | 83                          | 17         | 21           |
| 1971 | 94                          | 12         | 22           |
| 1972 | 70                          | 30         | 25           |
| 1973 | 54                          | 25         | 20           |
| 1974 | 80                          | 38         | 21           |
| 1975 | 89                          | 25         | 24           |
| 1976 | 84                          | 29         | 37           |
| 1977 | 73                          | 12         | 21           |
| 1978 | 100                         | 22         | 40           |
| 1979 | 96                          | 19         | 44           |
| 1980 | 103                         | 13         | 39           |
| 1981 | 80                          | 21         | 55           |
| 1982 | 85                          | 23         | 51           |

Fonte: Abreu (2002, p. 221)

Nos anos 80, a crise econômica que assolou o país foi um dos principais fatores que fizeram a Embrafilme e a Boca do Lixo declinarem. No lado estatal, o derradeiro golpe sofrido pela Empresa Brasileira de Filmes S.A. foi a sua extinção no Governo Collor, no ano

de 1990, período de forte influência neoliberal na economia nacional e de enxugamento da máquina pública. Mas, antes disso, a própria iniciativa já vinha sofrendo forte desgaste, acusada de favorecimentos, concentracionismo, corrupção e ineficiência. Alguns avaliam inclusive que o modelo Embrafilme gerou um processo prejudicial à produção independente nacional.

A ideia de um cinema comercial, voltado diretamente para o mercado e associado ao aparelho de Estado, apontava para um modelo concentracionista, de pequenos grupos e grandes investimentos, e ameaçava os produtores independentes, atuando numa faixa de menor disponibilidade de recursos, abertos a um maior número de tendências e disputando no terreno de exibição de segunda linha sua legitimação comercial (AMÂNCIO, 2007, p. 180).

Conforme complementa Amâncio (2007), com quem concordamos, apesar de um período de fortes investimentos de fomento direto, não houve capitalização e diversificação do setor, já que o foco de intervenção estava no apoio a projetos e a produtos diretos (os filmes), e não, no desenvolvimento de ações de dinamização do mercado. As produções aumentavam, mas o nível de concentração do papel do Estado como agente econômico se ampliava na mesma proporção, gerando forte dependência do setor.

Uma das poucas exceções a isso foi a Boca do Lixo. Mas, por depender de fatores externos de mercado, sofreu graves consequências da crise econômica, o que levou à queda no número de produções e, conseqüentemente, do público e de bilheteria. Aliado a isso, passou a sofrer com o desgaste do gênero e com a concorrência dos filmes de sexo explícito (que passaram a ser liberadas no período de redemocratização do país) e a fazer parte das produtoras que migraram pra esse novo “nicho de mercado”.

#### 4.5 O MODELO NEOLIBERAL

Nos anos 80, o país passou por uma forte turbulência nos campos político, social, econômico e cultural. Foi um período de transição entre a ditadura militar e a redemocratização, mas também de constantes intervenções na economia, na tentativa de conter a inflação e dotar o país de mais estabilidade.

Nesse contexto, em 1989, foi eleito o primeiro presidente com voto direto pós-ditadura, Fernando Collor de Melo, depois de cuja eleição, começou a ser adotada uma série de políticas de cunho neoliberal e que envolviam, entre outras coisas, a diminuição da

máquina estatal. E, nesse aspecto, o campo cultural sofreu duros golpes, pois o Ministério da Cultura, criado em 1985, transformou-se em secretaria, e tanto a Embrafilme quanto o Conselho Nacional de Cinema foram extintos em 1991.

A partir daqui, começou a haver uma mudança de paradigma na relação Estado-cultura e teve início um período marcado pela criação de leis de incentivo, cuja principal opção de estímulo, não apenas ao cinema, mas a diferentes áreas do campo cultural, foi a do mecanismo do financiamento indireto, ou melhor, do fomento mediado pelos departamentos de marketing das grandes empresas nacionais, que passaram a ter dedução de impostos quando apoiassem produções culturais, intermediadas por esses dispositivos legais. A concepção, por trás dessa ação, era de que não caberia ao Estado, mas à “sociedade” definir como se movimentaria o campo da produção cultural. Entretanto, onde se lê “sociedade”, leia-se “mercado”. No fundo, o que realmente aconteceu foi uma transferência das decisões sobre quais projetos seriam apoiados para o setor privado. Como esse mecanismo previa que poderia ser abatido até 80% do valor investido pelas empresas através de renúncia fiscal, no fundo, o Estado continuava sendo o grande financiador da cultura no país.

Os marcos desse tipo de fomento apareceram com a aprovação da Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991 - Lei Rouanet (uma reformulação da Lei no 7.505, de 2 de julho de 1986, que ficou conhecida como Lei Sarney) - e da Lei nº 8.685, de 20 de julho de 1993 - Lei do Audiovisual, que trata, especificamente, do fomento ao setor cinematográfico. Ela aprofundou essa lógica, quando permitiu a dedução de até 100% do valor investido na obra cinematográfica em impostos devidos à União. Ou seja, os filmes financiados por esse mecanismo são completamente pagos com dinheiro público, mas intermediados pelo setor privado.

Em 1993, o *impeachment* do então presidente Fernando Collor e da subida ao poder do vice Itamar Franco, o Ministério da Cultura é recriado. Junto com ele, foi criada a Secretaria para o Desenvolvimento do Audiovisual. Mas, atualmente, depois de quase 20 anos de surgimento do período que ficou conhecido como o da “retomada”, percebemos o papel central das leis de incentivo fiscal para o incremento da produção nacional em detrimento de outras iniciativas estatais. Assim,

se na época da Embrafilme, o Estado era produtor direto do cinema nacional – cinema de Estado -, a partir da lei do audiovisual (1993), o governo se retira enquanto figura do produtor estatal, permitindo uma relação direta e obrigatória do produtor de cinema com o investidor e empresas estrangeiras (CESÁRIO, 2007, p. 05).

Tinha origem o chamado “cinema da retomada”, que se relaciona com o período em que um hiato na produção de filmes longa-metragem entre o final dos anos 80 e início dos anos 90, voltou-se a produzir em maior escala. Um marco desse momento é o lançamento de “Carlota Joaquina – Princesa do Brasil”, da diretora Carla Camurati. Lançado em 1995, ele foi um marco por ter conseguido superar a marca de 1 milhão de espectadores num contexto pouco favorável ao cinema nacional.

Para além da retomada da produção, como enunciam alguns autores, esse período “não possui uma unidade estética e muito menos uma proposta política que pudesse ser comparada a do Cinema Novo” (CARDOSO e CATELLI, 2009, p. 05). É um momento caracterizado por uma heterogeneidade de temas, estéticas e realizadores/as, mesmo que algumas problemáticas sociais, como a violência urbana, o tráfico de drogas e as cinebiografias tenham lugar de destaque.

Já em 2001, como fruto de um novo processo de organização e pressão da classe cinematográfica (especialmente pela realização do Congresso Brasileiro de Cinema, no ano 2000), o então governo Fernando Henrique Cardoso criou a Agência Nacional do Cinema (ANCINE), através da Medida Provisória nº 2.228-1, de 06 de setembro de 2001, regulamentada pelo decreto nº 4.121, de 07 de fevereiro de 2002. Nesse período, ela surgiu vinculada à Secretaria-geral da Presidência da República e, dentre os 22 objetivos que constam em seu decreto de regulamentação, vale salientar as seis primeiras, que foram uma síntese do espírito presente em todas as demais:

- I - promover a cultura nacional e a língua portuguesa mediante o estímulo ao desenvolvimento da indústria cinematográfica e videofonográfica nacional em sua área de atuação;
- II - promover a integração programática, econômica e financeira de atividades governamentais relacionadas à indústria cinematográfica e videofonográfica;
- III - aumentar a competitividade da indústria cinematográfica e videofonográfica nacional por meio do fomento à produção, à distribuição e à exibição nos diversos segmentos de mercado;
- IV - promover a auto-sustentabilidade da indústria cinematográfica nacional visando o aumento da produção e da exibição das obras cinematográficas brasileiras;
- V - promover a articulação dos vários elos da cadeia produtiva da indústria cinematográfica nacional;
- VI - estimular a diversificação da produção cinematográfica e videofonográfica nacional e o fortalecimento da produção independente e das produções regionais com vistas ao incremento de sua oferta e à melhoria permanente de seus padrões de qualidade;

Todos esses objetivos, assim como os outros 18 não citados, são permeados pela ideia de “desenvolvimento da indústria cinematográfica e videofonográfica nacional”, uma agência voltada diretamente para regulamentar e fomentar o mercado através dessa ideologia industrial. Em 2003, já no Governo Lula, a ANCINE foi transferida para o Ministério da Cultura. Essa mudança ainda hoje não foi bem resolvida, pois o Minc tinha uma Secretaria voltada para esse campo (a então Secretaria para o Desenvolvimento do Audiovisual, que seria chamada, mais tarde, apenas, de Secretaria do Audiovisual) e mantém, até hoje, os dois órgãos funcionando paralelamente.

Atualmente, é a ANCINE que gere o principal mecanismo de fomento federal ao setor cinematográfico brasileiro: o Fundo Setorial do Audiovisual (FSA), cuja criação foi possível com a Lei 11.437, de 28 de dezembro de 2006, a qual instituiu que o total dos recursos da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional - CONDECINE<sup>26</sup> - seria destinado ao Fundo Nacional de Cultura dentro de uma “programação específica, denominada de Fundo Setorial do Audiovisual”. Foi regulamentada pelo Decreto nº 6.299, de 12 de dezembro de 2007.

A proposta do Fundo Setorial era de que ele não funcionasse apenas como mecanismo de financiamento via fundo perdido (sem retorno para o financiador, nesse caso, a União), mas que previsse o retorno (parcial ou total) do valor investido e que essa verba fosse convertida para o financiamento de outras produções, além do valor arrecadado pelas contribuições citadas acima.

Além de uma modificação nas formas de financiamento/fomento, outra característica atual da produção cinematográfica brasileira é uma imbricação cada vez maior da relação cinema e televisão, especialmente com a participação maciça da Globo Filmes e da tentativa inicial de inserir a Rede Record nesse mercado.

---

<sup>26</sup> Instituída pela mesma medida provisória que criou a ANCINE (nº 2.228-1, de 06/09/2001), suas principais fontes de receita são:

I - a veiculação, a produção, o licenciamento e a distribuição de obras cinematográficas e videofonográficas com fins comerciais, por segmento de mercado a que forem destinadas;

II - a prestação de serviços que se utilizem de meios que possam, efetiva ou potencialmente, distribuir conteúdos audiovisuais nos termos da lei que dispõe sobre a comunicação audiovisual de acesso condicionado, listados no Anexo I dessa Medida Provisória;

III - a veiculação ou distribuição de obra audiovisual publicitária incluída em programação internacional, nos termos do inciso XIV do art. 1º dessa Medida Provisória, nos casos em que existir participação direta de agência de publicidade nacional, sendo tributada nos mesmos valores atribuídos quando da veiculação incluída em programação nacional. Parágrafo único. A CONDECINE também incidirá sobre o pagamento, o crédito, o emprego, a remessa ou a entrega, aos produtores, distribuidores ou intermediários no exterior, de importâncias relativas a rendimento decorrente da exploração de obras cinematográficas e videofonográficas ou por sua aquisição ou importação a preço fixo.

Os dados sistematizados referentes à produção desse período, aparentemente, revelam duas questões importantes: de fato, entre 1995 e 2011, houve um aumento expressivo no número de produções lançadas no país. Segundo dados da Agência Nacional do Cinema (ANCINE) e do site FilmeB, levando em consideração apenas longas-metragens, houve um salto de 13 lançamentos, em 1995, para 99, em 2011. O público do cinema nacional também cresceu, mas não exatamente na mesma proporção que o ritmo da produção, porquanto seu *market share* saltou de 3,7%, em 1995, para uma média entre 2007 e 2011, de 13,5%. Entretanto, quando observamos os principais êxitos de público do cinema da retomada, percebemos que, praticamente, todos tiveram uma participação direta da Globo Filmes em seu processo de produção e/ou divulgação. Ou seja, dentro do mercado brasileiro contemporâneo, o alcance de êxitos de públicos tem perpassado, quase que obrigatoriamente, pelo crivo da produtora Globo Filmes.

Para ilustrar essa questão, segundo dados do site FilmeB, dos 20 filmes brasileiros mais assistidos entre 1995 e 2011, só um não teve a participação da Globo Filmes em algum momento. Estamos nos referindo ao filme *Tropa de Elite*, que contaria com a coprodução da Globo Filmes em sua sequência, *Tropa de Elite 2*. Isso criou uma situação de dependência desse agente para as obras que almejavam circular pelo circuito tradicional de distribuição e exibição cinematográfica e ter um público significativo. Uma distorção que, pelo menos em curto prazo, não apresenta sinais de mudança, mesmo com a inserção cada vez mais frequente de novos agentes no mercado cinematográfico brasileiro.

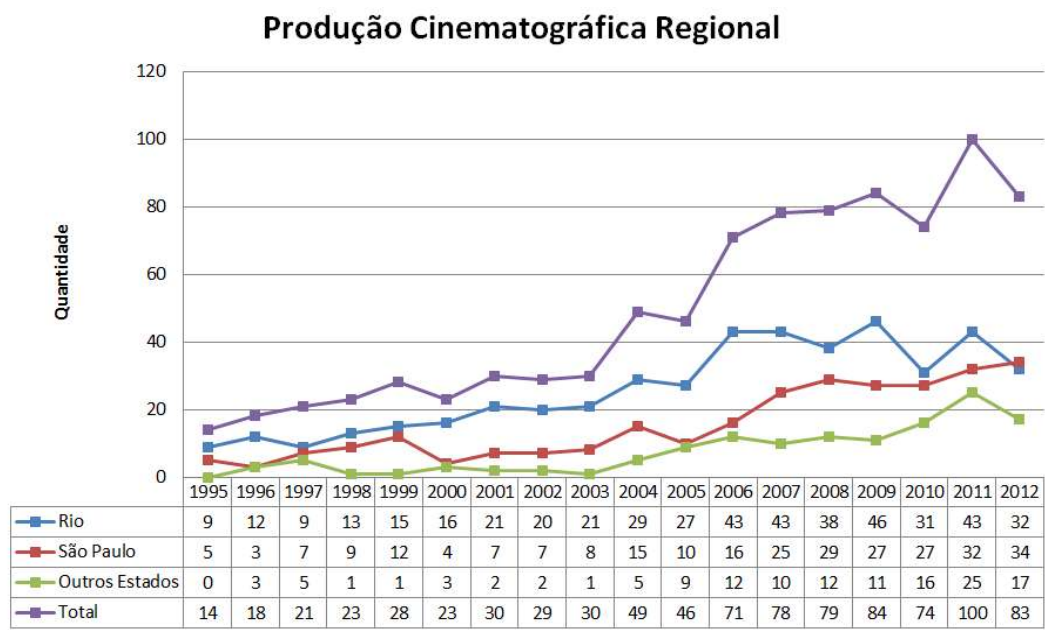
Outro ponto que precisa ser discutido em relação à produção contemporânea e que se relaciona diretamente com o próximo assunto desta pesquisa é o seu nível de concentração no eixo Rio-São Paulo. Segundo dados produzidos pelo Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (OCA) da ANCINE, entre 1995 e 2012, produtoras sediadas no Rio lançaram 468 longas-metragens, o que corresponde a 53% dos títulos lançados no período. Em segundo lugar, aparece o estado de São Paulo, com 277 filmes lançados, o que corresponde a 31,5% dos lançamentos. Ou seja, produções fluminenses e paulistas concentraram 84,5% dos lançamentos num período de 18 anos, mas que representaram 92,77% dos valores captados para a produção cinematográfica no país. Enquanto isso, estados como Rio Grande do Sul, Minas, Paraná, Bahia, entre outros, ocupam posições bem mais modestas em produção de longas. A tabela a seguir sintetiza os dados comentados acima:

**Tabela 04** – Produção de filmes brasileiros por estado da Federação entre 1995 e 2012

| UF           | Total            |                         |                 |
|--------------|------------------|-------------------------|-----------------|
|              | Títulos Lançados | Total Captado (R\$)     | % Total Captado |
| RJ           | 468              | 849.418.723,48          | 63,20%          |
| SP           | 277              | 397.436.031,10          | 29,57%          |
| RS           | 39               | 38.344.812,64           | 2,85%           |
| MG           | 24               | 19.839.239,94           | 1,48%           |
| DF           | 13               | 9.544.792,12            | 0,71%           |
| PR           | 11               | 8.036.604,00            | 0,60%           |
| CE           | 12               | 5.746.536,01            | 0,43%           |
| PE           | 12               | 4.946.258,00            | 0,37%           |
| BA           | 12               | 4.937.965,82            | 0,37%           |
| SC           | 8                | 3.978.873,00            | 0,30%           |
| ES           | 2                | 1.191.970,98            | 0,09%           |
| MT           | 2                | 599.564,75              | 0,04%           |
| <b>Total</b> | <b>880</b>       | <b>1.344.021.371,84</b> | <b>100,00%</b>  |

Fonte: Ancine

Esse mesmo relatório apresenta os dados ano a ano, que sintetizamos na tabela abaixo:

**Gráfico 05** – Evolução anual na produção de filmes brasileiros por estado da Federação entre 1995 e 2012

Fonte: Ancine



Quando verificamos esses dados, não percebemos nenhum movimento de desconcentração e/ou mudança de cenário, tendo em vista que, em outros estados, a produção não tem crescido numa velocidade maior do que no Rio ou em São Paulo. A única exceção se refere a uma reaproximação cada vez maior do número de obras paulistas em relação às fluminenses, tendo em vista o largo domínio que o Rio obteve nos anos 2000.

#### 4.6 CONCLUSÕES INICIAIS

Considerando o conjunto de dados e de informações, fica claro que as tentativas de implementar no país um “modelo industrial de produção”, nos moldes da caracterização feita no capítulo anterior, ainda se encontram no nível da utopia ou do mito. Ainda vivemos um histórico de produção por meio de ciclos com início, meio e fim que não conseguem se converter num movimento contínuo. Mas devemos reconhecer que não faltaram tentativas de colocar esse modo de produção em prática.

É interessante perceber o quanto essa ideologia industrial fez (e ainda faz) parte do nosso campo cinematográfico. Talvez porque, conforme afirma Arthur Autran, esse era o principal ponto de unificação do setor no país:

O pensamento industrial cumpriu, sobretudo, a função de alcançar e manter a unidade ideológica da corporação cinematográfica, pois quase nunca se colocou em dúvida a importância da industrialização. Acima das diferenças, a corporação encontrava-se unificada pela crença no papel fundamental da indústria, tornando-se um dos componentes ideológicos essenciais na cristalização da ideia e do discurso sobre o que é e o que deveria ser o cinema brasileiro (AUTRAN, 2010, p. 16).

Há que se ressaltar que, apesar de a história do cinema brasileiro ser marcada por uma grande heterogeneidade de concepções e experiências de produção, o grande ponto unificador dessa trajetória foi o discurso sobre a necessidade de se desenvolver a indústria cinematográfica no país, tendo como espelho, quase sempre, Hollywood. Paradoxalmente, chama à atenção o fato de que foi justamente quando se implementaram experiências que reproduziam o modelo americano “com toques brasileiros” que o país atingiu alguns de seus resultados mais expressivos de público e renda. Nesse caso, referimo-nos à Atlântida e à Boca do Lixo. Essas iniciativas resultaram na produção de filmes cuja maioria era de caráter popular e com métodos de produção considerados por muitos como “artesanal”.

Isso lembra um trecho do ensaio “Cinema: trajetória no subdesenvolvimento”, de Paulo Emílio Salles Gomes, quando afirma que “o filme brasileiro participa do mecanismo e o altera através de nossa incompetência criativa em copiar” (1996, p. 90). Isso quer dizer que é, muitas vezes (mal), espelhando modelos de países “desenvolvidos” que tentamos produzir em nossa condição de país “subdesenvolvido”. Mais do que isso, ele complementa que o cinema seria “incapaz de encontrar, dentro de si próprio, energias que lhe permitam escapar à condenação do subdesenvolvimento, mesmo quando uma conjuntura particularmente favorável suscita uma expansão na fabricação de filmes” (1996, p. 85). Por essa razão, ele localiza nas experiências da Bela Época, da Atlântida e do Cinema Novo (mesmo que esse último tenha se configurado mais numa corrente estética do que num modelo de produção “industrial”), como as mais importantes experiências realizadas no país até os anos 60. Essas experiências tiveram êxito de público (ou de crítica, no caso do cinema novo) a partir do entendimento de nossa condição de nação subdesenvolvida.

Outro aspecto histórico que chama à atenção é a indefinição do Estado como agente regulador/ fomentador do setor. De uma ausência quase completa, na primeira metade do Século XX, a uma participação como produtor e distribuidor direto, nos anos 70 e 80, vivemos um contexto em que essa situação ainda está mal resolvida. Isso fica evidenciado porque ainda temos diferentes modalidades de atuação sendo colocadas em prática ao mesmo tempo: leis de incentivo, mecanismos de fomento direto etc., e através de dois agentes principais que, estranhamente, não se complementam do ponto de vista institucional - a Ancine e a Secretaria de Audiovisual - isso falando apenas do ponto de vista federal.

Atualmente o país comemora o crescimento no número de filmes lançados, a ampliação do parque exibidor e o aumento do número de escolas de cinema e de agentes atuando no setor. Mas ainda, encaramos um contexto em que nosso mercado ainda é menor do que o de países como Coréia do Sul, Rússia e México, que têm a menor população e ocupam a condição de nações “em desenvolvimento”, assim como o Brasil, ao mesmo tempo em que a TV ganha um importante destaque no incremento na produção não só de filmes, mas também de outros produtos audiovisuais. Assim, anda lado a lado com o processo de digitalização (das produções, das salas, das TVs), contexto em que apresenta novos desafios a todos os elos da cadeia e que põe em risco, mais uma vez, os pequenos negociantes do ramo (pelos novos custos que essa mudança tecnológica representa).

Nessa complexa conjuntura, outro dado importante no mercado brasileiro é que, cada vez mais, agentes do campo estadual e municipal têm entrado nessa seara e construído dispositivos próprios de fomento e dinamização desse mercado, para além do setor federal,

que sempre concentrou a maior parte da atenção dos agentes do campo cinematográfico na pressão por ações de fomento ao setor.

No próximo capítulo deste trabalho, faremos uma breve apresentação desse novo contexto de produção, a partir do desenvolvimento de polos de produção cinematográficos em algumas regiões do Brasil.

## 5 A(S) NOVA(S) HOLLYWOOD(S) BRASILEIRA(S)

Este capítulo tem o objetivo de apresentar, a partir de uma proposta de análise de múltiplos casos, um panorama geral de três experiências de estruturação de políticas locais de fomento ao campo cinematográfico que vêm sendo implementadas no país e que são comumente chamadas de polos de produção cinematográficos.

Estruturar essas experiências perpassa a adoção de um conjunto de estratégias que buscam aliar o desenvolvimento do campo cultural ao desenvolvimento econômico regional. Surgiu como mais uma tentativa de consolidar um padrão industrial de produção no país. Insistimos na permanência da ideologia industrial aqui, porque a própria noção de “polo” surgiu com os estudos econômicos sobre arranjos desenvolvidos por indústrias tradicionais. Além disso, veremos, a seguir, que o padrão hegemônico de produção continua inspirando essas experiências de diferentes formas.

Convém lembrar que diversas noções, especialmente no âmbito dos estudos econômicos, foram desenvolvidas com o objetivo de propor reflexões sobre as relações entre economia, território e desenvolvimento local. Dentre elas, poderíamos citar os conceitos de polos de crescimento, clusters, clusters criativos, aglomerações produtivas, arranjos produtivos locais, mapeamento de redes sociais informais, entre outros (LIMA; LOIOLA, 2008). Entretanto, como nossa pretensão não foi de fazer um estudo de viés econômico, mas com foco nas questões históricas e políticas desse fenômeno, acreditamos que a metodologia de estudos de caso, apresentada no início desta pesquisa, supre as necessidades desse primeiro esforço de síntese.

Assim, é com esses princípios norteadores que vamos analisar essas três iniciativas. Começaremos pela mais antiga, a do Rio de Janeiro, e continuaremos esse panorama passando pelas experiências de Brasília-DF e Paulínia-SP. Vale lembrar que eles serão discutidos a partir de quatro conjuntos de categorias: 1) do contexto, em que apresentamos, de forma geral, a região (dados econômicos, políticos, sociais e culturais); 2) do histórico, com a apresentação dos marcos de origem do polo e dos principais marcos legais que norteiam sua estruturação enquanto tal; 3) da natureza, abordando aspectos como arranjo institucional/ modelo de gestão; infraestrutura construída; projetos implementados; montante investido; relação com outros elos da cadeia e resultados auferidos; e 4) dos informantes, em que apresentamos um breve mapeamento dos agentes do setor público, do privado e do terceiro setor, que estão envolvidos com a iniciativa.

Por fim, tentaremos sintetizar um conceito de “polo de produção cinematográfica”, com base nas sobre essas experiências concretas. Assim, esperamos que esta proposta contribua para promover discussões mais maduras sobre esse fenômeno.

## 5.1 RIO DE JANEIRO - “CAPITAL AUDIOVISUAL DA AMÉRICA LATINA”

### 5.1.1 Contexto

O Rio de Janeiro sempre foi uma cidade que ocupou um lugar de destaque no Brasil, do ponto de vista econômico, político e/ou cultural. Isso se intensificou a partir do ano de 1763, quando assumiu o posto de capital do país, uma posição que ocuparia até meados de 1960. Atualmente, sua população ultrapassa a marca de 6,3 milhões de habitantes, e seu índice de desenvolvimento humano municipal (IDHM)<sup>27</sup> é de 0,799, considerado muito alto.

Segundo dados da Fundação Centro Estadual de Estatísticas, Pesquisas e Formação de Servidores Públicos do Rio de Janeiro (CEPERJ, 2013) referentes ao ano de 2011, a cidade tem um PIB aproximado de 209 bilhões de reais e uma renda per capita de R\$ 32.940,00. Esses números posicionam o Rio como a cidade com o segundo maior PIB do país - atrás apenas de São Paulo.

Apesar de o estado do Rio de Janeiro ter como uma de suas principais bases econômicas a extração de petróleo, o setor de serviços é o verdadeiro responsável pela movimentação econômica de sua capital, responsável por cerca de 85,5% da renda local (CEPERJ, 2013). Algo que não surpreende, pois é de conhecimento geral a força da cidade em ramos como o turismo (um dos principais destinos turísticos do país) e as comunicações (a sede de algumas das principais TVs do país).

Nesse sentido, vale lembrar que a cidade acabou acumulando certa tradição no campo cinematográfico. Foi nela, por exemplo, que se realizou a primeira exibição cinematográfica no país no ano de 1898. Isso apenas três anos depois da exibição pública feita pelos irmãos Lumière em Paris. Desde então, começou a montar seu parque exibidor e produtor e foi se consolidando como o principal centro de produção no país.

As ações de incentivo ao setor, por parte da prefeitura, começaram a sair do papel nos anos 30. Em 1934, através do Decreto nº 5034, de 27 de agosto de 1934, o então interventor federal no Distrito Federal isentou de impostos e taxas municipais estúdios e laboratórios

---

<sup>27</sup> Índice calculado pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) a partir de dados obtidos pelos censos do IBGE.

cinematográficos brasileiros, por um período de três anos (GONZAGA, 1987). Também não podemos esquecer que a sede de algumas das principais experiências que tentaram consolidar uma produção cinematográfica “industrial” no país foi no Rio de Janeiro: a maior parte das produtoras da chamada “Bela Época do Cinema Brasileiro”, os estúdios da Cinédia, da Atlântida, ou mesmo a sede da Embrafilme, iniciativas que já foram discutidas com mais detalhes no tópico anterior desta pesquisa.

Outros fatores também contribuíram para a construção desse ambiente favorável à potencialização do setor audiovisual na região. Desde 1968, havia sido criado o Curso de Cinema da Universidade Federal Fluminense, com a iniciativa do cineasta Nelson Pereira dos Santos (que também havia participado da fundação desse curso da UNB, mas foi desligado da instituição brasileira nesse mesmo ano). Eles, juntamente com a graduação em cinema da Universidade de São Paulo (USP), são os três cursos superiores mais antigos do país nessa área.

A partir dos anos 80, a cidade começou a ser palco de Festivais Internacionais de Cinema. O primeiro deles foi o I Festival Internacional de Cinema, Televisão e Vídeo do Rio de Janeiro, realizado em 1984. Nesse mesmo ano, foi criado o Festival de Cinema da Cidade do Rio de Janeiro, através da Lei Municipal nº 549, de 18 de junho desse mesmo ano, tendo sua primeira edição realizada em 1985.

Se, até então, a cidade concentrava grande parte da produção brasileira, seja por conta da atuação da iniciativa privada, seja pela atuação de iniciativas estatais, é importante ressaltar que só nos anos 80 foi que consideramos a existência de sua condição de polo de produção institucionalizado. Isso devido aos critérios que enumeramos antes, que levam em consideração fatores como marcos legais e ações de planejamento, execução e controle em curto, médio e longo prazos.

### **5.1.2 Histórico**

Desde os anos 60, os planos de urbanização da região oeste da cidade apontavam para o desenvolvimento de atividades econômicas de menos impacto ambiental. Já nos anos 80, uma série de dispositivos legais foi assinada de forma que a Zona Oeste do Rio, em especial, a região de Jacarepaguá, na Barra da Tijuca, passasse a ser ocupada por um polo de desenvolvimento cultural. Assim, foram feitas desapropriações e modificações no zoneamento urbano municipal, através dos decretos 9.510 e 9806, ambos de 1990. Além disso, a Lei Orgânica do Município, sancionada em 05 de abril de 1990, previa, em seu artigo 345:

O Poder Público manterá mecanismos institucionais, na forma da lei, e garantirá incentivos materiais e fiscais para consolidação, desenvolvimento e ampliação da posição que o Município detém na produção de filmes cinematográficos de enredo e documentários e na produção de vídeos.

Ainda em relação à questão fundiária, outra ação que favoreceu o setor foi a isenção do imposto sobre propriedade predial e territorial urbana (IPTU) que a Prefeitura do Rio tem oferecido para imóveis ocupados por empresas do setor, desde 1984, para beneficiar laboratórios, estúdios, locadoras de equipamentos e distribuidoras. A medida criada pelo Artigo 12, inciso IX da Lei nº 206 de 16 de dezembro de 1980, foi referendada pelo Art. 61 da Lei 691 de 24 de dezembro de 1984 (que reformou o código tributário municipal) e vem sendo prorrogada, seguindo em vigor, pelo menos, até o final de 2014, período em que venceu a atual legislação que rege essa matéria - Lei nº 5124 de 02, de dezembro de 2009. As salas de exibição administradas por empresas brasileiras também foram desoneradas de IPTU pela mesma legislação citada.

No ano de 1986, começou a ser estruturada a criação do Polo Rio Cine & Vídeo nessa região. Por isso, nossa hipótese é de que a cidade não só passou a ser um centro produtor importante, como também a desenvolver ações sistemáticas para se estruturar como polo de produção. Esse processo surgiu a partir da mobilização da classe cinematográfica local, juntamente com uma articulação com o poder público. Assim, ele foi integrado ao “Programa de Construção de Polos Industriais da Cidade do Rio de Janeiro” (PETRAGLIA, 2002), que estava sendo levado adiante pela prefeitura na época.

Outro marco importante foi a criação da RioFilme - Empresa Distribuidora de Filmes S.A., através da sanção da Lei Municipal nº 1672, de 25 de janeiro de 1991, de autoria do vereador e ator, Francisco Milani. O Artigo 2º dessa lei aponta suas finalidades:

- I - a distribuição de filmes no país e no exterior;
- II - a realização de mostras e apresentação em festivais, no país e no exterior, visando à difusão do filme brasileiro em seus aspectos culturais, artísticos e científicos;
- III - a realização de atividades comerciais relacionadas com o objetivo principal de sua atividade, conforme definido no inciso I;
- IV - o fomento à produção de filmes, quando vinculada a contratos de distribuição de exclusividade da empresa.

A partir de 2003, com a aprovação da Lei nº 3553 de 13 de maio de 2003, o inciso IV passou a vigorar com o seguinte texto: “IV - coprodução e participação na realização de obras

audiovisuais de qualquer natureza”. Na prática, isso já vinha acontecendo nos anos anteriores, porque a empresa nunca se restringiu ao papel de distribuidora, mas também de patrocinadora e coprodutora de filmes. Em relação à atuação da RioFilme, abordaremos seu histórico e resultados específicos em tópico mais adiante.

Já em 2005, dessa vez por iniciativa do governo do Estado, foi instituída a “Comissão Estadual de Fomento à Atividade de Audiovisual”, através do Decreto nº 37.369, de 12 de abril de 2005, assinado pela então governadora Rosinha Garotinho. Através dele, foi formado um grupo de trabalho cujo principal objetivo seria de criar a *Rio State Film Commission*, um órgão que assessoraria “equipes estrangeiras com demandas para projetos cinematográficos no estado do Rio de Janeiro”. Apesar de não delimitar o número de participantes, Marcus Vinícius Anversa (2008, p. 86) aponta que o grupo foi formado por 25 entidades,

entre produtores, laboratórios, incubadoras culturais, emissoras de televisão, instituições representantes do comércio e da indústria e a Bolsa de Valores do Rio. Pelo Estado participam as secretarias de Cultura, de Turismo, de Trabalho e Renda, de Ciência, Tecnologia e Inovação e de Desenvolvimento Econômico, a Fundação Cide e o Proderj (Centro de Tecnologia da Informação e Comunicação do Estado do Rio de Janeiro).

Vale reforçar a informação de que os trabalhos seriam coordenados pela Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico, e não, pela Secretaria de Cultura. Já em 2007, quando o Estado estava sob a gestão de Sérgio Cabral, foi assinado um convênio de cooperação técnica entre o governo estadual e a ANCINE, com o objetivo principal de implementar essa proposta. Entretanto, mostrando a falta de diálogo entre o Estado e a Prefeitura, proposta semelhante vinha sendo gestada em âmbito municipal desde 2006, a qual se intitulava “RioFilme *Commission*” e estava sendo desenvolvida pela distribuidora RioFilme. Apesar de não ter encontrado nenhum aparato legal de fundação, achamos registros de suas atividades desde 2007, quando se filiou à Aliança Brasileira de *Film Comissions* (ABRAFIC). A partir de 2009, os dois órgãos finalmente se fundiram e formaram a Filme no Rio – *Rio Film Commission*.

No âmbito do governo do estado do Rio, inclusive, o projeto de “Desenvolvimento do Setor do Audiovisual do Estado do Rio de Janeiro” apareceu como o projeto 33, entre os 40 listados como planos prioritários pelo Plano Estratégico do Governo do Rio de Janeiro 2007-2010 construído pela gestão do governador Sérgio Cabral. Segundo o documento, o objetivo do projeto é de “desenvolver, modernizar e fortalecer a economia do audiovisual no estado,



transformando-o no mais competitivo, criativo e atraente do país para empresas dessa atividade” (GOVERNO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO, 2008, p. 97).

Ainda nesse plano, aponta como principais resultados esperados:

1. Aumentar em 30% o PIB do setor audiovisual no estado do Rio de Janeiro, até 2010;
2. Aumentar em 15% o número de empresas no setor audiovisual no estado, até 2010;
3. Aumentar em 18% o número de empregos gerados pelo setor no estado, até 2010 (GOVERNO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO, 2008, p. 97).

Apesar dessas metas estabelecidas, não existe nenhum estudo ou documento produzido pelo governo do Estado ou por algum segmento do setor audiovisual carioca que comprove o seu cumprimento ou não. Mas, a nosso ver, foi partir do ano de 2009 que as ações no campo audiovisual carioca começaram a tomar um novo impulso do ponto de vista de planejamento e organização. Nesse ano, a cidade incluiu o desenvolvimento do setor audiovisual como umas das metas presentes no “Plano Estratégico da Prefeitura do Rio de Janeiro 2009-2012”, cuja intenção é de tornar a cidade do Rio o “principal polo das indústrias criativas (mídia, audiovisual, moda e design) no país”.

Como forma de operacionalizar essa meta, selecionamos nove ações, entre as quais destacamos as seguintes: revitalização da RioFilme; apoio direto a produções; incentivos fiscais para empresas do setor; atração de produções internacionais através da *Film Commission*; apoio a iniciativas de formação de mão de obra e a eventos internacionais. Como se vê, o desenvolvimento do setor foi inserido tanto no plano estratégico do poder municipal quanto do estadual. Essa convergência culminou com a assinatura de um termo de cooperação entre a prefeitura e o governo do estado do Rio de Janeiro, que institui o Programa Rio Audiovisual em setembro de 2009. Entre as principais ações desse programa, estão previstas a criação de fundos de apoio conjuntos (definitiva) e da *Rio Film Commission* (definitiva) e a implementação de programas de desoneração fiscal.

Sintetizando algumas das informações apresentadas, organizamos, na tabela abaixo, os principais marcos legais relacionados ao desenvolvimento do Polo do Rio de Janeiro.

**Tabela 05 – Marco legal – Polo Audiovisual do Rio de Janeiro**

| <b>Tipo</b>                           | <b>Número</b>                    | <b>Objeto</b>   |
|---------------------------------------|----------------------------------|---|
| Decreto-lei                           | 42/1969                          | Aprova o Plano Piloto de Urbanização e Zoneamento da Baixada de Jacarepaguá.  |
| Lei municipal                         | 549, de 18 de junho de 1984      | Cria o Festival de Cinema da Cidade do Rio de Janeiro.  |
| Decreto municipal                     | 7.548 de 07 de abril de 1988     | Aprova área e loteamento para instalação do Polo Rio de Cine e Vídeo em Jacarepaguá.  |
| Decreto municipal                     | 9.510 de 01 de agosto de 1990    | Complementa o Decreto 7.548/88, que permite a instalação de empreendimentos ligados à indústria, ao comércio e à cultura na região da Barra da Tijuca-RJ. |
| Decreto municipal                     | 9.806 de 20 de novembro de 1990  | Permite instalação de empreendimentos ligados à indústria, ao comércio e à cultura na região da Barra da Tijuca – RJ.                                     |
| Lei municipal                         | 1.672 de 25 de janeiro de 1991   | Cria a RioFilme – Empresa Distribuidora de Filmes S.A.  |
| Lei municipal                         | 3553 de 13 de maio de 2003       | Autoriza a RioFilme a atuar na área de coprodução de obras audiovisuais.  |
| Decreto estadual                      | 37.369 de 12 de abril de 2005    | Institui Grupo de Trabalho para estruturação da <i>Rio State Film Commission</i> .  |
| Resolução estadual                    | 225 de 04 de fevereiro de 2009   | Estabelece as atribuições do Escritório de Apoio ao Setor Audiovisual-Filme no Rio-Rio Film Office.   |
| Decreto estadual                      | 42.042 de 24 de setembro de 2009 | Autoriza isenção de ICMS para importação de equipamentos por empresas cariocas.   |
| Resolução conjunta estadual Sefaz/SEC | 087 de 04 de dezembro de 2009    | Regulamenta a isenção de ICMS para importação de equipamentos por empresas cariocas.  |
| Decreto estadual                      | 42.358 de 16 de março de 2010    | Incorpora a Rio Film Commission à estrutura da Secretaria Estadual da Cultura, através da sua Superintendência de Audiovisual.                            |
| Lei municipal                         | 5.215 de 02 de agosto de 2010    | Aprova o Plano Plurianual no Município do Rio de Janeiro, que também estabelece prioridades para o fomento ao setor audiovisual.                          |
| Decreto estadual                      | 43.168 de 29 de agosto de 2011   | Estabelece as atribuições da <i>Rio Film Commission</i> .   |
| Decreto estadual                      | 44.158 de 15 de abril de 2013    | Complementa as atribuições da Rio Film Commission estipuladas pelo decreto 43.168 de 2011.  |

### 5.1.3 Natureza

Com a estruturação do Polo Rio Cine&Vídeo, o poder público e a iniciativa privada adotaram uma série de medidas conjuntas para estimular o setor, criando um novo momento na estruturação do polo cinematográfico da cidade. Assim, no histórico traçado, consideramos que algumas instituições e eventos passaram a ser “símbolos” desse processo devido à sua importância no cenário local. Eles/as seriam os/as seguintes: a Prefeitura Municipal, através da RioFilme e da Rio *Film Comission*; o governo do Estado, através da Superintendência de Audiovisual da Secretaria da Cultura; agentes privados e do terceiro setor, em especial, a Associação Polo Rio Cine&Vídeo, e o Festival Internacional de Cinema do Rio.

Estamos tratando de uma estrutura complexa, em que diversos agentes atuam de forma paralela na consolidação desse polo local, mas que ainda demorariam a se inter-relacionar. A nosso ver, como já dito, isso começou a se modificar em 2009, com a ampliação da atuação dos poderes públicos no fomento ao setor que, até então, restringiam-se a ações de incentivo fiscal e fomento direto pontual.

Então, para facilitar a compreensão desse processo e a síntese de dados, a seguir, apresentamos, de forma individualizada e detalhada, cada uma dessas iniciativas citadas e como se inter-relacionam.

#### a) Polo RioCine&Video

Conforme aponta Cláudio Petraglia (2002), no final dos anos 80,

produtores de cinema e de vídeo e o Sindicato da Indústria Cinematográfica juntaram-se para criar uma associação privada sem fins lucrativos, batizada de Associação Polo Rio de Cinema e Vídeo, num modelo que unia a iniciativa privada e a força político-institucional do Estado.

Ele aponta, ainda, que a relação entre a associação e a prefeitura para implementar o conjunto de estudos se deu com permutas. A prefeitura havia cedido o terreno em Jacarepaguá, com 35 mil metros quadrados, por um período de 10 anos. Em contrapartida, a associação construiria a infraestrutura necessária de produção. Esses investimentos teriam sido da ordem de 12 a 15 milhões de dólares, num complexo de oito estúdios. Entretanto, ele

mesmo aponta que a iniciativa ficou parada durante alguns anos, e as primeiras empresas só começaram a se instalar nesse terreno no final dos anos 90.

Em terreno próximo, em 1995, foi inaugurado o Projac, complexo de estúdios da Rede Globo de Televisão utilizado para filmar seus programas e novelas. Essa iniciativa privada também se relaciona com o objetivo do poder público municipal de estimular as empresas dos setores de cultura e de comunicação a ocuparem aquela área da cidade. Mais tarde, em 2008, começaram a ser construídos os estúdios da Rede Record, chamados de RecNov, na perspectiva de esse setor da cidade ser ocupado por empreendimentos da área de cultura.

A partir de 2008, a cessão de uso do espaço cedido pela prefeitura passou a ser mediada pelo contrato 003, de 04 de março de 2008, que envolveu a Empresa Municipal de Urbanização Rio Urbe e a Associação Polo Rio Cine Vídeo e Comunicação, com validade de cinco anos (nesse caso, o contrato já venceu e ainda não foi renovado), e que estabelecia o pagamento de um aluguel mensal (da associação à prefeitura) de R\$ 12.962,95, que somava um valor total de R\$ 777.777,00.

É importante esclarecer um ponto para evitar confusões terminológicas. Apesar de levar o nome de “polo”, não estamos reduzindo a estruturação do Polo de cinema do Rio de Janeiro à estruturação dessa iniciativa em Jacarepaguá, mas situando-a como ponto de partida para mais essa etapa na história de fomento ao audiovisual na região, porque a estrutura do Polo Rio Cine & Vídeo oferece condições (infraestrutura) de trabalho, mas não dá conta de outras questões importantes, como ações de incentivo e de fomento ao setor que cabem ao poder público.

Desde meados de 2013, a RioFilme vem anunciando que o complexo será alvo de um edital de licitação para administração. Em contrapartida, o vencedor deveria investir na expansão de sua infraestrutura, ampliando o número de estúdios de oito para 16. Aliada a isso, também foi anunciada a proposta de se criar um novo complexo de estúdios no Bairro de São Cristóvão, utilizando o espaço onde ainda funciona o Quartel da Guarda Municipal do Rio de Janeiro (O GLOBO, 2013). Entretanto, conforme comentou Adrien Muselet, diretor comercial da RioFilme em entrevista, a proposta de licitação está parada na Procuradoria Geral do Município, e a de construção do complexo de São Cristóvão ainda se encontra em fase de negociação.

## RioFilme

Criada através de Lei Municipal em 1991, a RioFilme passou a funcionar regularmente a partir do ano seguinte, sob a direção da produtora Mariza Leão. Essa estrutura foi criada pelo poder municipal carioca em um momento pouco favorável ao cinema brasileiro, paralelamente ao desmantelamento da estrutura federal de fomento à cultura pelo Governo Collor - incluindo o fechamento da Embrafilme - em que a produção nacional ficou estagnada. Mas era um momento, também, em que se discutiam “novas” (com aspas propositais) estratégias para o setor. Assim, o ano de 1993 assistiu à aprovação da Lei do Audiovisual, na esfera federal, enquanto a RioFilme seguia em processo de implementação. Segundo a lei que determinou sua criação, os seus objetivos, na época, seriam:

- I - a distribuição de filmes no país e no exterior;
- II - a realização de mostras e apresentação em festivais, no país e no exterior, visando à difusão do filme brasileiro em seus aspectos culturais, artísticos e científicos;
- III - a realização de atividades comerciais relacionadas com o objetivo principal de sua atividade, conforme definido no inciso I;
- IV - o fomento à produção de filmes, quando vinculada a contratos de distribuição de exclusividade da empresa.

Entre os anos de 1992 e 2008, as atividades da empresa se concentraram, de fato, no ramo da distribuição, e ela investiu pouco em outros elos da cadeia. Mas isso, necessariamente, não é ruim, pois ela se consolidou como uma das principais distribuidoras nacionais e apresentou resultados de público expressivos com filmes como *Central do Brasil* e *Carandiru* (GATTI, 2005). Entretanto, a partir de 2009, quando o jornalista e ex-secretário de Políticas Culturais do Ministério da Cultura, Sérgio Sá Leitão, assumiu a presidência do órgão, o escopo de atuação da empresa foi ampliado. A partir daí, entendemos que ela passou a ocupar, de fato, um lugar privilegiado no corpo de políticas públicas voltadas para o fortalecimento da produção local, com ampliação de recursos e de elos da cadeia atendidos pela empresa.

Atualmente, a relação entre a RioFilme e a Prefeitura Municipal passou a ser estabelecida por meio de contratos de gestão que pontuam, anualmente, diretrizes, metas e orçamento disponibilizado. Um dos principais dados que a RioFilme gosta de mencionar em suas apresentações institucionais é o crescimento de sua capacidade de investir. Se, no ano de 2008, esse valor foi de R\$ 1,1 milhão de reais, em 2009, ele já seria ampliado para R\$ 11,3 milhões de reais e beirou os R\$ 50 milhões de reais em 2012 e 2013.

Outro dado importante a ser analisado é a evolução das receitas da empresa, ou seja, dos recursos provenientes de suas atividades econômicas (participação de lucros em coproduções e em atividades de distribuição, por exemplo). Se no ano de 2008 esse valor foi de R\$ 1,4 milhão de reais, em 2012, foi ampliado para R\$ 8,4 milhões de reais. No elo da produção, ela atua oferecendo linhas de financiamento através de editais públicos. A partir de 2013, passou a desenvolver (e a priorizar) um mecanismo de “financiamento automático”, que consiste na injeção de recursos diretos em produtoras. No primeiro ano de funcionamento dessa linha, a proposta foi de avaliar os resultados obtidos por empresas que atuam no mercado, através de um sistema de pontuação que avalia, por exemplo, a quantidade de ingressos vendidos. Cada ingresso vendido gera um valor em crédito que pode ser utilizado pelas produtoras habilitadas no projeto de sua escolha. Entretanto, só estariam habilitadas empresas que totalizassem, pelo menos, 300 mil espectadores entre 2011 e 2012. Ou seja, trata-se de um mecanismo que valoriza agentes consolidados no mercado, em detrimento de novos empreendimentos e produtoras de menor porte.

E, no elo da exibição, a RioFilme construiu a rede “Cine Carioca”, cujo objetivo seria de construir salas de exibição em locais com menos oferta desse tipo de equipamento. A gestão do espaço, entretanto, é cedida à iniciativa privada através de licitação. Atualmente, a rede conta com quatro salas - uma com 90 lugares em Nova Brasília (no Morro do Alemão), e três, no Bairro do Méier, zona norte do Rio, com capacidade total de 400 lugares.

Entretanto, é importante salientar que a programação atende a finalidades comerciais, sem atentar, por exemplo, para que o espaço seja utilizado no lançamento de filmes brasileiros ou para filmes produzidos e/ou coproduzidos pela RioFilme. Cabe, pois, aos concessionários montarem as grades de programação dessas salas. A sala em Nova Brasília é administrada pela rede CineMagic, e o complexo do Méier, pela rede Kinoplex, pertencente ao grupo Severiano Ribeiro.

A Riofilme também estabeleceu convênios para atuar no campo da formação. O principal parceiro nessa área é o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial do Rio de Janeiro (SENAI-RJ), que vem oferecendo cursos técnicos na área de fotografia, edição de imagens, elétrica, animação e som. Em 2012, primeiro ano em que essa parceria foi realizada, foram qualificadas, aproximadamente, 100 pessoas. Em 2013, foram abertas 550 vagas. A participação do SENAI em atividades do campo do cinema aparece como algo inédito, campo tradicionalmente ocupado pelo Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC). Esse é mais um indício da forma como as políticas no Rio vêm sendo concebidas e implementadas.

A empresa também vem realizando uma ação de formação de roteiristas, em parceria com a Universidade de Columbia, através de um programa que formou 15 roteiristas em 2013 e pretende formar mais 15 em 2014. Apesar de toda essa ampliação no escopo e na capacidade de atuação, formalmente, não houve mudanças na estrutura organizacional da empresa, regulada pelo Decreto nº 27.518 de 04 de janeiro de 2007. Entretanto, conforme apontado por Adrien Muselet, essa estrutura, na prática, não funciona dessa forma e, internamente, foi adaptada para lidar com essa nova conjuntura institucional.

### **b) Filme no Rio - *Rio Film Comission***

A *Film Comission* do Rio de Janeiro foi, finalmente, estruturada no ano de 2009, como já foi dito, com a fusão de duas iniciativas semelhantes que vinham sendo estruturadas separadamente em âmbito estadual e municipal. A partir dessa junção, sua gestão ficou sob a responsabilidade do governo do Estado, através de sua Secretaria de Cultura. Seguindo a concepção de uma *film comission*, como estrutura que dá suporte às produções realizadas no local onde foi criada, a estrutura carioca surgiu com as seguintes finalidades principais, segundo informações contidas em seu site oficial<sup>28</sup>:

- atender às solicitações de produtores audiovisuais nacionais e internacionais;
- buscar produções economicamente relevantes para serem filmadas no município e no Estado do Rio de Janeiro;
- ajudar na criação de incentivos fiscais para produções audiovisuais;
- Implantar um sistema simples e padronizado para solicitação de permissão de filmagens, facilitando sua obtenção;
- fazer parcerias e acordos de cooperação técnica com instâncias governamentais e da sociedade civil; (...);
- apoiar a logística de produções audiovisuais (...).

Como se vê, ela não é uma estrutura de fomento direto, que financia produções através de editais, por exemplo. Mas surgiu como estrutura que contribui para atrair e realizar produções. Nesse caso, ela poderia, inclusive, oferecer aportes financeiros para atrair produções. Isso foi o que aconteceu, por exemplo, no processo de negociação para realizar filmagens na cidade do Rio de franquias de filmes como ‘Crepúsculo’ e ‘Velozes e furiosos’.

Steve Solot, convidado para assumir a presidência da *Rio Film Comission*, era presidente do braço latino-americano da *Motion Pictures Asssocation of America* e está à

frente do processo de estruturação do órgão desde sua implementação em 2009. Ou seja, o convite feito a um representante da principal associação do mercado cinematográfico dos EUA para assumir esse posto já é mais um indício que nos mostra com que parâmetros a política de fomento ao cinema no Rio vem sendo implementada.

No final de 2013, foi anunciada uma nova mudança em seu modelo de gerenciamento. A partir de um novo acordo entre a RioFilme e a Secretaria de Cultura do Estado do Rio, sua gestão passou a ficar sob a responsabilidade da RioNegócios, uma agência vinculada à Prefeitura do Rio para atrair investimentos em diferentes ramos econômicos. Nesse processo de reestruturação da Rio *Film Commission*, foi assinado um convênio entre a RioFilme e o Sindicato da Indústria Audiovisual do Rio de Janeiro (SICAV-RJ), no valor de R\$ 900 mil para execução do programa *Films from Rio*, que tem como objetivo estimular a participação de produtoras cariocas em eventos internacionais de mercado audiovisual.

### **c) Secretaria Estadual da Cultura – Superintendência de Audiovisual**

Na estrutura da Secretaria Estadual de Cultura do Rio de Janeiro, a responsabilidade de gerir as ações voltadas para a área de cinema fica a cargo de sua Superintendência de Audiovisual. A partir de 2009, com a implantação do Programa Rio Audiovisual, o Estado e a Prefeitura passaram a realizar uma série de ações conjuntas de fomento, especialmente no campo do financiamento a projetos. Esse programa continua aparecendo como meta estratégica do Plano Plurianual do Estado do Rio de Janeiro 2012-2015, mostrando o lugar central que o tema continua tendo na diante da gestão pública local.

Complementando esse processo, no ano de 2013, como resultado da elaboração do Plano Estadual de Cultura do Rio de Janeiro, foi elaborado um plano setorial para o setor audiovisual. Foram estabelecidas seis diretrizes estratégicas: contribuir para consolidar o polo audiovisual fluminense como o principal centro de excelência da produção audiovisual da América Latina; estimular a inovação e a competitividade tecnológica no setor audiovisual; reconhecer e apoiar a diversidade e a excelência artística da produção audiovisual fluminense; promover uma formação audiovisual de excelência no Estado; ampliar o acesso às obras audiovisuais e preservar as obras audiovisuais produzidas no Estado. Isso dificultou a análise da atuação da Superintendência, porque os dados apresentados em relatórios oficiais não dividem as ações realizadas por cidade. Ou seja, não conseguimos saber, com precisão, qual o

---

<sup>28</sup> Site oficial: <<http://www.riofilmcommission.rj.gov.br/sobre-a-rio-film-commissionn>>. Acesso em: 01 mar de 2014



impacto das ações da Secretaria na capital quando comparada com outras cidades do estado do Rio.

Outra ação realizada pelo governo do Estado de fomento ao setor apareceu com o Decreto 42.042, de 24 de setembro de 2009, e a Resolução Conjunta Sefaz/SEC nº 087, de 04 de dezembro de 2009, que oferece isenção de ICMS para a importação de equipamentos por empresas cariocas.

#### **d) Festival do Rio**

O Festival do Rio, ou Rio de Janeiro *International Film Festival*, surgiu com a unificação de outros dois festivais, ambos surgidos nos anos 80: o Festival Internacional de Cinema, Televisão e Vídeo do Rio de Janeiro, criado em 1984, e o Rio Cine Festival, criado em 1985. Desde então, ele se consolidou como um dos festivais mais importantes do país, tanto em número de filmes exibidos quanto em público presente nas sessões. Em sua última edição de 2013, foram exibidos 406 filmes, distribuídos em 27 mostras, segundo o seu site oficial<sup>29</sup>. De acordo com relatório da RioFilme (principal patrocinadora do festival), sua última edição contou com um público aproximado de 319 mil pessoas.

É importante ressaltar que, levando em consideração apenas o ano de 2013, o banco de dados Kinoforum<sup>30</sup> apontou a realização de 24 festivais na capital carioca, desde o já citado Festival do Rio, mas passando também por outros festivais tradicionais e de diferentes gêneros e formatos, como o Festival Internacional de Cinema Infantil (FICI); o Festival Brasileiro de Cinema Universitário (FBCU); o Festival Internacional de Curtas do Rio de Janeiro; É Tudo Verdade – Festival Internacional de Documentários; o Festival Visões Periféricas - Audiovisual, Educação e Tecnologias; Mostra do Filme Livre; Anima Mundi – Festival Internacional de Animação do Brasil; o FEMINA - Festival Internacional de Cinema Feminino e o Festival MixBrasil de Cultura da Diversidade, entre outros.

#### **5.1.4 Informantes**

De forma geral, considerando os dados apresentados, podemos perceber a presença de agentes de diferentes setores participando, de forma direta, das ações de estruturação do polo.

---

<sup>29</sup> Site oficial: <<http://www.festivaldoriorio.com.br>>. Acesso em: 20 nov 2013.

<sup>30</sup> Principal banco de dados sobre os festivais de cinema realizados no país. Pode ser acessado através do endereço: <<http://www.kinoforum.org.br/guia/>>. Acesso em: 10 mar 2014.

Nesse momento, não nos interessa fazer um mapeamento completo do setor, mas apontar as principais instituições responsáveis pela formulação e/ou execução de ações que impactem no setor audiovisual do município e que se relacionem com a proposta institucional do Polo de cinema do Rio de Janeiro.

As propostas vêm sendo implementadas por meio de três conjuntos de agentes:

- a) **O Poder público**, representado, em âmbito federal, pela Ancine, que já ofereceu auxílio técnico para implementar a proposta de Film Comission e que, atualmente, está em negociação com a RioFilme para a liberação de verbas complementares através do Fundo Setorial do Audiovisual; em âmbito estadual, pela Secretaria de Cultura, através de sua Superintendência de Audiovisual, que tem concentrado suas ações de fomento em editais públicos e patrocínio a eventos; e em âmbito municipal, através da RioFilme, como empresa pública que também tem concentrado ações de fomento e de acompanhamento do mercado local, e, mais recentemente, através da Rio Film Comission, que passou a fazer parte da estrutura municipal.
  
- b) **A iniciativa privada** (e/ou parcerias público-privadas), em que existem três agentes principais: a Associação Polo Rio Cine&Video, ainda responsável pela gestão e pela manutenção da infraestrutura de estúdios e escritórios, implementadas na região de Jacarepaguá, nos anos 90; o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI), com a realização de parcerias na área de formação de mão de obra; e o Latin American Training Center-LATC (Centro Latinoamericano de Treinamento e Assessoria Audiovisual), que aparece como consultor e/ou correalizador de algumas atividades de formação e intercâmbio, como seminários e workshops. Coincidência ou não, a equipe de coordenação do LATC é a mesma da Rio *Film Comission*.
  
- c) **Terceiro setor e/ou associações de classe**: Apesar de ter um mercado produtor consolidado, é interessante notar que não existe uma grande quantidade de associações de classe relacionadas ao campo do audiovisual na cidade. Num mapeamento prévio, encontramos o Sindicato Interestadual dos Trabalhadores na Indústria Cinematográfica e do Audiovisual (STIC), que atua também em outros estados e é o principal sindicato de trabalhadores do campo audiovisual no país; a

Associação Profissional dos Repórteres Fotográficos e Cinematográficos do Rio de Janeiro (ARFOC), fundada em 1946 e voltada para a defesa dos interesses de fotógrafos e cinegrafistas; a Associação Brasileira de Documentaristas e Curtas-metragistas do Rio de Janeiro e a sede da Associação Brasileira de Roteiristas Profissionais de TV (ARTV).

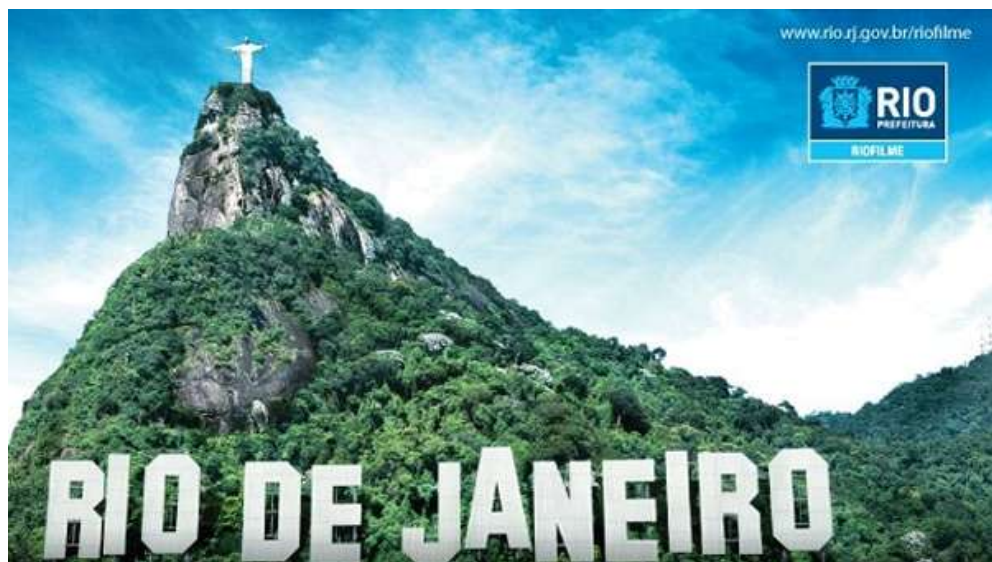
Notamos, entretanto, a participação direta na articulação e na realização de ações de fomento de apenas outras duas instituições dessa natureza: o Sindicato da Indústria do Audiovisual do Rio de Janeiro (SICAV-RJ), através de uma parceria voltada para a execução do programa *Films from Rio*, e a ABPITV – Associação Brasileira de Produtores Independentes de Televisão, responsável pela realização do *RioContentMarket*, considerado hoje o maior evento voltado para o mercado audiovisual realizado na América Latina e que foi criado no ano de 2012.

Na Figura 02, apresentamos uma síntese do papel de cada um e sua posição nessa proposta institucional do Polo de Cinema do Rio de Janeiro na figura 02, presente na página 98.

### **5.1.5 Conclusões iniciais**

“Dentre os 10 filmes nacionais mais assistidos de 2013, 09 foram produzidos no Rio de Janeiro”. Essa era a frase mais entoada nos corredores e nas salas de exibição do Festival do Rio de 2013, especialmente presente nas falas dos agentes responsáveis pelas políticas de fomento na cidade e no estado fluminense e que era repetido no *teaser* de propaganda da Riofilme exibida antes de todas as sessões do festival. Esse foi um dado muito comemorado por eles.

**Figura 01** – Banner de divulgação da RioFilme



Esse é um dado que reflete os investimentos realizados no setor, nos últimos anos, mas também aponta para uma situação preocupante, pelo menos para quem defende o processo de regionalização da produção no país, pois demonstra a concentração de produções cinematográficas na capital carioca se intensificou. Isso, certamente, deveria ser alvo de ações de órgãos federais, como a Ancine e a Secretaria do Audiovisual, através de ações de disseminação geográfica da produção nacional. Do ponto de vista das produtoras e dos agentes locais, esse número indica o sucesso das ações implementadas.

É um fato que a cidade do Rio de Janeiro, a partir da própria história de relacionamento com o setor audiovisual, conseguiu construir uma complexa rede de fomento quem vem se ampliando e se aperfeiçoando nos últimos anos. Com a inclusão do setor audiovisual nos planos estratégicos de desenvolvimento da capital e do estado do Rio, ambos os poderes convergiram no entendimento desse setor como peça estratégica para o desenvolvimento local e regional.

Ressalte-se, todavia, que, com base na análise dos dados apresentados, questionamos como a RioFilme assumiu um papel central no processo de coordenar as ações de fomento na capital carioca, e as demais organizações/ instituições orbitam ao seu redor. Ela desenvolveu parcerias estratégicas com agentes estaduais e federais, “terceirizou” determinadas ações, especialmente na área de formação, e adotou uma tática sobremaneira agressiva de captação e patrocínio de eventos, atraindo agentes do mercado internacional para atuarem na cidade.

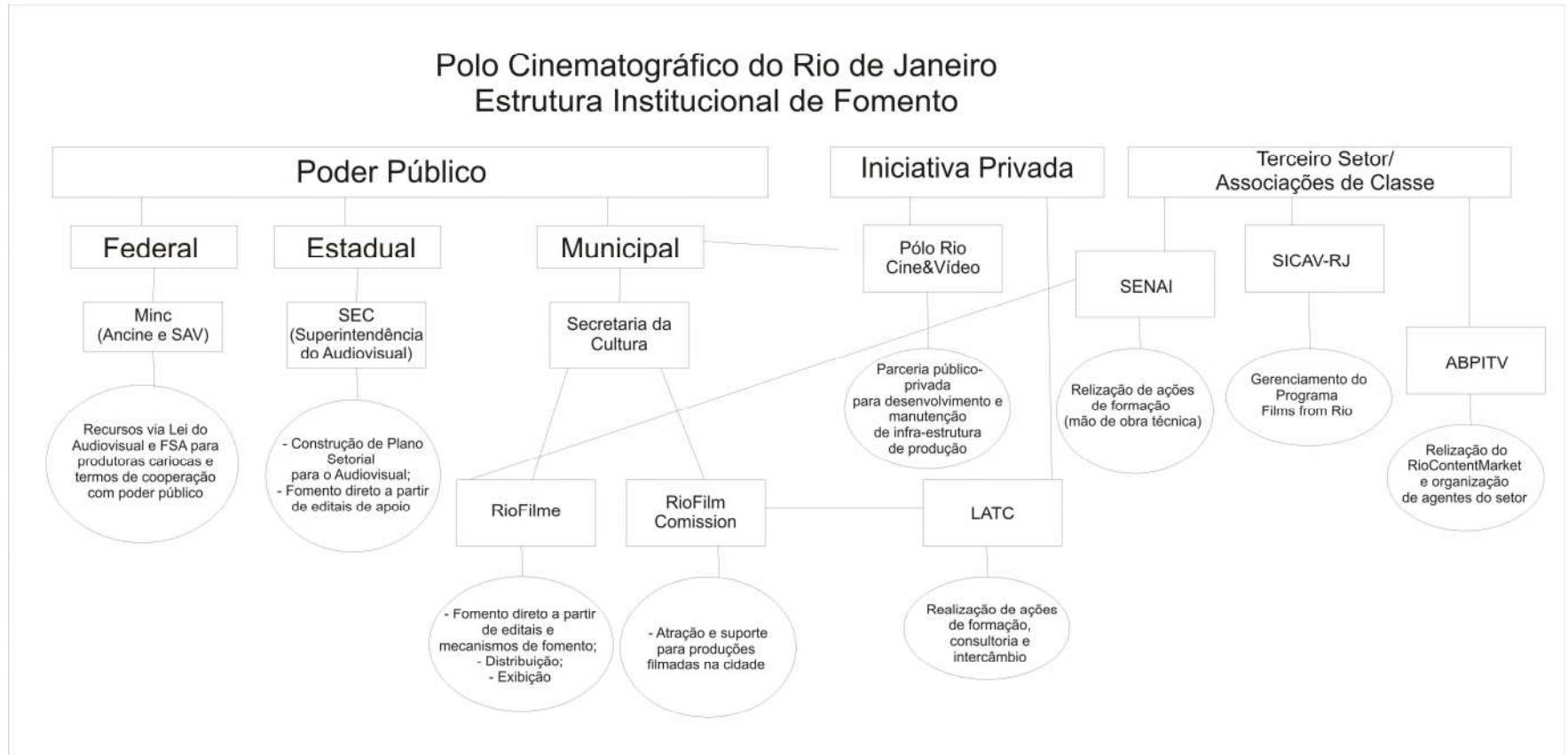
Partindo da centralidade da RioFilme e analisando discursos e ações implementadas, percebemos a forte influência do modelo hegemônico em suas ações, algo abertamente

defendido pelos seus gestores. “RioFilme defende fomento a *blockbusters*”, dizia o título de uma matéria da Folha de São Paulo publicada no dia 26 de abril de 2013. Quando questionado sobre o motivo de a empresa investir em filmes comerciais (inclusive da Globo Filmes), Adrien Muselet respondeu: “Pela mesma razão que o BNDES coloca dinheiro numa fábrica de carro na Bahia: porque gera emprego e renda. Tem uma série de vantagens econômicas óbvias” (CANÔNICO, 2013).

Assim, percebemos uma movimentação na cidade para incluí-la no circuito institucionalizado de produção com padrões “internacionais” de fomento, gestão e produção, incluindo políticas fortes de inserção de produtoras locais no circuito internacional, com a realização de coproduções e participação de eventos de mercado. Ou seja, o ideal industrial continua mais vivo do que nunca.

Por fim, vale salientar algo que chama à atenção: apesar de ser claro que o audiovisual representa um importante segmento econômico e cultural da cidade, não existem estudos e publicações aprofundadas sobre esse fenômeno.

**Figura 02** – Polo cinematográfico do Rio de Janeiro – Estrutura institucional de fomento



Fonte: Produzido pelo autor

## 5.2 BRASÍLIA – A CAPITAL DO TURISMO CINEMATOGRAFICO

### 5.2.1 Contexto

A cidade de Brasília foi inaugurada no ano de 1960, na perspectiva nacional-desenvolvimentista propagada no período em que Juscelino Kubitschek foi presidente e tendo como principais idealizadores o arquiteto Oscar Niemayer, o urbanista Lúcio Costa, e o arquiteto-paisagista Burle Marx. Hoje, contando com uma população de quase 2 milhões e 600 mil habitantes (IBGE, 2010), a cidade se configura como o centro das decisões políticas do país. A capital federal chama a atenção, também, pelos altos índices de qualidade de vida, com um índice de IDHM de 0,824, considerado muito alto, e que a coloca na nona posição entre todas as cidades do país.

Um dos principais fatores que a colocam nessa posição é sua renda per capita média que, segundo dados do IBGE, sistematizados pelo PNUD, “cresceu 87,24% nas últimas duas décadas, passando de R\$916,00 em 1991 para R\$1.199,44 em 2000 e R\$1.715,11 em 2010”. Vale lembrar que isso se explica, em parte, devido à grande concentração de servidores públicos residentes na cidade.

Em relação à experiência cinematográfica, a cidade tem dois marcos importantes. O primeiro é que a Universidade de Brasília (UNB) criou um dos primeiros cursos superiores de cinema do Brasil em 1962, tendo à frente professores como Paulo Emílio Salles Gomes e Nelson Pereira dos Santos. O próprio Paulo Emílio foi um dos envolvidos na criação da I Semana de Cinema de Brasília em 1965, que se transformaria, dois anos mais tarde, no Festival de Brasília do Cinema Brasileiro, o mais antigo em funcionamento do país. O segundo é que ela tem um dos maiores índices de salas de cinema por habitante do país (91) e a maior frequência a esse tipo de equipamento cultural, com um índice de frequência - 77% da população iria ao cinema pelo menos uma vez ao mês (SEBRAE, 2008) - que faz alguns darem a Brasília o título de cidade cinéfila do Brasil.

### 5.2.2 Histórico

Apesar de ser um dos polos mais antigos em funcionamento no país, a experiência do Distrito Federal - das três pesquisadas - foi a que mais sofreu “altos e baixos” em seu processo de implementação. Mais do que isso, acreditamos que o polo local nunca funcionou de forma plena devido à falta de efetividade na operacionalização de sua proposta.

A iniciativa aconteceu em período semelhante ao do Rio de Janeiro. Ela foi criada em 1991, a partir da Lei nº153 de 9 de julho do corrente ano, por meio da qual foi criado o Conselho Diretor do Programa de Desenvolvimento do Polo de Cinema e Vídeo do Distrito Federal (CONCIVI/DF), vinculado diretamente ao Gabinete do Governador e ao qual caberia, entre outras coisas, definir o local onde sua infraestrutura de apoio seria implementada<sup>31</sup>.

O Conselho foi regulamentado com a aprovação de seu regimento interno, através do Decreto nº 13.477, de 02 de outubro de 1991. Ele seria constituído por 12 membros, distribuídos de forma paritária entre representantes do poder público e agentes do campo cinematográfico, todos nomeados pelo governador do Distrito Federal. A esse conselho não caberia apenas, conforme o Art. 4º de seu regimento interno, encaminhar questões relativas à gestão da estrutura do Polo de Cinema em Vídeo que seria construída, mas também cumprir um papel mais amplo no planejamento de políticas de fomento ao setor, como o estabelecimento de prioridades, a concessão de incentivos e a captação de recursos.

Assim, em 26 de maio de 1993, foi inaugurado, na cidade satélite de Sobradinho, na gestão do então governador, Joaquim Roriz, o Polo de Cinema e Vídeo do Distrito Federal, cujo nome seria mudado para Polo de Cinema e Vídeo Grande Otelo, por meio da Lei nº 1.125 de 10 de julho de 1996. Entretanto, seu marco “oficial” de fundação data do início dos anos 2000, através da Lei complementar nº 633, de 05 de agosto de 2002, de autoria da deputada Anilcéia Machado, e sancionada numa nova gestão de Joaquim Roriz. Portanto, nove anos depois de o complexo inicial ter sido inaugurado.

Nesse novo dispositivo legal, continua sendo prevista a implantação de um “Programa de desenvolvimento do Polo de Cinema e Vídeo do Distrito Federal”. Esse marco delimita o espaço geográfico onde a infraestrutura do polo deve funcionar e que ele abrigará, dentre outros: estúdios de imagem e som; setores de apoio (elétrica, hidráulica, carpintaria etc.); cidade cenográfica<sup>32</sup>; setor de pós-produção; centro de treinamento para formação de mão de obra; área administrativa, museu e serviços de hotelaria. Essas propostas nunca foram executadas plenamente.

Do ponto de vista dos mecanismos de financiamento, o setor audiovisual sempre esteve vinculado aos mesmos regulamentos que legislam sobre o fomento a outras áreas do campo cultural. Atualmente, é o Fundo de Apoio à Cultura o principal mecanismo de

---

<sup>31</sup> Inicialmente, a previsão era de implementá-lo na cidade satélite do Gama. Entretanto, a partir da Lei nº 266, de 13 de maio de 1992, sua sede foi modificada para Sobradinho.

<sup>32</sup> Em conjunto com o indicativo de construção da cidade cenográfica, é citado, inclusive, o exemplo da Rede Globo, que se tornou, também, atrativo turístico.



financiamento ao setor. As origens desse dispositivo se encontram na Lei 158, de 29 de julho de 1991. Ela sofreria uma série de alterações em 1999 e, em 2008, ficaria próxima da sua configuração de hoje, através da Lei 782, de 07 de outubro de 2008, regulamentada pelo Decreto nº 34.785, de 01 de novembro de 2013. Mas foi a partir de 2008 que uma nova iniciativa buscou reorganizar o fomento ao setor no DF. Com forte participação do Ministério do Turismo e executadas pelo Instituto Dharma, iniciaram-se as discussões sobre o projeto “Brasília Cinematográfica”. Essa proposta fazia parte de um programa mais amplo, em que o órgão federal escolheu dez cidades no país e estimulou o desenvolvimento de estratégias segmentadas para cada localidade. Brasília, a priori, receberia investimentos para transformá-la num “destino indutor do turismo cinematográfico, agilizar a atividade audiovisual, inclusive na captação de recursos para as produções, além de divulgar a cidade por intermédio do cinema” (DINIZ, 2012).

Segundo o projeto “Destino Referência em Turismo Cinematográfico – Brasília-DF”, a noção de turismo cinematográfico “procura promover a cidade como espaço de locação para produções audiovisuais, e leva os visitantes a conhecer os locais onde foram filmadas diversas produções” (INSTITUTO CASA BRASIL DE CULTURA, 2010, p. 09). O principal exemplo citado nesse sentido é o da Nova Zelândia, que teria tido um forte incremento em seu setor turístico após as filmagens da trilogia “O Senhor dos Anéis”.

Partindo desse princípio, foi estruturada uma série de atividades preparatórias, entre seminários, encontros de mobilização e atividades de sensibilização de agentes do campo turístico, que deram origem a dois documentos principais que sintetizam esse processo. O primeiro, referente à “1ª etapa de preparação do destino, é referência em turismo cinematográfico no Brasil”, em 2008 e 2009; e o segundo, que contém a síntese da segunda etapa desse processo, realizada em 2010.

Para além das propostas encaminhadas pelos documentos, com vistas a dinamizar o setor audiovisual em Brasília, uma das principais contribuições desse processo foi a realização de um diagnóstico do setor, em que foram enumeradas e avaliadas potencialidades e fraquezas para a implementação dessa proposta com viés turístico. Nesse diagnóstico, foi revelado que o CONCIVI/DF não se reunia desde 2007. Mas, por que realizar uma proposta através desse viés em Brasília? Segundo o documento-síntese da primeira etapa, isso se justificaria por alguns fatores principais: em primeiro lugar, por fatores culturais, como o fato de ser considerada uma cidade “multicultural”, que se desenvolveu através de forte migração nacional e internacional e é considerada patrimônio cultural da humanidade; em segundo lugar, por fatores econômico-sociais, como elevada qualidade de vida, índice de

desenvolvimento humano e infraestrutura urbana; em terceiro lugar, por fatores climáticos, como alto nível de insolação, baixo índice pluviométrico e estações do ano bem definidas (o que facilita o planejamento de filmagens); por fim, devido a uma relação já próxima do campo cinematográfico, seja do ponto de vista da fruição - a noção de “cidade cinéfila” mencionada antes, seja do ponto de vista da produção, por ser um dos principais centros de produção do país, mesmo com políticas descontinuadas de fomento ao setor.

Como resultados desse processo, foram recomendadas duas ações institucionais prioritárias: a criação da Brasília *Film Commission* (BsbFC) e a do Núcleo de Permissões de Filmagens. A primeira seria um órgão de caráter misto (consultivo e deliberativo), composto por comitê gestor, formado por um colegiado com membros do poder público, iniciativa privada e terceiro setor/órgãos de classe, com o objetivo principal de atrair investimentos, dinamizar o mercado local e dar suporte às filmagens realizadas na região.

O segundo seria um órgão que facilitaria o processo de emissão de licenças, alvarás e congêneres, para agilizar o processo de liberação de filmagens. Isso aliado à recomendação de que se devem ampliar investimentos no setor; revitalizar o Polo Grande Otelo; ampliar as ações de formação de mão de obra; criar guias de locação e de produção, com mapeamento de locais, produtoras e fornecedores locais, dentre outros, integrando um amplo espectro de atividades (COSTA *et al*, 2009).

Ainda em novembro de 2008, foi instituído um comitê executivo, através da Portaria nº 40, de 13 de setembro de 2008, para estruturar a proposta de criação da *Film Commission* local. Esse comitê era formado de 10 representantes do poder público, agentes do campo do cinema e do turismo e associações de classe do campo cinematográfico. Em 18 de novembro de 2008, durante o Festival de Brasília do Cinema Brasileiro, foi feito o anúncio oficial/lançamento da iniciativa. Mas, comparando os documentos de 2009 e 2010, percebemos que pouca coisa caminhou efetivamente nesse intervalo de doze meses, inclusive a própria criação da BsbFC, que não foi encaminhada pelo governo distrital.

Vale lembrar que foi justamente nesse período em que a política local sofreu forte turbulência, com a cassação do então governador José Roberto Arruda (PFL/Democratas), acusado de participar de um esquema de corrupção. Ele foi afastado do governo do DF no início de 2010 e teve seu mandato cassado em 16 de março de 2010, não por causa da acusação de corrupção, mas por um processo relacionado à infidelidade partidária. Assim, o projeto perdeu o ambiente local em que estava sendo gestado e sofreu as consequências dessa instabilidade política local.

Um novo documento, fruto de outro encontro realizado em 2010, passou a colocar a retomada das atividades do CONCIVI/DF como prioridade para a implementação do projeto Brasília Cinematográfica e sugeriu a vinculação da Brasília *Film Commission* a essa instância. Também se discutiu sobre a proposta de gestão do polo a partir de uma parceria público-privada.

Passados quase quatro anos desde esse último encontro, o projeto está abandonado não e não é mais mencionado em nenhuma das matérias ou ações institucionais referentes à revitalização do polo cinematográfico local. Esse é mais um exemplo de política descontinuada. O site do projeto, [www.brasiliacinematografica.com.br](http://www.brasiliacinematografica.com.br), está fora do ar, assim como o sítio virtual da Brasília Film Commission, até então hospedada no endereço [www.bsbfc.com.br](http://www.bsbfc.com.br), inclusive a própria operacionalidade da Brasília *Film Commission* se encontra parada.

Recentemente, começou a ser discutida a criação da DFCine, uma empresa de fomento inspirada na RioFilme e na SPCine. O primeiro seminário de discussão sobre o assunto foi realizado no dia 09 de maio de 2014, sob a organização de agentes do segmento local e do deputado distrital Cláudio Abrantes. Essa foi considerada mais uma “nova” iniciativa para revitalizar e fortalecer a produção local. Cenas de um filme repetido – descontinuidades e “novas” soluções.

A seguir, apresentamos o quadro-síntese que contém as principais disposições legais que se relacionam com a implementação do Polo de Cinema e Vídeo do Distrito Federal:

**Tabela 06 – Marco legal – Polo de Cinema e Vídeo do Distrito Federal**

| <b>Tipo</b> | <b>Número</b>                   | <b>Objeto</b>   |
|-------------|---------------------------------|---|
| Lei         | 153 de 09 de julho de 1991      | Cria o Conselho Diretor do Programa de Desenvolvimento do Polo de Cinema e Vídeo do Distrito Federal – CONCIVI/DF, vinculado ao Gabinete do Governador do Distrito Federal. |
| Lei         | 158, de 29 de julho de 1991     | Institui o primeiro mecanismo de fomento à cultura no Distrito Federal, através do mecanismo de incentivo fiscal, incluindo a produção cinematográfica.                     |
| Decreto     | 13.477 de 02 de outubro de 1991 | Aprova o Regimento Interno do CONCIVI/DF.   |
| Decreto     | 13.674 12 de dezembro de 1991   | Cria o Fundo de Apoio à Arte e à Cultura - FAAC - e Regulamenta a Lei nº 158, de 29 de julho de 1991, que instituiu o mecanismo de incentivo fiscal.                        |

|                  |                                   |  |
|------------------|-----------------------------------|--|
| Lei              | 266, de 13 de maio de 1992        | Modifica o local de instalação da infraestrutura do polo do Gama para Sobradinho.  |
| Lei              | 285, de 30 de junho de 1992       | Transfere para a Secretaria de Cultura, Esportes e Comunicação Social a coordenação e a execução das atividades do Polo de Cinema e Vídeo do Distrito Federal.   |
| Lei              | 1.125 de 10 de julho de 1996      | Dá a denominação de Polo de Cinema e Vídeo Grande Otelo ao Polo de Cinema e Vídeo de Brasília.   |
| Lei Complementar | 267, de 15 de dezembro de 1999    | Dispõe sobre a criação de Programa de Apoio à Cultura – PAC - e cria o Fundo da Arte e da Cultura.   |
| Lei Complementar | 633, de 05 de agosto de 2002      | Dispõe sobre a destinação de área para implementação do Programa de Desenvolvimento do Polo de Cinema e Vídeo do Distrito Federal.   |
| Decreto          | 24.012, de 02 de setembro de 2003 | Aprova alterações no Regimento Interno do Conselho Diretor do Programa de Desenvolvimento do Polo de Cinema e Vídeo do Distrito Federal.   |
| Portaria         | 40, de 13 de setembro de 2008     | Institui comitê executivo para estruturação de proposta de criação da Brasília Film Commission   |
| Lei complementar | 782, de 07 de outubro de 2008     | Altera o Programa de Apoio à Cultura, transformando o “Fundo da Arte e da Cultura – FAC - de que trata o art.5º, da Lei Complementar nº 267, de 15 de dezembro de 1999, no Fundo de Apoio à Cultura – FAC, nos termos do art. 246, § 5º, da Lei Orgânica do Distrito Federal”. |
| Decreto          | 31.414, de 11 de março de 2010    | Institui o regulamento do Fundo de Apoio à Cultura – FAC - e o Regimento Interno do Conselho de Administração do Fundo de Apoio à Cultura – CAFAC.   |
| Decreto          | 34.785, de 01 de dezembro de 2013 | Institui o regulamento do Fundo de Apoio à Cultura e o Regimento Interno do Conselho de Administração do Fundo de Apoio à Cultura, revogando o Decreto 31.414 de 11 de março de 2010.  |

### 5.2.3 Natureza

No nível operacional, todas as ações de fomento ao setor ficam concentradas na Secretaria de Cultura do Distrito Federal, responsável por administrar o Polo de Cinema e Vídeo Grande Otelo; por gerir o principal mecanismo de financiamento de setor – o Fundo de

Apoio à Cultura (FAC) - e por organizar o festival de Brasília do Cinema Brasileiro, o mais antigo do segmento no país. Assim, há uma forte concentração de ações e de responsabilidades no poder público distrital.

O Polo Grande Otelo foi pensado como um centro de oferta de infraestrutura para produções que filmassem em Brasília. Contém um estúdio de 600m<sup>2</sup>, sede administrativa com sete salas e 240m<sup>2</sup>, um prédio de apoio à produção, com 320m<sup>2</sup>, com camarins, salas de projeção, banheiros e refeitório, e uma área total disponível de 400 hectares. Entretanto, são constantes as críticas provenientes de diferentes segmentos do campo cinematográfico e cultural do Distrito Federal devido ao seu estado de abandono e de sucateamento. Isso porque, desde que foi inaugurado em 1993, a infraestrutura instalada não passou por nenhum reparo ou reforma importante. “Entre vários problemas, a estrutura do telhado do único estúdio está apodrecida e pode desabar ameaçando equipamentos e parte de um pequeno acervo armazenado no local. Os vazamentos no telhado já destruíram cenários de duas produções brasilienses” (GONTIJO, 2011a), afirmava a matéria “Polos opostos”, publicada no Jornal Correio Braziliense em 18 de maio de 2011. A própria reforma do espaço físico vem sendo adiada há tempos<sup>33</sup>. Em 2013, sua revitalização ganhou um novo capítulo, com a realização de uma reforma orçada em R\$ 180 mil reais e as filmagens do longa-metragem “O Outro Lado do Paraíso”, no ano de 2013, que construiu uma cidade cenográfica no terreno do polo e é considerado o filme de maior orçamento já filmado na região, estimado em 7 milhões de reais (MAGENTA, 2013).

Em nota oficial, o Governo do Distrito Federal informou que estava previsto para março de 2014 o início de uma obra de maiores proporções, “incluindo a construção de mais 1.500 metros quadrados de área para instalação de refeitórios, alojamentos e um estúdio cinematográfico”. Entretanto, até o momento, a obra não foi iniciada. Vale lembrar que a revitalização dessa iniciativa sempre aparece nos anseios da classe artística e cultural local. Como exemplo, ele surgiu como ação prioritária aprovada pela III Conferência Estadual de Cultura do Distrito Federal:

Reformar e reestruturar o Polo de Cinema e Vídeo Grande Otelo bem como retornar o CONCIVI/DF (Conselho Diretor do Programa de Desenvolvimento do Pólo de Cinema e Vídeo do Distrito Federal); promovendo o pleno desenvolvimento do Pólo e estendendo as suas atividades às RA's, garantindo a participação das entidades da sociedade

---

<sup>33</sup> Para saber mais, consultar a matéria “GDF remaneja recursos e reforma do Polo de Cinema é cancelada”, disponível em: <http://g1.globo.com/distrito-federal/noticia/2012/07/gdf-remaneja-recursos-e-reforma-do-polo-de-cinema-e-cancelada.html>. Acessada em 05 set 2012.

civil e apoiando as práticas cineclubistas potencializando os cineclubes já existentes e estimulando novos cineclubes nos pontos de cultura, telecentros e espaços públicos disponíveis das diversas RA's.

Mesmo entre altos e baixos, e segundo dados da Secretaria de Cultura do Distrito Federal, o Polo já apoiou a realização de 80 obras cinematográficas até o momento. E no que diz respeito à produção geral de filmes no Distrito Federal, um levantamento preliminar que consta no diagnóstico presente no documento da 1ª etapa de preparação do destino referência em turismo cinematográfico, aponta que foram realizados, entre 1960 e 2008, aproximadamente, 169 curtas, nove medias e 66 longas-metragens na região (COSTA *et al*, 2009, p. 30), totalizando 244 produções. Esses dados merecem ser apurados com mais precisão e atualizados.

Quanto ao Fundo de Apoio à Cultura (FAC), aparece como o principal mecanismo de fomento para os realizadores da região, o qual surgiu em 1991, através do Decreto 13.674/91, e sofreu uma série de modificações durante os anos 90 e 2000. Hoje, funciona com a distribuição de recursos e de editais públicos.

Tomando como base os anos de 2011, 2012 e 2013, foram investidos no setor audiovisual, respectivamente, 6,2 mi, 7,5 mi e 8 milhões de reais, apoiando a realização de 117 projetos nesses três anos. Desse universo, 102 estavam relacionados à realização de produções de curtas, longas e com a finalização de produtos em andamento. Os demais tratavam, basicamente, de apoio a festivais, mostras e atividades de formação de público.

Para sistematizar esses dados, utilizamos os relatórios do FAC apresentados pela Secretaria de Cultura do Distrito Federal nos últimos três anos. Entretanto, do ponto de vista da disponibilização de informações, a Secretaria de Cultura do Distrito Federal foi o órgão que menos ofereceu subsídios entre as três regiões pesquisadas e que tem menos informações disponibilizadas de forma pública em seus canais de comunicação, com exceção dos relatórios anuais do FAC.

Por fim, vale comentar sobre o Festival de Brasília do Cinema Brasileiro, considerado o mais antigo do Brasil em funcionamento, o que, por si só, coloca-o como um dos mais importantes e tradicionais. Ele realizou sua 45ª edição em 2013. Como dito, o evento foi criado a partir da I Semana do Cinema Brasileiro, realizada de 11 a 22 de novembro de 1965, como uma iniciativa da então Fundação Cultural do Distrito Federal, que convidou uma série de agentes do setor - entre os quais, o também citado Paulo Emílio Salles Gomes - para dirigir esse processo. Dois anos depois, ele passou a adotar o nome "Festival".

A partir da edição de 2011, ele passou a adotar uma série de medidas tentando se “reinventar”. Modificou o perfil curatorial, para atrair realizadores e críticos mais jovens para o processo de seleção dos filmes que seriam exibidos no festival, e aumentou os valores dos prêmios a serem oferecidos aos ganhadores das mostras competitivas. Além disso, eliminou a regra de ineditismo das obras inscritas, o que ainda é mantido por alguns festivais mais tradicionais. Com essas medidas, a organização do festival esperava um aumento no número de interessados e, conseqüentemente, na quantidade de filmes inscritos.

Depois de um crescimento de inscrições em 2011, esses números permaneceram relativamente estáveis nos anos seguintes. Segundo dados oferecidos pelo próprio festival, nesse primeiro ano de mudanças, foram inscritos 624 filmes - 110 filmes de longa-metragem (56 inéditos), 415 curtas e 99 filmes de animação. Em 2012, o número geral caiu levemente para 580 filmes - 126 longas-metragens e 454 curtas. Em 2013, foram 549 inscrições - 102 longas, 240 curtas de ficção e 398 curtas, além de 69 inscrições para a Mostra Brasília (primeira ano em que foram contabilizados separadamente). Hoje, ele apresenta uma das maiores premiações oferecidas por festivais no país, distribuindo um total de 700 mil reais em prêmios, incluindo a premiação de 250 mil reais para o melhor longa-metragem, e 35 mil, para o melhor curta-metragem, atrás apenas, no montante geral, do Festival de Paulínia.

O Festival de Brasília ainda aparece como o principal espaço de visibilidade da produção local, com a realização da Mostra Brasília, que integra sua programação oficial. No ano de 2013, por exemplo, foram inscritos 69 filmes na mostra - 11 longas-metragens e 58 curtas. Desses, foram selecionados para a mostra competitiva 18 curtas e quatro longas, entre ficções, documentários e animações que concorreram a prêmios somados de R\$ 200 mil<sup>34</sup>.

#### **5.2.4 Informantes**

Em relação aos agentes que participam do processo de implementação do polo, assume centralidade o poder público, através da Secretaria de Cultura do Governo Distrital, que planeja e executa as principais ações de fomento na região e é o responsável direto pela organização do Festival de Brasília do Cinema Brasileiro. Como a iniciativa “Brasília Cinematográfica” surgiu como um processo pontual e sem perspectivas de continuidade, os agentes que participaram desse processo não foram listados abaixo. O organograma que sintetiza esses dados está presente na página 112.

---

<sup>34</sup> Informações retiradas do site oficial do festival: <[www.festbrasil.com.br/2013](http://www.festbrasil.com.br/2013)>. Acessado em 30 out 2013.

- a) **Poder público:** Representado pela Secretaria de Cultura do Governo do Distrito Federal, que gerencia o principal mecanismo de financiamento (o FAC), a infraestrutura de apoio (Polo de Cinema e Vídeo Grande Otelo), e organiza o principal festival da cidade (Festival de Brasília do Cinema Brasileiro);
- b) **Iniciativa privada:** Como único agente privado, listamos o SEBRAE - DF, que tem participado de ações voltadas para o setor no Projeto Criativa DF, voltado para o fomento da chamada “economia criativa” na região e de mapeamento dos agentes culturais da região. Além disso, realizou um importante estudo sobre consumo cultural – em especial, de música e cinema – na região do Distrito Federal.
- c) **Terceiro Setor/Associações de classe:** Dentre as três iniciativas mapeadas, o Distrito Federal é a que aparece com o maior número de associações de classe no setor. Num mapeamento prévio, encontramos cinco associações funcionando: a Associação da Indústria Audiovisual de Brasília (AIA) – Fundada em 2007, formada por empresas das áreas de cinema, áudio, vídeo, computação gráfica e conteúdos de internet que tenham sede no Distrito Federal; a Associação de Produtoras Brasileiras do Audiovisual (ABPA) – Fundada no ano de 2005, é uma associação que representa os setores de cinema, TV e infraestrutura de comunicações; a Associação dos Realizadores e Produtores de Filmes de Longa-metragem (APROCINE) – Fundada em 2003, tem 16 associados formados por realizadores e produtores do Distrito Federal que tenham no currículo, pelo menos, um longa-metragem lançado; a Associação Brasiliense de Cinema e Vídeo (ABCV) – Mais antiga associação de classe do setor, foi fundada em 1978. Atualmente, tem cerca de 200 associados; e a AATA/DF – Associação de Atores e Técnicos em Audiovisual do DF – Fundada no ano de 2008, tem cerca de 30 associados e representa, especialmente, atores e atrizes do Distrito Federal (COSTA *et al*, 2009).



### 5.2.5 Conclusões iniciais

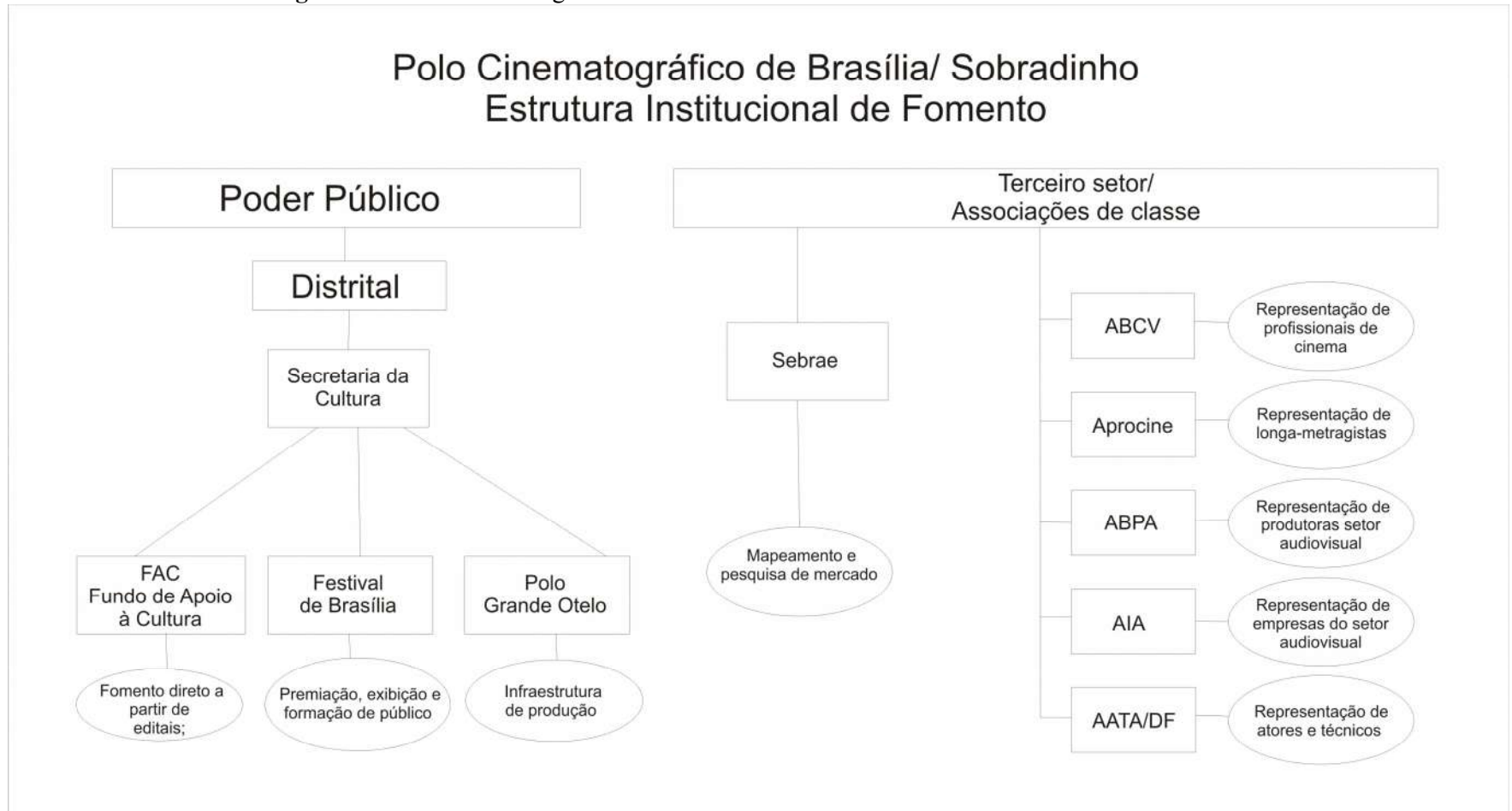
Com base no que foi exposto, podemos afirmar que, apesar de ser uma das experiências mais antigas do país, a implementação do Polo Cinematográfico do DF é marcada por descontinuidades e fragilidades institucionais. O principal indício disso são os problemas de manutenção pelos quais a infraestrutura construída no início dos anos 90, em Sobradinho, vem passando. Depois de passar por uma pequena reforma em 2013, ela ainda não sofreu uma intervenção mais forte que possa culminar com a utilização desse espaço por mais produções locais.

Outro exemplo de descontinuidade é o projeto Brasília Cinematográfica, que havia se desdobrado num processo de estruturação da *Brasília Film Comission*. E mesmo com o compromisso do poder público local de levá-la adiante, foi mais uma iniciativa que não atingiu seus objetivos. Mas é importante mencionar que questionamos sobre os reais objetivos de estruturação do projeto Brasília Cinematográfica e sua relação com o setor do turismo. Seria mesmo um projeto que partiu de um diagnóstico concreto das potencialidades da cidade ou a oportunidade que um grupo que trabalha nesse setor viu de ter um projeto nessa área implementado? Questionamos isso, especialmente, porque existem outros destinos turísticos já consolidados no país que apresentam igual ou maior número de produções realizadas, ou porque esse modelo turístico tem funcionado em regiões onde foram realizadas produções de grande orçamento (*blockbusters*) de visibilidade e repercussão internacional, algo que nunca acontecera na cidade.

De toda forma, entre continuidades e descontinuidades, a produção do Distrito Federal ainda figura entre as principais do país, disputando com estados como Minas Gerais, Pernambuco e Bahia a quarta posição na produção nacional. E o principal mecanismo de fomento é o Fundo de Apoio à Cultura, vinculado à Secretaria de Cultura do Distrito Federal. Embora tenha havido iniciativas por parte dos segmentos privados e da sociedade civil, a gestão de políticas e as ações de estímulo ainda seguem fortemente centralizadas pelo poder público distrital, e não conseguem dar respostas aos anseios dos agentes locais.

A partir do exposto, acreditamos que o Distrito Federal, apesar de ser um centro de produção representativo e de ter uma série de marcos que tentaram consolidar um polo cinematográfico na região, ainda não se apresenta como uma proposta plenamente efetivada.

**Figura 03** – Polo cinematográfico de Brasília/Sobradinho – Estrutura institucional de fomento



**Fonte:** Produzida pelo autor

## 5.3 PAULÍNIA – “A NOVA HOLLYWOOD BRASILEIRA”

### 5.3.1 Contexto

A história da cidade de Paulínia é relativamente recente. De origem rural, o primeiro agrupamento urbano que daria origem à cidade se desenvolveu em torno de uma estação de trem, chamada José Paulino. Alguns anos depois, entre 1897 e 1903, seria construída a Igreja de São Bento, em torno da qual cresceria um pequeno povoado. Em 30 de novembro de 1944, o então bairro seria elevado à categoria de Distrito de Campinas, e em 28 de fevereiro de 1964, seria emancipada e elevada à condição de município. Localizada a pouco mais de 100 km da cidade de São Paulo, integra, com outros 18 municípios, a Região Metropolitana de Campinas.

Alguns anos depois de sua emancipação, seria inaugurado um empreendimento que ajudaria a modificar de vez a economia rural da cidade, convertendo-a num grande centro industrial. Em 1968, foi anunciada a construção da Refinaria de Paulínia (REPLAN), por meio de uma negociação direta entre os agentes municipais e o governo militar, e que, ainda hoje, é a maior dessa natureza no país. Mas é importante ressaltar que o primeiro empreendimento industrial de grande porte na região data de 1942, com a instalação da Rhodia, empresa de produção de álcool (BRANCO, 2011). A partir de então, diversas empresas do setor petrolífero (e derivados) passaram a se instalar na cidade. “A construção da Replan teve início em 1969. Posteriormente, algumas empresas do setor ali se instalaram. Em 1972 a Du Pont do Brasil, em 1974 a CBI Industrial, em 1975 a Shell do Brasil, e em 1981 a Galvani” (BRANCO, 2011, p. 33).

Esse processo contribuiu para uma mudança radical em relação à distribuição e ao aumento populacional nas últimas décadas na cidade. Wassall (2011) enuncia que, em 1950, Paulínia tinha uma população de 7.359 habitantes - 589 na zona urbana, e 6.770 na zona rural. Em 1970, essa tendência começou a se modificar: de uma população total de 10.708 habitantes, 3.673 estão na zona urbana, e 7.035 na zona rural. Já em 1980, de uma população total de 20.755 habitantes, 19.085 estão na zona urbana, e 1.670, na zona rural. Portanto, foi uma cidade que viu, num período de dez anos, sua população praticamente dobrar, e seu perfil rural passar para um perfil eminentemente urbano.

Otero de Farias (2010) sintetiza essa evolução na tabela abaixo, atualizando os dados até 2009:

**Tabela 07** – Evolução demográfica do município de Paulínia e Região de Metropolitana de Campinas

| Áreas       | População Total |           |           |           |           |           | Taxa de Crescimento |       |       |       |       |
|-------------|-----------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|---------------------|-------|-------|-------|-------|
|             | 1970            | 1980      | 1991      | 2000      | 2007      | 2009      | 70/80               | 80/91 | 91/00 | 00/07 | 00/09 |
| RM Campinas | 680.826         | 1.276.755 | 1.863.609 | 2.332.988 | 2.594.832 | 2.770.862 | 6,49                | 3,50  | 2,53  | 1,53  | 1,93  |
| Campinas    | 375.864         | 664.559   | 846.434   | 968.160   | 1.039.354 | 1.064.669 | 5,86                | 2,22  | 1,50  | 1,02  | 1,06  |
| Paulinia    | 10.708          | 20.755    | 36.706    | 51.163    | 72.280    | 84.577    | 6,84                | 5,32  | 3,76  | 5,06  | 5,74  |

Fonte: Farias, 2010

O município também é marcado por altos índices de qualidade de vida, apresentando um IDHM de 0,795. A existência dessa forte atividade industrial coloca a cidade como um dos municípios cuja renda per capita é a maior do país. Com um crescimento médio na renda de 65,98% nas últimas duas décadas, hoje ele atinge o patamar per capita de R\$ 96.896,80 e um PIB total aproximado de R\$ 8,2 bilhões de reais (IBGE, 2013). A junção de todos esses fenômenos citados deu ao município suas conformações atuais. Chamam à atenção duas questões principais, mencionadas por pesquisadores que discutem sobre a urbanização e as transformações no município de Paulínia nos últimos anos: a expansão urbana, com a proliferação de condomínios habitacionais fechados (horizontais e verticais), e a construção de megaprojetos na cidade.

Em relação à questão habitacional, só para exemplificar o impacto desse fenômeno, Fernanda de Farias (2011) afirma que existem 24 loteamentos e condomínios fechados na cidade (alguns ainda em fase de implementação), localizados, principalmente, em suas regiões periféricas e que começaram a ser implementados, segundo Wassall (2012), especialmente a partir dos anos 2000, mostrando o quanto a especulação imobiliária é forte em Paulínia.

Quanto aos megaprojetos, percebemos uma forte vinculação dessa concepção à figura de Edson Moura, que foi prefeito da cidade durante 12 anos, entre 1993 e 1996, e, posteriormente, entre 2001 e 2008, e em cujas gestões foram criadas as principais iniciativas dessa natureza. O marco inicial foi a criação do Parque Brasil 500, concebido a partir do ano de 1993, e que consiste num complexo formado por um pavilhão de eventos, uma concha acústica e um sambódromo e que, desde então, é utilizado para a realização de eventos de grande porte.

Em 2004, foi inaugurada a Rodo-shopping, uma estrutura que agrega os serviços de transporte (municipal e intermunicipal) e tem anexo um centro de compras com 60 lojas e

dois cinemas. Em 2007, foi inaugurado o novo Paço Municipal e, em 2008, o Theatro Municipal Paulo Gracindo. Todo esse complexo de estruturas citadas ocupa uma faixa contínua e que, conforme salienta Wassall (2011), aparece como uma nova centralidade na cidade.

**Figura 04** – Fachada do Theatro Municipal de Paulínia Paulo Gracindo



**Foto:** Retirada pelo próprio autor

**Figura 05** – Fachada do Paço Municipal de Paulínia



**Foto:** Retirada pelo próprio autor

**Figura 06** – Vista geral do Rodoshopping



**Foto:** Retirada pelo próprio autor

Foi nessa segunda gestão de Edson Moura que começou a ser implementada a proposta de se criar um polo cinematográfico na cidade. Essa iniciativa será apresentada com mais detalhe a seguir e se integra a essa concepção de megaprojetos estruturados na cidade.

### 5.3.2 Histórico

A estruturação do Polo Cinematográfico de Paulínia foi marcada por um processo que gerou visibilidade para a cidade e diferentes expectativas em torno da classe cinematográfica, apesar de sua breve história de implementação. O projeto, intitulado “Paulínia Magia de Cinema”, começou a ser concebido a partir do ano de 2005.

A proposta de investir no campo audiovisual apareceu como uma estratégia para a cidade se tornar um centro de atração de investimentos na indústria do entretenimento. Conforme salienta a reportagem da Folha de São Paulo, “após declínio, polo cinematográfico de Paulínia é retomado”, publicada no dia 02 de dezembro de 2012, a proposta do então prefeito de Paulínia, Edson Moura, seria de criar as bases para a estruturação de um complexo que conteria hotéis, um monotrilha e parques temáticos nos moldes da Disney. Ainda segundo a reportagem, “o prefeito eleito de Paulínia, Edson Moura Jr. (PMDB), anunciou a retomada da construção da "Disney brasileira", projeto de R\$ 2 bilhões iniciado por seu pai em 1992” (MAGENTA, 2012).

No que diz respeito, especificamente, à estruturação do polo cinematográfico, a síntese de suas pretensões foi sistematizada no projeto intitulado “Paulínia Magia do Cinema”, com a consultoria de agentes do campo cinematográfico, como o crítico Rubens Edwald Filho, e do cineasta Luís Carlos Barreto. A iniciativa de implementar um polo cinematográfico na região foi levada adiante por Edson Moura e, a partir daí, a cidade começou a aprovar uma série de marcos legais que propiciaram a continuidade da proposta. No final do ano seguinte, 2006, foram sancionadas algumas das principais leis que dariam a base de sustentação para implementação da proposta. Inicialmente, a construção do polo foi autorizada através da Lei nº 2.842, de 21 de dezembro de 2006, que dispõe sobre a “criação do Parque do Cinema e das Comunicações no Município de Paulínia e dá outras providências”.

Esse marco legal apontava que a iniciativa estaria vinculada às Secretarias Municipais de Cultura, de Educação e de Turismo e Eventos, sob a coordenação da Secretaria Municipal de Cultura. E apesar de não obrigar a instalação de todos os itens listados, deixava a possibilidade de se criar um complexo de estúdios de filmagem; um setor de apoio de serviços como marcenaria, serralheria, carpintaria e alvenaria; uma cidade cenográfica; um setor de pós-produção, com salas de montagem e finalização; um centro de treinamento técnico; um “Museu do Cinema e das Comunicações”; serviços e espaço de escritórios e áreas para a instalação de restaurantes, bares e lojas.

Quando analisamos a presença de todos esses itens, percebemos que os objetivos iniciais da proposta não vislumbravam, apenas, o fomento ao mercado cinematográfico, mas também o do turismo, o que pode ser explicado pela participação da Secretaria de Turismo e Eventos na operacionalização da proposta e em seu artigo 5º, inciso IV, quando faz referência à criação de uma cidade cenográfica, citando o exemplo da Rede Globo, “localizada na periferia do Rio de Janeiro, que recebe um número considerável de visitantes, dispondo de serviços para atendimento a turistas”.

Outro ponto importante a ser destacado nesse marco legal é que, conforme aponta seu artigo 6º, ela poderia firmar convênios com entidades públicas e privadas no processo de implantação do parque. Isso será feito com os Estúdios Quanta, através de uma parceria público-privada (PPP) – um processo que será mais bem abordado adiante. Sua estruturação também está presente no Plano diretor do município, aprovado um ano depois da divulgação do projeto. Conforme aponta o documento, aprovado como a Lei Municipal 2.852, de 22 de dezembro de 2006, em seu artigo 52:

**Art. 52** - O Plano Diretor sugere para a Cultura promover, implementar e incentivar as atividades culturais e, principalmente:  
(...)  
**VII** - implantar o Polo Cinematográfico de Paulínia, Projeto "Magia do Cinema".

Outros quatro conjuntos de marcos legais, sancionados ainda a partir de 2006, são importantes nesse processo de estruturação do Polo Cinematográfico de Paulínia. O primeiro, aprovado através da Lei 2.845, de 21 de dezembro de 2006, “dispõe sobre a criação do Prêmio do Cinema, do Audiovisual e das Comunicações”, base para a realização do Festival de Cinema da cidade. Dois anos mais tarde, ele seria citado diretamente pela Lei nº 2913, de 03 de abril de 2008, que criou o “Prêmio Paulínia de Cinema, do Audiovisual e das Comunicações”, e o “Festival Paulínia de Cinema”, o que revogou a legislação anterior. Ficou previsto o pagamento de 650.000 em prêmios e que o custeio do festival seria pago integralmente pela própria prefeitura municipal. Sua regulamentação integral se deu pela assinatura do Decreto nº 5645, de 08 de abril de 2008, que estabeleceu, dentre outras coisas, que só seriam premiadas produções brasileiras; a distribuição de 38 prêmios em dinheiro, subdivididas em prêmios para longas de ficção, longas documentários, curtas de ficção, curtas regionais, júri popular e roteiro, além de 14 premiações honoríficas, e a curadoria, sob a responsabilidade do crítico Rubens Edwald Filho.



O segundo permitiu a criação do Fundo Municipal de Cultura de Paulínia e de um mecanismo de fomento, através de renúncia fiscal de âmbito municipal. Isso foi possível com a Lei nº 2.837, de 18 de dezembro de 2006, e do Decreto 5.519, de 18 de abril de 2007, que a regulamentou. Seriam investidos, através do mecanismo de renúncia fiscal, até 10% da receita do município provenientes do Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza – ISSQN - e do Imposto Sobre a Propriedade Predial e Territorial Urbana - IPTU. Para o Fundo Municipal de Cultura, seria destinado o valor mínimo de 0,5% da receita líquida do Município. É do Fundo Municipal de Cultura que vem a fonte de receitas para o financiamento dos filmes patrocinados pelo projeto do polo cinematográfico.

Em seguida, foi regulamentado o funcionamento da Paulínia *Film Comission*, com o Decreto 5.522 de 24 de abril de 2007. Através desse marco legal, ficou estabelecido que ele ficaria responsável por oferecer suporte operacional às produções realizadas no município, especialmente na manutenção de cadastro de potenciais prestadores de serviço a elas.

E, por fim, a Lei 2.844, de 21 de dezembro de 2006, que estabeleceu a criação do Museu do Cinema e das Comunicações, já previsto na Lei 2.842. Chamado também de Cinecom, o museu teria a finalidade, segundo o artigo 2º da Lei, de

captar, organizar, preservar e divulgar registros iconográficos e sonoros, através da produção audiovisual e da comunicação social, que documentam a história social e cultural do Município e do País, bem como realizar eventos culturais relativos às artes e veículos da imagética e do som.

Entretanto, como veremos a seguir, essa é uma das propostas vinculadas ao polo que ainda não saiu do papel. O mesmo acontece com outra iniciativa criada com a Lei nº 2923, de 27 de junho de 2008, e modificada pela Lei nº 2987, de 24 de dezembro de 2008, que criou a “Paulínia Filmes”, cuja finalidade era de produzir, distribuir, exhibir e comercializar filmes, entretenimento e lazer, inclusive por meio de participação acionária em projetos e companhias através de sua *holding* ou subsidiárias.

Esse projeto de lei foi aprovado no último ano de gestão de Edson Moura. Entretanto, ainda em 2009, o novo prefeito da cidade, José Pavan Júnior, abandonou-a, com a justificativa de inviabilidade econômica. Dois anos depois, o próprio José Pavan foi o protagonista da primeira grande crise pública enfrentada pelo polo, a partir do cancelamento do Festival de Cinema de Paulínia de 2012. Alguns veículos locais relatam, inclusive, que esse teria sido o motivo da cisão ocorrida entre o grupo político do ex-prefeito, Edson Moura, e o do então prefeito, José Pavan Jr.

Convém mencionar, ainda, a existência de dois outros marcos legais que se relacionam indiretamente com o processo de instalação do polo cinematográfico. O primeiro prevê incentivos fiscais para a instalação de salas de exibição no município, medida prevista na Lei nº 2836, de 18 de dezembro de 2006, que determinou como principais incentivos a restituição de 70% (setenta por cento) do imposto sobre a propriedade predial e territorial urbana e a redução para 2% da alíquota do ISSQN, desde que atendessem a critérios como gratuidade para idosos, estudantes e professores da rede municipal, e que esses empreendimentos contassem com o financiamento do Fundo Municipal de Cultura para a construção, a reforma e a recuperação de salas.

Por fim, a Lei nº 2829, de 16 de outubro de 2006, que dispõe sobre a realização de parcerias entre o público e o privado no município. Essa Lei será importante no processo de implementação do polo cinematográfico pois, como dito, ele foi operacionalizado por meio de uma parceria entre a prefeitura municipal de Paulínia e os Estúdios Quanta.

Dentre os três polos pesquisados, certamente o de Paulínia é o que apresenta o arcabouço legal mais organizado e objetivo, que resumimos na tabela abaixo, apresentada em ordem cronológica:

**Tabela 08 – Marco legal – Polo Cinematográfico de Paulínia**

| <b>Tipo</b>   | <b>Número</b>                    | <b>Objeto</b>  |
|---------------|----------------------------------|--|
| Lei municipal | 2736 de 24 de junho de 2005      | Dispõe sobre a reforma organizacional da estrutura administrativa da cidade de Paulínia, incluindo o desmembramento da Secretaria de Cultura da anterior Secretaria de Turismo, Cultura e Eventos. |
| Lei Municipal | 2829 de 16 de outubro de 2006    | Dispõe sobre a realização de parcerias público-privadas no município.  |
| Lei Municipal | 2836, de 18 de dezembro de 2006  | Dispõe sobre incentivos fiscais para instalação de salas de exibição no município.   |
| Lei Municipal | 2837 de 18 de dezembro de 2006   | Dispõe sobre a renúncia fiscal para o fomento à cultura, cria o Fundo Municipal da Cultura - FMC - no município de Paulínia e dá outras providências.  |
| Lei Municipal | 2.842 de 21 de dezembro de 2006  | Dispõe sobre a criação do Parque do Cinema e das Comunicações no Município de Paulínia.  |
| Lei Municipal | 2.844 de 21 de dezembro de 2006  | Cria o Museu do Cinema e das Comunicações já previsto na Lei 2.842.  |
| Lei Municipal | 2.845 de 21 de dezembro de 2006  | Dispõe sobre a criação do Prêmio do Cinema, do Audiovisual e das Comunicações.   |
| Lei Municipal | 2.852, de 22 de dezembro de 2006 | Aprova o Plano Diretor do Município de Paulínia.   |

|                   |                                |   |
|-------------------|--------------------------------|---|
| Decreto Municipal | 5519 de 18 de abril de 2007    | Regulamenta a Lei nº 2.837, 18 de dezembro de 2006, que dispõe sobre a renúncia fiscal para o fomento à cultura, cria o Fundo Municipal da Cultura – FMS - no município de Paulínia e dá outras providências. |
| Decreto Municipal | 5522 de 24 de abril de 2007    | Regulamenta o funcionamento da Paulínia Film Commission.  |
| Lei Municipal     | 2913 de 03 de abril de 2008    | Cria o ‘Prêmio Paulínia de Cinema, do Audiovisual e das Comunicações’ e o ‘Festival Paulínia de Cinema’.  |
| Decreto           | 5645 de 08 de abril de 2008    | Dispõe sobre o ‘1º Festival Paulínia de Cinema’ e sobre o ‘Prêmio Paulínia de Cinema, de Audiovisual e das Comunicações’.   |
| Lei Municipal     | 2923 de 27 de junho de 2008    | Autoriza o Poder Executivo a constituir a Empresa Paulínia Filmes e Participações S/A.  |
| Lei Municipal     | 2987 de 24 de dezembro de 2008 | Promove alterações na lei que criou a Empresa Paulínia Filmes e Participações S/A.  |

Assim, depois de listarmos toda a base legal sob a qual foi erguido o projeto Paulínia Magia do Cinema, a seguir, abordaremos, de forma mais efetiva, os detalhes concretos do seu processo de implementação.

### 5.3.3 Natureza

A gestão do Polo Cinematográfico de Paulínia e de suas ações relacionadas está sob a responsabilidade da Secretaria Municipal de Cultura. Entretanto, para o processo de implementação da infraestrutura de estúdios e gestão do local, a estratégia adotada pelo poder público municipal foi a realização de uma Parceria Público-Privada (PPP). Depois da realização de processo licitatório no ano de 2007, os Estúdios Quanta, uma empresa especializada em locação de infraestrutura, logística e pós-produção para o setor cinematográfico, ganharam a concorrência pública no valor de pouco mais de 147 milhões de reais num contrato de vigência de 10 anos e prorrogável por até 35 anos.

Conforme aponta Moraes (2012, p. 40), compõem a estrutura do Polo de Paulínia: a Escola Magia do Cinema, voltada para a formação de mão de obra; o Festival de Cinema de Paulínia e uma infraestrutura de cinco estúdios de filmagem e de uma *film commission* para captação de produções, gerenciamento dessa estrutura e intermediação entre as produtoras e o poder público local. Além disso, a cidade tem patrocinado a produção de filmes através de editais anuais, tendo como contrapartida a realização de filmagens na cidade e o investimento mínimo de 40% do montante recebido com fornecedores da própria região. Estima-se que,

entre os anos de 2006 e 2009, foi investido na implementação do polo cerca de R\$ 550 milhões em editais, ações de infraestrutura, formação de profissionais e marketing e verba proveniente das iniciativas pública e privada (PACHECO, 2011).

Em princípio, esse era um empreendimento tido como um modelo promissor. Entretanto, nos últimos meses, sua continuidade tem sido alvo de diversos questionamentos, especialmente após o cancelamento do seu festival anual no ano de 2012<sup>35</sup>. Assim, tendo em vista o montante investido, o processo de mobilização da classe cinematográfica e as expectativas criadas em torno desse polo, certamente, são necessárias análises mais aprofundadas sobre o impacto da produção cinematográfica local, seja do ponto de vista das modificações na dinâmica da cidade, seja na própria cadeia da produção nacional, o que é dificultado pela ausência de relatórios e de sistematizações dessa natureza que tenham sido disponibilizados de forma pública até o momento.

Coincidência ou não, nesse mesmo ano, o contrato estabelecido entre a Prefeitura de Paulínia e os Estúdios Quanta foi questionado pelo Tribunal de Contas do Estado de São Paulo (TCE-SP). Em voto tornado público em 20 de agosto de 2013, o conselheiro Renato Martins Costa afirmou:

Não me parece que a operação de polo cinematográfico resulte em proveito de toda coletividade ou possa ser desfrutada individualmente pelos administrados, em especial por constatar que a exploração da área se dá diretamente por sociedades empresárias, não pelos cidadãos daquela localidade (SÃO PAULO, 2013)

Além disso, apontou como um dos principais problemas do processo licitatório a falta de repartição de riscos entre o poder público e a iniciativa privada, no processo de contratação via PPP, considerou irregular o processo de licitação e o contrato, que envolve o processo de construção e manutenção da infraestrutura do polo, e condenou o ex-prefeito, Edson Moura, a pagar mil UFESPs, equivalentes a, aproximadamente, R\$ 20 mil. Decisão para a qual ainda caberia recurso.

---

<sup>35</sup> Durante os meses de abril e de junho de 2012, o jornal “Folha de São Paulo” publicou quatro matérias intituladas: “Polo Cinematográfico de Paulínia sofre com descaso”, disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/1078063-polo-cinematografico-de-paulinia-sofre-com-descaso.shtml>>, disponível em: ; “Polo cinematográfico de Paulínia é Hollywood fantasma em SP”, disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/multimedia/videocasts/1079374-polo-cinematografico-de-paulinia-e-hollywood-fantasma-em-sp.shtml>>; “Prefeito de Paulínia coloca cinema em segundo plano”, disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/1079671-prefeito-de-paulinia-coloca-cinema-em-segundo-plano.shtml>>; e “Tribunal de Contas mostra que polo de Paulínia saiu pelo dobro do preço”, disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/1103377-tribunal-de-contas-mostra-que-polo-de-paulinia-saiu-pelo-dobro-do-preco.shtml>>.

Para complicar ainda mais a questão, a prefeitura da cidade passou por um período de grande instabilidade institucional, devido ao fato de o processo eleitoral de 2012 ter permanecido em aberto por cerca de seis meses. No referido pleito, Edson Moura Júnior (filho de Edson Moura, prefeito responsável pela implementação do polo cinematográfico) fora eleito, mas estava com sua candidatura *sub judice*, pois, na verdade, o candidato no pleito era seu pai, e a mudança de nome na chapa foi feita de última hora, para evitar o seu enquadramento na lei da ficha limpa. Nessa situação, assumiu o segundo colocado, José Pavan Júnior, que iria para o seu segundo mandato.

O clima de instabilidade política na cidade era generalizado, e isso foi percebido em uma visita técnica realizada durante o mês de abril de 2013. Pairava um clima de incerteza, e nenhuma grande ação estava sendo tomada (para reativar o polo ou para desativá-lo de vez), já que a gestão local poderia ser modificada a qualquer momento. Assim, em julho de 2013, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) emitiu uma decisão favorável para Edson Moura Júnior, e ele foi conduzido ao cargo de prefeito. Nesse mesmo dia, foi anunciado que a Secretaria de Cultura, responsável pela gestão das políticas relacionadas ao polo, ficaria sob a responsabilidade de Mônica Trigo, ex-representante regional do Ministério da Cultura para a Região Nordeste.

Segundo dados da gestão municipal, no período em que o polo esteve em pleno funcionamento, foram produzidos, na região, 42 filmes (entre longas e curtas-metragens), o que resultou em um investimento de cerca de 30 milhões de reais neles. Isso incluindo obras de grande repercussão, como *Tropa de Elite 2* e *O palhaço*, ambos grandes sucessos de bilheteria, mas também produções menos conhecidas e de diretores iniciantes, como o premiado “Trabalhar cansa” de Juliana Rojas e Marcos Dutra.

#### **5.3.4 Festival de Cinema**

O I Festival de Cinema de Paulínia foi realizado entre 05 e 12 de julho de 2008. Seguindo a lógica do *star system*, e numa tentativa de se firmar como um dos mais importantes do país, ele contou com o tradicional tapete vermelho e reuniu alguns dos atores e atrizes mais conhecidos do público brasileiro (a maioria vinculada à Rede Globo de Televisão). Em suas três primeiras edições, ele contou com a figura central de Rubens Edwald Filho, ora como curador, ora como membro do júri. Segundo dados presentes em relatório elaborado pela Secretaria Municipal de Cultura, em suas primeiras edições, ele envolveu um

público de 16.000 pessoas, em 2008, e 33.000, em 2009, sendo que as sessões do festival são gratuitas e abertas ao público em geral.

Algo que também chama atenção é o montante investido na premiação dos filmes que concorrem na mostra competitiva do festival. Foi o festival com o maior montante em dinheiro direcionado para essa área. Na edição de 2011, por exemplo, a premiação de melhor longa rendeu R\$ 250 mil reais para o filme "Febre do Rato", de Cláudio Assis, como o melhor filme de ficção; R\$ 35 mil reais ao ator/diretor Selton Mello, pelo prêmio de melhor diretor do filme "O Palhaço"; R\$ 100 mil reais, para o filme "Rock Brasília – A era de ouro", de Vladimir Carvalho, como melhor documentário; e R\$ 25 mil reais, para o filme 'Tela', de Carlos Nader, como melhor curta-metragem nacional. No total, o festival de 2011 distribuiu R\$ 800 mil reais em prêmios.

Em 2013, com a proposta de retomada do Polo Cinematográfico, percebemos uma mudança sutil, mas significativa. Ele passou a se chamar Paulínia Film Festival, provavelmente pelas pretensões de se tornar um evento internacional, de tentar inserir a cidade num circuito internacional ou mesmo como estratégia de marketing. Essa edição, de "retomada", acabou tendo menores proporções e funcionou como uma mostra de filmes produzidos no polo, e também contou com a exibição de filmes brasileiros contemporâneos. Mas não houve mostra competitiva, e isso seria retomado, segundo os planos do poder público municipal, com a realização da 6ª edição do festival em julho de 2014.

### 5.3.5 Informantes

No município de Paulínia, percebemos uma grande concentração das ações em torno Poder Público, através da Secretaria Municipal de Cultura. Algumas iniciativas, em conjunto com a iniciativa privada, acabaram não tendo continuidade, como uma parceria com o SENAC, para oferecer cursos de formação, e com a empresa Lego, para manter um estúdio voltado para animação *stop motion*. Assim, elas não serão incluídas no escopo de agentes envolvidos na estruturação do polo cinematográfico de Paulínia.

- a) **Poder público:** A Secretaria Municipal de Cultura aparece como o principal agente responsável pelo planejamento, pelo acompanhamento, pela execução e pelo controle de ações relacionadas ao Polo Cinematográfico de Paulínia. O Fundo Municipal de Cultura é o principal mecanismo de financiamento (em conjunto com o mecanismo de incentivo fiscal); a Paulínia *Film Comission*

aparece como órgão que assessora as produções externas na cidade; e a Escola Magia do Cinema aparece como espaço de formação e qualificação de mão de obra. Porém, tanto as atividades da *film commission* quanto a da escola estão interrompidas.

**b) Iniciativa privada:** A construção e a manutenção da infraestrutura de estúdios construídas na cidade são feitas através de parceria do público e do privado com os Estúdios Quanta, que venceram processo licitatório para cumprir tal função.

O quadro-síntese desses agentes e respectivas responsabilidades aparece na figura 03, presente na página 128.

### 5.3.6 Conclusões iniciais

O primeiro aspecto que chama à atenção em relação à experiência de Paulínia, e conforme citado em alguns momentos desta análise, é a centralidade ocupada pelo poder público nas ações relacionadas ao fomento da atividade cinematográfica na cidade. E, mais do que isso, a forma como o processo de implementação da experiência foi colocado em prática.

Essa iniciativa não surgiu de uma demanda popular nem de um histórico de relação da cidade com o tema, mas da vontade de um grupo político, que entendeu que o fomento ao cinema (atrelado também ao ramo do lazer e do entretenimento) poderia se tornar num novo vetor econômico para o município. Mas essa decisão “de cima para baixo” também poderia ser alvo da falta de receptividade de seus moradores. Relacionado a isso, chama à atenção o fato de que Paulínia ainda carece de organizações locais voltadas para o campo cinematográfico, como uma classe artística e/ou de produtores, de forma que a iniciativa de realização de ações não fique restrita ao setor público ou que o polo não seja legitimado somente pelo processo de atração de produções de fora da cidade.

Talvez o maior desafio dessa política de fomento local seja o de construir na cidade uma rede de agentes voltados para o campo cinematográfico: produtores, atores, diretores etc., para que, com uma classe mais ativa e organizada, a própria gestão do polo possa ser acompanhada com mais fiscalização pela sociedade civil, e que ações de descontinuidade sejam mais difíceis de ser postas em prática, porque o processo de paralisação das atividades do projeto, entre 2011 e 2013, demonstra que, apesar de ser respaldada por um extenso arcabouço legal e pelo investimento de vultosas quantias de dinheiro público, isso não foi

suficiente para que mudanças na gestão municipal promovessem alterações substanciais nessa política.

Poderíamos fazer questionamentos também ao modelo adotado pela cidade, que talvez se aproxime (ideologicamente) da experiência da Vera Cruz, uma iniciativa nacional com inspiração direta nos grandes centros. Hollywood aqui é a grande inspiração, começando pelo slogan difundido em diversas campanhas locais de divulgação do polo – “A Hollywood Brasileira”; pela reprodução de um modelo de valorização de um star system nacional, com direito à implementação de uma “calçada da fama” nas imediações do Theatro Municipal, e também pelo forte investimento em infraestrutura (o cinema de estúdios).

Essa grandiosidade perpassaria uma concepção planejada e devidamente estruturada de política de fomento ao desenvolvimento da produção cultural e da economia da região ou não passaria de uma estratégia voltada para o *citymarketing*, em que os grandes projetos fossem uma matriz de visibilidade e gerasse outros tipos de consequências, como a intensificação da especulação imobiliária na cidade?

De toda forma, essa é uma experiência recente e que ainda carece de tempo de maturação para dar respostas melhores. Ainda assim, acreditamos que ela deve ser ajustada de forma que a cidade possa fazer parte, de fato, da iniciativa.



**Figura 07** – Polo cinematográfico de Paulínia – Estrutura institucional de fomento



**Fonte:** Produzida pelo autor

## 6 CONCLUSÕES

O objetivo deste trabalho foi de discutir sobre a produção cinematográfica brasileira, a partir da análise de um fenômeno mais recente de estruturação de polos de produção no país. Fizemos essa análise tomando como ponto de partida dois referenciais teóricos e históricos: as discussões sobre as relações entre cultura, mercado e indústria e sua interface específica com o campo do cinema. Também tecemos considerações sobre o paradigma industrial que norteou (e ainda norteia), em maior ou menor escala, diferentes momentos da história do cinema brasileiro.

De forma geral, apesar das peculiaridades de cada experiência e seu contexto de origem, percebemos a existência de cinco aspectos em comum em seu processo de implementação: a construção de uma infraestrutura de apoio, ilustrada, especialmente, por um complexo de estúdios; a realização de, pelo menos, um festival de grande porte; a aprovação de marcos legais locais que garantam a implementação da proposta e sob quais dispositivos gerais elas serão implementadas; a instalação (ou proposta) de uma *film commission* (mesmo que Brasília não tenha concluído seu processo) e a realização de uma política de financiamento para produção.

Em relação a esse último ponto (política de financiamento), chama à atenção uma característica peculiar de Paulínia: enquanto os mecanismos de financiamento adotados no Rio de Janeiro e em Brasília são voltados, exclusivamente, para seu público interno (produtoras e realizadores locais), o público de Paulínia sempre foi externo. Em seu último edital (lançado já no ano de 2014), houve uma restrição maior, dando foco especial a produtoras paulistas e da Região Metropolitana de Campinas ou a diferença entre eles é de que Paulínia e o Rio oferecem editais específicos para o campo cinematográfico, enquanto o Distrito Federal ainda trabalha com dispositivos genéricos que norteiam o financiamento para todos os setores do campo cultural.

Outras ações foram realizadas por, pelo menos, dois deles, como medidas de desoneração fiscal (Rio de Janeiro e Paulínia), programas de formação de mão de obra técnica (Rio de Janeiro e Paulínia) e ações de estímulo à expansão do circuito exibidor (Rio de Janeiro e Paulínia). Outra característica que perpassou as três experiências foi sua interface com o setor de turismo. Em Brasília, percebemos isso de maneira mais forte, já que esse era o ponto de partida de um dos principais projetos relacionados à estruturação de seu polo. Entretanto, ele também apareceu em Paulínia, numa perspectiva de incentivo à indústria do

entretenimento, e no Rio, como estratégia de ampliação da visibilidade da cidade através da atração de produções (em especial estrangeiras).

Já do ponto de vista de gestão, percebemos três “problemas” em todos os processos estudados. Em primeiro lugar, todos eles têm uma estrutura vertical de tomada de decisões, ou seja, não há mecanismos efetivos de participação social e discussão sobre suas ações. Assim, o poder público centraliza esse poder em si. O mesmo acontece em Brasília, que tem uma rede mais ampla de associações e órgãos de classe que, ainda assim, não conseguem transformar suas demandas em políticas concretas.

Em segundo lugar, por uma tradição de descontinuidade, já que nenhum deles conseguiu estabelecer mecanismos que garantissem seu funcionamento em médio e longo prazos, sofrendo sempre as intempéries de mudanças de gestão que não dão continuidade a processos anteriores. Cada um deles é caracterizado por funcionar com extremos de efetivação de propostas e extremos de paralisia.

Em terceiro lugar, há um processo de personalização das políticas. Os três, em algum momento, foram associados a pessoas, nesse caso, a políticas personalistas, e não, a políticas públicas. Em Paulínia, isso apareceu de forma mais forte na gestão do prefeito (e da família) Edson Moura. Em Brasília, o polo ganhou mais fôlego nas gestões de Joaquim Roriz, e no Rio, em dois momentos: inicialmente, quando era associado às imagens dos ex-prefeitos Marcelo Allencar e César Maia. Recentemente, a partir do momento em que Sérgio Sá Leitão assumiu a Secretaria Municipal de Cultura, e Adrien Muselet, sua direção comercial. Somados à figura de Steve Solot (da Rio *Film Comission*), diríamos que são as três pessoas que personalizam a implementação das políticas mais recentes no município carioca.

Assim, para além das críticas aos processos analisados, e numa primeira tentativa de sintetizar essas experiências, optamos por compreender um polo de produção cinematográfica como um arranjo institucional, seja do campo público ou do campo privado, organizado de forma a desenvolver a produção cinematográfica a partir de determinada região/território, perpassando a implementação, em geral, de ações de quatro naturezas: apoio logístico, financiamento e desoneração fiscal, formação de mão de obra e de público fruidor e estímulo à realização de eventos do setor. Uma proposta inicial de conceito que pode ser melhor problematizado com a análise de outras experiências concretas.

É importante reconhecer, também, que a noção de território é fundamental para a realização dessas reflexões, especialmente porque o agente municipal (ou distrital, no caso de Brasília) toma corpo como incentivador do mercado cinematográfico, o que representa uma mudança significativa. Isso porque, até então, esse era um papel basicamente ocupado pela

esfera federal e, pontualmente, por alguns governos estaduais. Estamos falando de um conjunto de políticas adotadas num espaço geográfico muito específico e de uma nova forma de atuar do Estado e do mercado, no campo das políticas públicas de desenvolvimento do campo cinematográfico.

Ainda numa discussão relacionada ao campo territorial, é interessante perceber uma diferença entre essas experiências contemporâneas e as outras implementadas no país durante o Século XX. Aqui, percebemos que a ideologia nacionalista, que defendia a necessidade de construir uma indústria nacional de cinema com bases sólidas ou de ver o cinema como estratégia de legitimação de uma cultura nacional, perdeu espaço para uma ideia de cinema local. Percebemos isso de maneira mais forte no Rio, pela defesa do “cinema carioca” e em Brasília. Em Paulínia, isso não aparece, provavelmente, por não haver uma base sólida de produtoras, como já referimos. De forma geral, as iniciativas mencionadas ainda carecem de sistematização e de estudos específicos, seja do ponto de vista conceitual, a econômico ou da produção cultural e seu impacto no incremento do circuito de produção, distribuição e consumo de bens simbólicos.

Assim, nossa proposta foi de contribuir para preencher uma lacuna teórica e investigar como as políticas voltadas para o campo cinematográfico têm sido adotadas no país. Importante salientar, também, como já dito aqui, que este trabalho não defende a adoção de um modelo industrial no país. Porém não podemos deixar de reconhecer que foi com essa ideologia que o cinema brasileiro (quase) sempre se legitimou como campo cultural.

Acreditamos que tanto o setor público quanto a classe de artistas e de produtores cinematográficos necessitam complexificar o debate das políticas de fomento a esse campo, e que a própria banalização da noção de polo cinematográfico aponta para a necessidade de refletirmos sobre as implicações e as consequências desse tipo de política de fomento.

## REFERÊNCIAS

- ABRANTES, Marta. Geografia da Indústria Audiovisual no Brasil. In: IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom. **Anais...** Santos: Universidade Católica de Santos, 2007. Disponível em: <<http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/17913/1/R1349-1.pdf>> Acesso em: 12 set 2011.
- ABREU, Nuno César. Boca do Lixo. In: MIRANDA, Luís Felipe A; RAMOS, Fernão Pessoa (Orgs.). **Enciclopédia do Cinema Brasileiro**. São Paulo: Editora Senac, 2000.
- \_\_\_\_\_. **Boca do Lixo: cinema e classes populares**. Tese de Doutorado. Campinas: Unicamp, 2002.
- ADORNO, Theodor. **Indústria Cultural e Sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA. **Filmes brasileiros com mais de 500.000 espectadores - 1970 a 2013**. Rio de Janeiro: ANCINE, 2014. Disponível em: <<http://oca.ancine.gov.br/media/SAM/DadosMercado/2105.pdf>>. Acesso em: 01 jun 2014.
- ALMEIDA, Ricardo Noronha Ribeiro de. **Modo de produzir – Modo de trabalhar: relações de produção e trabalho no cinema da Boca do Lixo**. Dissertação de Mestrado. Campinas: Unicamp, 2012.
- AMANCIO, Tunico. Pacto cinema-Estado: os anos Embrafilme. In: **Revista Alceu**. Rio de Janeiro: v.8, n.15, p.173 a 184, jul./dez., 2007. Disponível em: <[http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/Alceu\\_n15\\_Amancio.pdf](http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/Alceu_n15_Amancio.pdf)>. Acessado em 10 jan 2014
- ANVERSA, Marcus Vinícius Albrecht. A importância do município do Rio de Janeiro na territorialidade da indústria audiovisual brasileira. In: **Revista Perspectiva Geográfica**. Presidente Prudente: Unoeste, 2008. Disponível em: <<http://200.201.8.27/index.php/pgeografica/issue/view/331/showToc>> Acesso em: 9 set 2011.
- ARAÚJO, Vicente de Paula. **A bela época do cinema brasileiro**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1976.
- AUTRAN, Arthur. **O pensamento industrial cinematográfico brasileiro**. Campinas: Unicamp, 2004.
- \_\_\_\_\_. O pensamento industrial cinematográfico brasileiro: ontem e hoje. In: **Cinema e mercado: indústria cinematográfica e audiovisual brasileira vol. III**. São Paulo: Escrituras Editora, 2010.
- \_\_\_\_\_. A questão da indústria cinematográfica brasileira na primeira metade do século. In: **Mnemocine: memória e imagem**. 2008. Disponível em: <<http://www.mnemocine.com.br/cinema/historiatextos/arturBras.htm>>. Acesso em: 09 set 2011.
- AVELLAR, José Carlos; Heffner, Hernani (Org). **45º. Festival de Brasília do Cinema Brasileiro: memória crítica**. Brasília: Festival de Brasília do Cinema Brasileiro, 2013.

BARRO, Máximo. **Moacyr Fenelon e a criação da Atlântida**. São Paulo: SESC, 2002.

BENDASSOLLI, Pedro F.; JÚNIOR, Thomaz Wood; KIRSCHBAUM, Charles; PINA E CUNHA, Miguel. Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades. In: **Revista Administração de Empresas**. São Paulo, v. 49, n. 1, Mar. 2009. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-75902009000100003&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75902009000100003&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 25 ago 2012.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica. In: LIMA, Luiz Costa (Org). **Teoria da Cultura de Massa**. São Paulo: Paz e Terra, 2011. 8 ed.

BERNARDET, Jean-Claude. **O Que é Cinema**. São Paulo: Brasiliense. 2001.

\_\_\_\_\_. **Cinema brasileiro: propostas para uma história**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

BOEHS, Carlos Gabriel Eggert; MAFFEZZOLLI, E. C. Francisco. Uma reflexão sobre o estudo de caso como método de pesquisa. **Revista da FAE**, v. 11, 2008.

BOLAÑO, Cesar. Indústria, Criatividade e Desenvolvimento. In: **Anais – 1ª Conferência Internacional sobre Economia Criativa do Nordeste**. Fortaleza: Instituto Animacult, 2011.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2007.

BRANCO, Maria Isabel Vieira. **O uso do “citymarketing” na gestão da cidade de Paulínia-SP e as transformações do espaço público: novas identidades construídas?** Tese de Doutorado. Campinas: Unicamp, Instituto de Geociências, 2011.

BRITTOS, Valério Cruz; KALIKOSKE, Andres. Economia e audiovisual: as barreiras à entrada nas indústrias culturais contemporâneas. In: MELEIRO, Alessandra (org.). **Cinema e economia política – Indústria Cinematográfica Brasileira Vol. II**. São Paulo: Escrituras Editora, 2009.

BUENO, Júlio César Carmo. Polos de Desenvolvimento do Estado do Rio de Janeiro. In: **Anais do XIX Fórum Nacional Chegou a vez do Brasil? Oportunidade para a geração de brasileiros que nunca viu o País crescer**. Rio de Janeiro: INAE – Instituto Nacional de Altos Estudos, 2007.

CAMPOS, Renato Márcio de. História do cinema brasileiro – Os ciclos de produção mais próximos do mercado In: **Anais do II Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho**. Florianópolis, 2004.

CANÔNICO, Marco Aurélio. **RioFilme defende fomento a blockbusters**. São Paulo: Jornal Folha de São Paulo, 26 abr 2013.

CARDOSO, Shirley Pereira; CATELLI, Rosana Elisa. O cinema brasileiro contemporâneo: retomada e diversidade. In: **Revista Universitária do Audiovisual – RUA**. São Carlos: UFSCAR, edição 10, mar 2009. Disponível em: <<http://www.ufscar.br/rua/site/?p=1670>>, Acesso em: 10 abr 2012.

CATANI, Afrânio Mendes; SOUZA, José Inácio de Melo. **A chanchada no cinema brasileiro**. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1983.

\_\_\_\_\_. A aventura industrial e o cinema paulista. In: RAMOS, Fernão (Org.). **História do cinema brasileiro**. São Paulo: Art Editora, 1987.

\_\_\_\_\_. Maristela (Companhia Cinematográfica). In: MIRANDA, Luis Felipe A; RAMOS, Fernão Pessoa (Orgs). **Enciclopédia do Cinema Brasileiro**. São Paulo: Editora Senac, 2000.

CEPERJ. **Produto interno bruto dos municípios do estado do Rio de Janeiro - 2011**. Rio de Janeiro: Fundação Centro Estadual de Estatísticas, Pesquisas e Formação de Servidores Públicos do Rio de Janeiro (CEPERJ), 2013.

CESÁRIO. Lia Bahia. Panorama do mercado cinematográfico e políticas para o audiovisual no Brasil. In: VI Congresso Internacional da União Latina de Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura. **Anais...** Cuajimalpa: Universidad Autónoma Metropolitana, 2007. Disponível em: <<http://www.cua.uam.mx/dccd/cc/memorias/pol/LBC.pdf>>. Acesso em: 12 set 2011.

\_\_\_\_\_. **Discursos, políticas e ações**: processos de industrialização do campo cinematográfico brasileiro. São Paulo: Itaú Cultural, 2012.

COSTA, Ana Cristina; LIGOCKI, Marcus; VIANA, Ana Cristina. **Brasília Cinematográfica**: 1ª etapa de preparação do destino referência em turismo cinematográfico no Brasil. Brasília: Instituto Dharma; Ministério do Turismo, 2009.

COSTA, Ana Cristina; LIGOCKI, Marcus; PALUDETTO, Rita; SOLOT, Steve. **Brasília Cinematográfica**: 2ª etapa de preparação do destino referência em turismo cinematográfico no Brasil. Brasília: Instituto Dharma, 2010.

DINIZ, Karoline. Brasília Cinematográfica recebe novo impulso. In: **Agência Brasília**. Disponível em: <[http://www.ssp.df.gov.br/042/04299003.asp?ttCD\\_CHAVE=103339](http://www.ssp.df.gov.br/042/04299003.asp?ttCD_CHAVE=103339)>. Acesso em: 25 ago 2012.

FARIAS, Fernanda Otero de. **Análise do processo de instalação e Expansão dos loteamentos fechados horizontais de alto padrão na cidade de Paulínia (SP)**. Monografia de conclusão de curso. Campinas: Instituto de Geociências; Universidade Estadual de Campinas, 2010.

FERNANDES, Daniela Pfeiffer. **Diversidade cultural e concentração da indústria audiovisual no eixo Rio – São Paulo**: análise do contexto e implicações para o desenvolvimento cultural brasileiro. Dissertação de Mestrado. Rio de Janeiro: PUC, 2010.

FILME B. **Database Brasil 2012**. São Paulo: Filme B, 2012. Disponível em: <[www.filmeb.com.br](http://www.filmeb.com.br)>, Acesso em: 13 mar 2013.

GALVÃO, Maria Rita. **Burguesia e cinema**: o caso Vera Cruz. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira: 1981.

GATTI, André Piero. Embrafilme. In: MIRANDA, Luís Felipe A; RAMOS, Fernão Pessoa (Orgs). **Enciclopédia do Cinema Brasileiro**. São Paulo: Editora Senac, 2000.

\_\_\_\_\_. **Distribuição e Exibição da Indústria Cinematográfica Brasileira (1993-2003)**. Tese de Doutorado. Campinas: Programa de pós-graduação em multimeios; Instituto de Artes; Universidade Estadual de Campinas, 2005.

\_\_\_\_\_. **Embrafilme e o cinema brasileiro**. São Paulo: Centro Cultural São Paulo, 2007.

GOMES, Paulo Emílio Salles. **Cinema: trajetória no subdesenvolvimento**. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

\_\_\_\_\_. **Humberto Mauro, Cataguases, Cinearte**. São Paulo: Perspectiva e Editora da Universidade de São Paulo, 1974.

GONTIJO, Yale. **Polos opostos**. Brasília: Jornal Correio Braziliense, 18 mai 2011.

\_\_\_\_\_. **Situação do Polo de Cinema de Sobradinho desmotiva cineastas brasilienses**. Brasília: Jornal Correio Braziliense, 23 set 2011. Disponível em: <[http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/diversao-e-arte/2011/06/16/interna\\_diversao\\_arte,257142/situacao-do-polo-de-cinema-de-sobradinho-desmotiva-cineastas-brasilienses.shtml](http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/diversao-e-arte/2011/06/16/interna_diversao_arte,257142/situacao-do-polo-de-cinema-de-sobradinho-desmotiva-cineastas-brasilienses.shtml)> Acesso em: 23 set 2013.

GONZAGA, Alice. **50 Anos de Cinédia**. Rio de Janeiro: Record, 1987.

GOVERNO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. Plano estratégico do Governo do Rio de Janeiro 2007-2010. Rio de Janeiro: Governo do Estado do RJ, 2008.

HENNEBELLE, Guy. **Os cinemas nacionais contra Hollywood**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

IBGE. **Produto interno bruto dos municípios 2011**. Brasília: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 2013. Disponível em: <[cidades.ibge.gov.br/xtras/csv.php?lang=&idtema=125&codmun=353650](http://cidades.ibge.gov.br/xtras/csv.php?lang=&idtema=125&codmun=353650)>. Acesso em: 01 mar 2014.

INSTITUTO CASA BRASIL DE CULTURA. **Destino referência em turismo cinematográfico – Brasília-DF**. Goiânia: Instituto casa Brasil de Cultura, 2010.

JAMESON, Frederic. Reificação e utopia na cultura de massa. In: **Marcas do visível**. Rio de Janeiro: Graal, 1995.

\_\_\_\_\_. **A virada cultural: reflexões sobre o pós-moderno**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.

LIMA, Carmen Lucia Castro; LOIOLA, Elizabeth. Aglomerações produtivas e segmento cultural: algumas considerações. In: IV ENECULT – Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura. **Anais...** Salvador: UFBA, 2008.



MAGENTA, Matheus. **Após declínio, polo cinematográfico de Paulínia é retomado**. São Paulo: Jornal Folha de São Paulo; Ed. Abril, 02 dez 2012. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/1193983-apos-declinio-polo-cinematografico-de-paulinia-e-retomado.shtml>>. Acesso em: 30 set 2013

\_\_\_\_\_. **Filme 'O Outro Lado do Paraíso' reativa polo de cinema de Brasília**. São Paulo: Jornal Folha de São Paulo; Ed. Abril, 13 ago 2013. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2013/08/1325272-filme-o-outro-lado-do-paraíso-reativa-polo-de-cinema-de-brasília.shtml>> Acesso em: 30 set 2013.

MAMEDE, Liciane Timóteo de. A Chegada do som no cinema: a expansão da indústria norte-americana e o surgimento das primeiras leis protecionistas. In: **Anais do IV Encontro Nacional da Ulepicc Brasil**. Rio de Janeiro: UERJ, 2012.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 6ª ed, 2009.

MATTA, João Paulo Rodrigues. Marcos histórico-estruturais da indústria cinematográfica: hegemonia norte-americana e convergência audiovisual. In: IV ENECULT – Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura. **Anais...** Salvador: UFBA, 2008.

MATTELART, Armand. **As multinacionais da cultura**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1976.

MIGUEZ, Paulo Cesar. **A Organização da cultura na Cidade da Bahia**. Tese de Doutorado. Salvador: UFBA, 2002.

MINISTÉRIO DA CULTURA. **Plano da Secretaria da Economia Criativa**: políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014. Brasília: Ministério da Cultura, 2011.

MIRANDA, Luis Felipe A; RAMOS, Fernão Pessoa (Orgs). **Enciclopédia do Cinema Brasileiro**. São Paulo: Editora Senac, 2000.

MORAES, Júlio Lucchesi. Cultura e transformação urbana: avaliando o caso de Paulínia. In: **Informações FIPE**, nº 377, fev 2012. Disponível em: <[http://www.fipe.org.br/publicacoes/downloads/bif/2012/2\\_BIF377a.pdf](http://www.fipe.org.br/publicacoes/downloads/bif/2012/2_BIF377a.pdf)>. Acesso em: 30 ago 2012.

MOURA, Roberto. A Bela Época (Primórdios – 1912)/ Cinema Carioca (1912-1930). In: RAMOS, Fernão (Org.). **História do cinema brasileiro**. São Paulo: Art Editora, 1987.

O GLOBO. **Capital do cinema, Rio quer ter metade dos estúdios do país**. Rio de Janeiro: o Globo, 2013. Disponível em: ><http://oglobo.globo.com/cultura/capital-do-cinema-rio-quer-ter-metade-dos-estudios-do-pais-9969580#ixzz35JYrLf00>>. Acesso em: 30 mar 2014

PACHECO, Camila Caprini de Campos. Paulínia: investimento público em cinema como propulsor cultural, social e econômico. In: **Revista Extraprensa** - cultura e comunicação na América Latina. São Paulo: USP, 2008. Disponível em: <<http://www.usp.br/celacc/ojs/index.php/extraprensa/article/view/epx-a4/epx2-a4>> Acesso em: 09 set 2011.

PETRAGLIA, Cláudio Guimarães. TV aberta e por assinatura: o potencial de mercado na América Latina e o PoloRio Cine e Vídeo. In: CAVALCANTI, Marcos do Couto; PRESTES FILHO, Luiz Carlos. **Economia da cultura**: a força da indústria cultural no Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: E-papers, 2002.

PROKOP, Dieter. A estrutura monopolística internacional da produção cinematográfica. In: FILHO, Ciro Marcondes (Org.). **Dieter Prokop - Sociologia**. São Paulo: Editora Ática, 1986.

RAMOS, José Mário Ortiz. **Cinema, Estado e lutas culturais**: anos 50, 60, 70. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

RAMOS, Lécio Augusto. Vera Cruz (Companhia Cinematográfica Vera Cruz). In: MIRANDA, Luís Felipe A; RAMOS, Fernão Pessoa (Orgs). **Enciclopédia do Cinema Brasileiro**. São Paulo: Editora Senac, 2000.

REIS, Ana Carla Fonseca (Org). **Economia criativa**: como estratégia de desenvolvimento : uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo : Itáú Cultural, 2008.

\_\_\_\_\_. **Cidades criativas**: análise de um conceito em formação e da pertinência de aplicação à cidade de São Paulo. Tese de Doutorado. São Paulo: USP - Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, 2011.

RIOFILMCOMISSION. **Sobre a Rio Film Comission**. Disponível em: <<http://www.riofilmcommission.rj.gov.br/sobre-a-rio-film-commission>> Acesso em: 01 mar 2014.

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

RUBIM, Antonio Albino Canelas. Políticas culturais entre o possível e o impossível. In: NUSSBAUMER, Gisele (org.) **Teorias & políticas de cultura**. Salvador, CULT / EDUFBA, 2007, p.139-158.

RUY, Karine dos Santos. Traços da indústria do cinema brasileiro contemporâneo. In: **Comunicação midiática**: matizes, representações e reconfigurações. Org. Dafne Pedroso, Lúcia Coutinho, Vilso Júnior Santi. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2011 Disponível em: <<http://ebooks.pucrs.br/edipucrs/comunicacaomidiatica.pdf>>. Acesso em: 09 set 2011.

SALLES, Filipe. A Atlântida de 1950 a 1960. In: **Mnemocine**: memória e imagem. 2008. Disponível em: <[http://www.mnemocine.art.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=60:a-atlantida-de-1950-a-1960&catid=35:histcinema&Itemid=67](http://www.mnemocine.art.br/index.php?option=com_content&view=article&id=60:a-atlantida-de-1950-a-1960&catid=35:histcinema&Itemid=67)>. Acesso em: 09 set 2011.

SÃO PAULO. Tribunal de Contas do Estado de São Paulo outorga de exploração, por meio de concessão administrativa, da prestação de serviços ao Estado, por meio da disponibilização, operação, manutenção e conservação, precedida da execução de obra pública, de infraestrutura cultural. Autoridade Responsável pela Abertura do Certame Licitatório, pela Homologação e Ordenador da Despesa: Edson Moura (Prefeito). Autoridades que firmaram os Instrumentos: Edson Moura (Prefeito), Hamilton Campolina Júnior (Secretário dos Negócios Jurídicos) e Vanderli Aparecida Facchini (Secretária Chefe de Gabinete). Relator: Conselheiro Renato Martins Costa. **TC-000867/003/09**. 20 ago 2013.

SEBRAE. **Produção Audiovisual**. São Paulo: SEBRAE, 2008. Disponível em: <[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/BB5607E956B17773832574DC0046FA3B/\\$File/NT00039092.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/BB5607E956B17773832574DC0046FA3B/$File/NT00039092.pdf)>. Acesso em: 02 set 2011.

SANTANA, Sandro. A Bela Época. In: **Mnemocine**: memória e imagem. 2008. Disponível em: <[http://www.mnemocine.art.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=52:a-bela-epoca&catid=35:histcinema&Itemid=67](http://www.mnemocine.art.br/index.php?option=com_content&view=article&id=52:a-bela-epoca&catid=35:histcinema&Itemid=67)>. Acesso em: 09 set 2011.

SEBRAE. **Pesquisa de perfil do consumidor cultural do distrito federal**: cinema e música. Brasília: Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), 2008. Disponível em: <<http://www.dfcriativa.com.br/img/perfilconsumidor.pdf>>. Acesso em: 20 nov 2013

SIMIS, Anita. **Estado e cinema no Brasil**. São Paulo: Annablume, Fapesp, Itaú Cultural, 2ed, 2008.

\_\_\_\_\_. Cinema e política cinematográfica. In: BOLAÑO, Cesar; BRITTOS, Valério; GOLIN, Cida (Org.). **Economia da Arte e da Cultura**. São Paulo: Itaú Cultural; São Leopoldo: Cepos/Unisinos; Porto Alegre: PPGCOM/UFRGS; São Cristóvão: Obscom/UFS, 2010.

SILVA, Ana Cristina Costa; LIGOCKI, Marcus; PALUDETTO, Rita; SOLOT, Steve. **Brasília cinematográfica**: 2ª etapa de preparação do destino referência em turismo cinematográfico no Brasil. Brasília: Instituto Dharma; 2010.

SILVA, João Guilherme Barone Reis e. **Comunicação e indústria audiovisual**: cenários tecnológicos e institucionais do cinema brasileiro nos anos 90. Porto Alegre: Sulina, 2009.

VIANA, Nildo. **A concepção materialista da história do cinema**. Porto Alegre: Asterisco, 2009.

WASSAL, Leticia Jorge. **Urbanização descontínua**: fronteiras e novas centralidades – Estudo de Caso do Município de Paulínia. Dissertação de Mestrado. Campinas: Programa de Pós-graduação em urbanismo, PUC-Campinas, 2011.

WASKO, Janet. Por que Hollywood é Global? In: MELEIRO, Alessandra (Org.). **Cinema no Mundo**: Indústria, política e mercado, Estados Unidos, v. IV. São Paulo: Escrituras Editora, 2007.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

\_\_\_\_\_. **Cultura e materialismo**. São Paulo: Editora Unesp, 2011.

YIN, Robert. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. Porto Alegre: Bookman, 2001.

YÚDICE, George. **A conveniência da cultura**: usos da cultura na era global. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.