

UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS – UFAL  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS – ICS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA – PPGS

GÁRDIA RODRIGUES DA SILVA

**CINEMA E TELEVISÃO: afastamentos e reaproximações na  
economia do audiovisual brasileiro contemporâneo**

Maceió

2014

GÁRDIA RODRIGUES DA SILVA

**CINEMA E TELEVISÃO: afastamentos e reaproximações na  
economia do audiovisual brasileiro contemporâneo**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia, do Instituto de Ciências Sociais, da Universidade Federal de Alagoas, como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em Sociologia.

Orientador: Prof. Dr. Elder P. Maia Alves

Maceió

2014

### Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

---

S586 Silva, Gárdia Rodrigues da  
Cinema e televisão: afastamentos e reaproximações  
na economia do audiovisual brasileiro contemporâneo. / Gárdia  
Rodrigues da Silva. - 2014.  
107 f.; 28 cm.

Dissertação (Mestrado em Sociologia) –  
Universidade Federal de Alagoas, Maceió, 2014.  
Orientador: Elder Patrick Maia Alves

1. Cinema. 2. Televisão. 3. Economia do  
Audiovisual. 4. Fundo Setorial do Audiovisual. 5. Lei  
12.485/11 (Lei da TV por Assinatura). I. Alves, Elder  
Patrick Maia II. Título

CDU 316.7

---

Bibliotecária responsável:

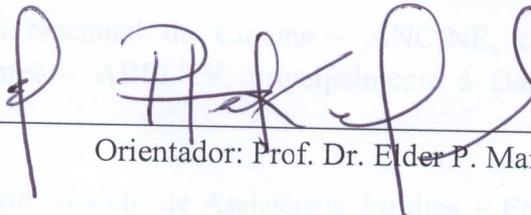
Vera Lucia Scotto Leite

CRB-10/1791

GÁRDIA RODRIGUES DA SILVA

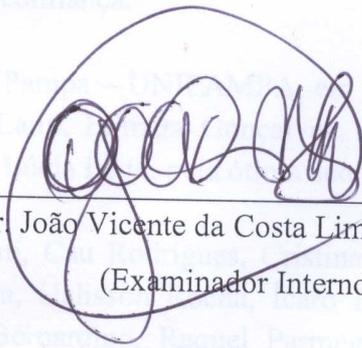
**CINEMA E TELEVISÃO: afastamentos e reaproximações na  
economia do audiovisual brasileiro contemporâneo**

Dissertação submetida ao Corpo Docente  
do Programa de Pós-Graduação em  
Sociologia, do Instituto de Ciências  
Sociais, da Universidade Federal de  
Alagoas, e aprovada em 08 de Abril de  
2014.

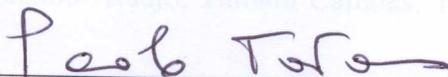


Orientador: Prof. Dr. Elder P. Maia Alves (PPGS-UFAL)

**Banca Examinadora:**



Prof. Dr. João Vicente da Costa Lima (PPGS-UFAL)  
(Examinador Interno)



Prof. Dr. Paolo Totaro (PPGS-UFAL)  
(Examinador Interno)

## AGRADECIMENTOS

Ao Prof. Elder Maia, pela orientação, pela generosidade, pelos muitos ensinamentos que tornaram possível a construção do olhar que nesta dissertação apresento.

Ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia – PPGS, da Universidade Federal de Alagoas – UFAL, pela possibilidade de realização do presente estudo. Ao Gilnison Ramos, Secretário deste Programa, pelo auxílio nos assuntos acadêmicos.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES, pela concessão da bolsa de pesquisa.

Aos Profs. Breitner Tavares, Edemir Carvalho, Emerson Oliveira, Evaldo Mendes, Wagner Chaves, Walter Matias, pelas colaborações ao longo do curso e, especialmente, aos Profs. Fernando Rodrigues e João Vicente, pelas contribuições na banca de qualificação do projeto.

Aos colegas e amigos Ailton da Costa, Carlos Lacerda, Felipe Guimarães, Gearlanza Alves, Magda Lopes, Marizângela Melo, Paulo Victor, pelos laços de estudo e de afeto.

À Agência Nacional do Cinema – ANCINE, e à Associação Brasileira de Produtoras Independentes – ABPI-TV, principalmente à Daniela Pfeiffer, pelas informações a mim concedidas.

Ao Escritório Modelo de Assistência Jurídica – EMAJ, da Faculdade de Direito – FDA, da UFAL, em especial ao Prof. Flávio Luiz da Costa, pelo apoio constante. Ao Alexandre de Mello, Flávio Guimarães, João Batista, José Avelar, Lisiane de Mello, Maria do Carmo, pela atenção, pela amizade, pela confiança.

À Universidade Federal do Pampa – UNIPAMPA, em especial à Ariane Neto, Cátia Soares, Priscilla Gusmão, Renata Silva, Rita Bristes, Vanessa Dias, Vera Lúcia Leite, pela ótima acolhida.

Aos amigos, Angela Simioni, Cau Rodrigues, Cristina Sibaldo, Emerson Oliveira, Fabiana Camargo, Fernando Moreira, Halisson Rocha, Ícaro Liebert, Iuri Rizzi, Luciana Santana, Magno Almeida, Manoel Bernardino, Raquel Parmegiani, René Lessa, Roberta Gusmão, Roberta Miquelanti, Ronaldo Araújo, Tâmara Camões, Thiago Costa, Thiago Sampaio, pelo lado bom da cidade.

À minha família, Mãe (Claudete), Zanza, Alemão, Tássia, Gabriel, Tatata, Marcelo, Odete, pelo suporte de sempre.

Muito obrigada!

## RESUMO

Nesta pesquisa, tem-se como propósito investigar a configuração da economia do audiovisual no contexto brasileiro contemporâneo. Para tanto, são observadas as relações entre cinema e televisão, delineadas ora por afastamentos, ora por reaproximações, em consonância com os matizes sociais, econômicos, políticos, e culturais, inscritos no próprio processo de modernização cultural do país. Nessa direção, três movimentos tecem os fios que sustentam o presente trabalho. O primeiro deles, remete ao divórcio estético-político entre cinema e televisão, negócio e cultura. Apesar das tentativas para aproximar esses meios, seja via estatal, por intermédio dos projetos da EMBRAFILME, seja via empresarial, por intermédio dos programas da TV Globo, há uma resistência recíproca dessas linguagens artístico-culturais, e ambas se conformam como negócios e mercados paralelos. O segundo movimento, remete à tentativa de reaproximação entre cinema e televisão, primeiramente, por meio do Estado, para fins de assentar uma regulação televisiva, e implantar um órgão institucional voltado para o cinema e para a televisão e, posteriormente, por meio privado, com a criação de um departamento de cinema pela TV Globo, a Globo Filmes. Embora editada a Medida Provisória 2.228-1/2001 e criada a ANCINE, assim como inaugurado um novo modo de fazer cinema nacional, fundado no “padrão Globo de qualidade”, não há uma integração total do campo audiovisual. Já o terceiro movimento, remete ao novo consórcio estabelecido entre cinema e televisão, engendrado pelo novo eixo temático composto por categorias como *cultura*, *desenvolvimento*, *economia criativa* e que, por sua vez, forjam outras tessituras, em âmbito internacional e nacional. No Brasil, esse novo arranjo, para fins de constituição de um campo audiovisual integrado, é concebido a partir da articulação entre o Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) e a Lei 12.485/2011 (Lei da TV por Assinatura). Nesses termos, tem-se como intento compreender os contornos dessas movimentações, em direção à integração desses meios.

**Palavras-chave:** Cinema, Televisão, Economia do Audiovisual, Fundo Setorial do Audiovisual, Lei 12.485/11 (Lei da TV por Assinatura).

## ABSTRACT

In this research, has as its purpose to investigate the configuration of the audiovisual economy in contemporary Brazilian context. To do so, the relationship between cinema and television are observed, sometimes delineated by separations, other times by rapprochements, in consonance with the social, economic, political, and cultural nuances, enrolled in the process of cultural modernization of the country itself. In this sense, three movements weave the yarns that sustain the present work. The first one, refers to the aesthetic-political divorce between cinema and television, business and culture. Despite the attempts to approximate these means, either via the state, through projects from EMBRAFILME, either via the business route, through the Globo TV programs, there is a reciprocal resistance of these artistic-cultural languages, and both conform as businesses and parallel markets. The second movement, refers to the attempt of rapprochement between cinema and television, primarily through the state, with the purpose of establishing a television regulation, and implement a focused institutional body not just for cinema, but also for television and subsequently, by private means, with the creation of a Cinema department through TV Globo, Globo Filmes. Although the provisional law 2.228-1/2001 was edited and ANCINE created as well as inaugurated a new way of doing national cinema, founded in the "Globo standard of quality," there is no integration of the audiovisual field. The third movement, refers to the new consortium established between cinema and television, engendered by the new thematic axis composed by categories such as culture, development, creative economy and, in turn, forge other weavings, internationally and nationally. In Brazil, this new arrangement, to build up an integrated audiovisual field, is conceived from the articulation between the Audiovisual Sector Fund (FSA) and 12.485/2011 Law (Law of Pay TV). In these terms, has as intent to understand the contours of such movements, and learn why only recently there is an integration of the audiovisual field.

**KEYWORDS:** Cinema, Television, Audiovisual Economy, Audiovisual Sector Fund, Law 12.485/11 (Law of Pay TV).

**LISTA DE TABELAS**

Tabela 1. Reserva de Mercado para Longa-Metragem Nacional: 1939-1979 .....	38
Tabela 2. Mercado de Cinema Brasileiro: 1974 – 1979 .....	39
Tabela 3. Maiores mercados de TV por assinatura América Latina: Anos 2000 .....	55
Tabela 4. Projetos por Linhas de Ação: 2008 – 2010 .....	80
Tabela 5. Investimentos em Audiovisual: 2007 – 2011 .....	83
Tabela 6. Orçamento Anual FSA: 2007 – 2013 .....	84
Tabela 7. Recursos disponibilizados pelo FSA: 2008 – 2012 .....	84
Tabela 8. Chamadas Públicas: 2012 .....	94

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Lançamento de Filmes Nacionais: 1960 – 1969 .....	33
Gráfico 2. Participação do Público da EMBRAFILME: 1974 – 1979 .....	39
Gráfico 3. Aparelhos de TV em Uso e Salas de Cinema: 1970 – 1980 .....	46
Gráfico 4. Lançamento de Filmes Nacionais: 1995 – 1999 .....	50
Gráfico 5. Público de Filmes Nacionais: 1995 – 1999 .....	50
Gráfico 6. Lançamento de Filmes Nacionais: 2000 – 2007 .....	53
Gráfico 7. Público de Filmes Nacionais: 2000 – 2007 .....	53
Gráfico 8. Evolução da Globo Filmes: 2000 – 2007 .....	64
Gráfico 9. Filmes Nacionais Lançados com e sem Globo Filmes: 2000 – 2007 .....	64
Gráfico 10. Classificação da UNCTAD: Indústrias Criativas .....	75
Gráfico 11. Escopo dos Setores Criativos Ministério da Cultura .....	77
Gráfico 12. Projetos Contemplados por Estados: 2008 – 2010 .....	81
Gráfico 13. Dinâmica de Arrecadação do FSA .....	86
Gráfico 14. Evolução do Número Total de Assinantes: 2002 – 2012 .....	88
Gráfico 15. Assinantes por Tecnologia: 2002 – 2012 .....	88
Gráfico 16. Evolução do Número de Domicílios Assinantes .....	89
Gráfico 17. Distribuição das Assinaturas por Grupo Econômico: Dez 2012 .....	90
Gráfico 18. Projetos Inscritos e Selecionados na Linha B - Produção Independente de Obras Audiovisuais para Televisão: 2008 – 2012 .....	94
Gráfico 19. Lançamento de Filmes Nacionais com e sem FSA: 2009 – 2012 .....	95
Gráfico 20. Público de Filmes Nacionais: 2008 – 2012 .....	96
Gráfico 21. Participação dos Projetos do FSA no Total de Renda dos Filmes Nacionais: 2009 – 2012 .....	97
Gráfico 22. Distribuição de Projetos entre as Unidades da Federação fora do Eixo Rio São Paulo: 2008 – 2011 .....	98
Gráfico 23. Distribuição de Recursos entre as Unidades da Federação fora do Eixo Rio São Paulo: 2008 – 2011 .....	98

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABD	Associação Brasileira de Documentaristas
ABEPEC	Associação Brasileira das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais
ABERT	Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão
ABPI TV	Associação Brasileira das Produtoras Independentes
AI	Ato Institucional
ANATEL	Agência Nacional de Telecomunicações
ANCINAV	Agência Nacional do Cinema e do Audiovisual
ANCINE	Agência Nacional do Cinema
ARENA	Aliança Renovadora Nacional
BB	Banco do Brasil
BNDES	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico Social
BRDE	Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul
CAIC	Comissão de Auxílio à Indústria Cinematográfica
CBC	Congresso Brasileiro de Cinema
CEF	Caixa Econômica Federal
CFC	Comissão Federal de Cinema
CGFSA	Comitê Gestor do Fundo Setorial do Audiovisual
CICB	Congresso da Indústria Cinematográfica
CONCINE	Conselho Nacional de Cinema
CONDECINE	Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional
CPCs	Centros Populares de Cultura
CPI	Comissão Parlamentar de Inquérito
CPLP	Comunidade dos Países de Língua Portuguesa
CSAV	Conselho Superior do Cinema e do Audiovisual
CSC	Conselho Superior do Cinema
CVM	Comissão de Valores Mobiliários
DCMS	Departamento de Cultura, Mídia e Esporte
DIP	Departamento de Informação e Propaganda
DOCTV	Programa de Fomento à Produção e Teledifusão do Documentário Brasileiro
DONAC	Diretoria de Operações Não Comerciais
DPDC	Departamento de Propaganda e Difusão Cultural
EBC	Empresa Brasil de Comunicação
EMBRAFILME	Empresa Brasileira de Filmes
FAC	Fórum do Audiovisual e do Cinema
FCB	Fundação do Cinema Brasileiro
FICART	Fundo de Investimento Cultural Artístico
FISCINAV	Fundo de Fiscalização do Cinema e do Audiovisual
FISTEL	Fundo de Fiscalização das Telecomunicações
FNC	Fundo Nacional de Cultura
FSA	Fundo Setorial do Audiovisual
FUNCINAV	Fundo Nacional para o Desenvolvimento do Cinema e do Audiovisual Brasileiros
FUNDACINE	Fundação Cinema Rio Grande do Sul
GEDIC	Grupo Executivo para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica

GEIC	Grupo de Estudos da Indústria Cinematográfica
GEICINE	Grupo Executivo da Indústria Cinematográfica
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ICB	Indústria Cinematográfica Brasileira
INC	Instituto Nacional de Cinema
INCE	Instituto Nacional de Cinema Educativo
ISEB	Instituto Superior de Estudos Brasileiros
LUCE	<i>L'Unione Cinematografica Educativa</i>
MDB	Movimento Democrático Brasileiro
MDIC	Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior
MEC	Ministério da Educação
MinC	Ministério da Cultura
MPA	<i>Motion Picture Association</i>
ONG	Organização Não Governamental
ONU	Organização das Nações Unidas
PBC	Projeto Brasileiro do Cinema
PCB	Partido Comunista Brasileiro
PEC	Proposta de Emenda Constitucional
PIB	Produto Interno Bruto
PIC-TV	Programa de Integração Cinema e Televisão
PNC	Política Nacional do Cinema
PNC	Plano Nacional de Cultura
PNUD	Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
PROCULT	Programa de Apoio à Cadeia Produtiva do Audiovisual
PRODAV	Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Audiovisual Brasileiro
PRODECINE	Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Brasileiro
PRÓ-INFRA	Programa de Apoio ao Desenvolvimento da Infraestrutura do Cinema e do Audiovisual
PRONAC	Programa Nacional de Apoio à Cultura
RLP	Receita Líquida do Produtor
SAv	Secretaria para o Desenvolvimento do Audiovisual
SeAc	Serviço de Acesso Condicionado
SIGLA	Sistema Globo de Gravações Audiovisuais
SUCOM	Superintendência Comercial
SUPROD	Superintendência de Produção
TIC	Tecnologias de Informação e Comunicação
UNCTAD	Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento
UNE	União Nacional de Estudantes
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	13
<b>1 O DIVÓRCIO ESTÉTICO-POLÍTICO: CINEMA, TELEVISÃO, NEGÓCIO E CULTURA</b> .....	18
1.1 Um cinema nacional antes da televisão .....	18
1.2 O Cinema Novo e os revolucionários românticos: crítica e denúncia .....	26
1.3 A EMBRAFILME: cinema e televisão .....	35
<b>2 CRISE E RETOMADA DO CINEMA NACIONAL: REAPROXIMAÇÃO E ESTRATÉGIAS</b> .....	47
2.1 Leis de incentivo e políticas para o audiovisual .....	47
2.2 A Globo Filmes e a nova marca de fazer cinema: mercado, identidade nacional e brasilidade audiovisual .....	56
<b>3 O NOVO CONSÓRCIO ENTRE TELEVISÃO E CINEMA: MERCADO E CRIATIVIDADE</b> .....	66
3.1 As políticas do audiovisual no Governo Lula (2003-2010) .....	66
3.2 O Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) e a Lei 12.485/2011 .....	73
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	100
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	102

## INTRODUÇÃO

Aprovado pelo Conselho Superior de Cinema (CSC), em agosto de 2012, o Plano de Diretrizes e Metas para o Audiovisual (PDM) tornou-se referência para a política audiovisual brasileira nos seguintes eixos: *desenvolvimento da atividade audiovisual; produção e circulação de conteúdos brasileiros; economia sustentável, competitiva e inovadora; liberdade de criação e diversidade cultural*. Para alçar o audiovisual a um novo patamar de desenvolvimento, é prevista uma expansão do circuito cinematográfico, com a ampliação do número de filmes brasileiros lançados comercialmente, de 75 em 2010, para 170 em 2020; da renda bruta de bilheteria, de R\$ 1,26 bilhão para R\$ 3,238 bilhões, no mesmo período; da participação de filmes brasileiros nessas receitas, de 17,93% para 30%. Além disso, é prevista uma expansão dos serviços de TV por Assinatura, com a ampliação do número de programadoras nacionais, de 6 para 20; de canais brasileiros nesse segmento de mercado, de 16 para 50; da participação de obras brasileiras independentes nas grades de programação, atingindo, até 2020, 41,3%; entre outras diretrizes. Essas perspectivas estão alinhadas com a centralidade do audiovisual nas agendas contemporâneas. Além da relevância social, notadamente no tocante a questões identitárias (ROSSINI, 2003), esse mercado também apresenta grande potencial de desenvolvimento econômico: em 2011, o mercado audiovisual brasileiro<sup>1</sup> movimentou cerca de R\$ 33 bilhões em receitas (PDM, 2012).

Transformações sociais, econômicas, políticas, e culturais ensejam redefinições de contextos e de conceitos. Novas práticas de consumo, inovações tecnológicas, profusão de mídias pautam a era da informação (CASTELLS, 1999), e requerem novos modelos de negócio, forjando outras configurações de mercado. Nesta dissertação, tem-se como propósito apresentar um olhar sobre a economia do audiovisual na conjuntura brasileira contemporânea. Para tecer os fios que constroem este olhar, a ênfase recai na relação entre cinema e televisão, consideradas hierarquias e dicotomias, distanciamentos e imbricações, e os desdobramentos de tais movimentações no campo audiovisual. Observar essas dinâmicas, também significa observar as trajetórias cinematográficas e televisivas. No trabalho em tela, essa observação é realizada mediante o enfoque de momentos significativos de tais itinerários na cultura brasileira, em palavras outras, de momentos constitutivos da trama desses meios, que

---

<sup>1</sup> Aqui contemplados o cinema, a TV Aberta e a TV por Assinatura.

acompanham o próprio processo de modernização cultural do país (ORTIZ, 1994). Instituições, manifestações e movimentos culturais; disputas, interesses e jogos de poder; relações com o Estado, tomadas de posição e formações discursivas, são algumas nuances que atravessam esse importante campo de produção material e simbólica (BOURDIEU, 1992). Apreender os contornos dessas nuances, e os correlatos (re)direcionamentos da relação entre cinema e televisão, marcada por aproximações, afastamentos e acomodações, são os fios condutores deste estudo.

Esta dissertação está estruturada em três capítulos, acompanhado cronologicamente os percursos cinematográficos e televisivos. No primeiro deles, intitulado *O divórcio estético-político: cinema, televisão, negócio e cultura*, o olhar é voltado para a constituição do cinema e da televisão no cenário cultural brasileiro. Nesse viés, como ponto de partida, é analisada a composição de um cinema nacional, inscrito no próprio processo de modernização da sociedade brasileira (ORTIZ, 1994). O trânsito do Estado pelo cinema, com a criação de órgãos e instituições ou, em outros termos, a condição de instituição nacional atribuída ao cinema (MICELI, 1984); a comunicação enquanto fator de integração da sociedade (MATTELART, 2005); e a tentativa de construção de uma indústria cinematográfica brasileira através da formação de companhias nacionais (Cinédia, Atlântida e Vera Cruz), foram alguns demarcadores desse período. Outra alternativa de modernização, repousada em uma ideologia *nacional-popular*, marcou os anos seguintes. A nova postura reportava a uma *estrutura de sentimento de brasilidade romântico-revolucionária* (RIDENTI, 2000), construída e compartilhada pelos meios artísticos e culturais desde meados dos anos 1940, e pronunciada a partir dos anos 1960. Nesse sentido, houve uma imbricação entre os processos estético-cultural e político-social, e um rompimento com os referenciais fílmicos estrangeiros. As propostas do Cinema Novo foram orientadas pelo *nacionalismo*, pela vertente *nacionalista/culturalista*, em contraposição à vertente *universalista/industrialista* (ORTIZ RAMOS, 1983).

O processo ditatorial e a modernização conservadora conferiram outros contornos para o cinema nacional. A instituição da Empresa Brasileira de Filmes S/A (EMBRAFILME), e as distintas fases da agência, delineadas por articulações políticas, econômicas e cinematográficas (AMANCIO, 2011), também são tratadas neste capítulo, assim como as primeiras tentativas de aproximação entre cinema e televisão, via EMBRAFILME, por meio do lançamento de “pilotos” para séries de televisão, e via TV Globo, por meio da realização

do programa *Globo Shell Especial*. Frente ao contexto em relato, muitos intelectuais e artistas cinemanovistas migraram para emissoras de televisão, especialmente para a TV Globo. É nesse período em que a televisão foi consolidada no país, assentada em uma organização industrial, com trânsito entre o público e o privado, diferentemente do cinema, com um viés mais artístico-cultural, dependente, cada vez mais, do apoio estatal. De emissora local, com a exibição de filmes estrangeiros e jornais, a TV Globo passou a ser uma rede nacional, com produção de teledramaturgia própria. Nessa nova posição, um padrão de qualidade técnico-estético e narrativo – o “padrão Globo de qualidade” – foi edificado e passou a nortear não apenas as produções da emissora, como também, posteriormente, as próprias produções cinematográficas nacionais. Apesar das experiências estatais e empresariais, e do deslocamento de antigos *revolucionários românticos* para a televisão nos anos 1970, o divórcio estético-político entre cinema e televisão perdurou, com a manutenção de negócios culturais e mercados paralelos.

No segundo capítulo, titulado *Crise e retomada no cinema nacional: reaproximação e estratégias*, o olhar é voltado para o novo posicionamento adotado pelo Estado em relação ao cinema nacional. A extinção da EMBRAFILME, sem a substituição por outras estruturas, demarcou a desobrigação do Estado com a cultura no início dos anos 1990 (MARSON, 2009). Para suprir a ausência de suporte estatal ao setor cinematográfico, uma nova política de fomento, fundada em leis de incentivo (Lei Rouanet e Lei do Audiovisual) foi instituída. Apesar dos avanços trazidos, como o aumento de filmes nacionais lançados comercialmente, e a volta do público às salas de cinema, os mecanismos previstos nas leis eram voltados apenas para a produção cinematográfica, sem o aceno para uma articulação com os demais elos da cadeia produtiva e, por conseguinte, sem o aceno para uma atividade cinematográfica autossustentável (BAHIA, 2012). No final dos anos 1990, reivindicações do setor para uma reorientação das políticas públicas para o cinema, convergiram para a edição da Medida Provisória 2.228-1/2001 e, correlativamente, para a instauração de um órgão institucional para o cinema: a Agência Nacional do Cinema (ANCINE).

Caberia à agência fomentar e regular o conteúdo para cinema e para televisão, no entanto, de agência do audiovisual, a ANCINE foi reduzida à agência do cinema. Via política estatal, disputas, negociações, reivindicações e pressões adiaram a articulação entre cinema e televisão. Todavia, essa articulação foi realizada via política privada, a partir de uma nova estratégia política e econômica empreendida pela Rede Globo, a saber, a criação de um

departamento de cinema, a Globo Filmes. No capítulo em tela, também é averiguado como a emissora valeu-se de tal selo para, em prol da “defesa do conteúdo nacional”, da ampliação e continuidade da sua legitimidade, e da antecipação de respostas às revisões da legislação audiovisual, atuar de forma direta sobre um produto em que já exercia significativa influência. A perspectiva *industrialista* seguida pela empresa, ancorada na comercialização intensa de filmes e no alto retorno de bilheterias do cinema brasileiro, concorreu para a promoção do “*blockbuster* nacional” (BUTCHER, 2006). A criação da Globo Filmes demarcou uma nova relação entre cinema e televisão, conformando novas relações de poder, dependências, desigualdades e assimetrias.

No terceiro capítulo, nomeado *O novo consórcio entre televisão e cinema: mercado e criatividade*, o olhar é voltado para o entrelaçamento entre *cultura* e *desenvolvimento*, e para os desdobramentos desse novo enlace para fins de constituição de um campo audiovisual integrado. As novas matrizes conceituais atribuídas à *cultura*, que passou a ser considerada sob as dimensões *simbólica*, *cidadã*, *econômica*, bem como ao *desenvolvimento*, que passou a ser considerado sob o viés *econômico*, *humano e/ou social*, passaram a nortear programas, projetos e políticas, a partir dos anos 2000. Neste capítulo, em um primeiro momento, são analisadas as políticas delineadas pelo governo Lula. Diante desses novos referenciais, outras modalidades de bens simbólicos, como a televisão, foram incluídas no âmbito de atuação do governo. A tentativa de implementação de uma agência para o audiovisual, a Agência Nacional do Cinema e do Audiovisual (ANCINAV); os diversos programas e projetos da Secretaria do Audiovisual (SAv), como o *Programa de Fomento à Produção e Teledifusão do Documentário Brasileiro* (DOCTV); e a instituição de uma rede pública de televisão, foram algumas medidas adotadas para o audiovisual como um todo. Embora pouco efetivas, essas ações colocaram o tema em pauta e, *a posteriori*, novas possibilidades despontaram para a cadeia produtiva do setor audiovisual no país.

Esse novo cenário também é apreciado no terceiro capítulo. A imbricação entre *cultura* e *desenvolvimento* implicou em novos usos dessas categorias. Em meio aos processos de modernização cultural, e de *industrialização do simbólico* (CANCLINI, 2006), de uma categoria analítica, a noção de *indústria cultural*, que remonta aos estudos de Theodor Adorno e Max Horkheimer, forjada em um nicho acadêmico específico para tratar da trama da relação entre arte, técnica, estética e mercado, passou a figurar como uma categoria nativa, para conferir legitimidade discursiva a determinadas lutas políticos-culturais (ALVES, 2008). Com

o crescimento dos mercados culturais e dos trânsitos simbólicos mundiais, diante da possibilidade de homogeneização e padronização cultural, *identidade e diversidade cultural* tornaram-se referências na busca de um novo ordenamento (MATTELART, 2005). Nessa senda, a concepção de *economia criativa*, construção simbólico-discursiva arquitetada a partir de discursos de organismos internacionais, como a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) – *repertório discursivo UNESCO* (ALVES, 2011) –, vem instaurando novas realidades, consignando novas dinâmicas econômico-culturais. Para encerrar o texto, o olhar é voltado para a integração e o consórcio entre cinema e televisão, mediante os laços políticos, financeiros e estéticos entre o Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) e a Lei 12.485/2011 (Lei da TV por Assinatura).

Além do referencial teórico e conceitual aludido nas linhas acima, para construir a análise do cenário audiovisual contemporâneo, informações e materiais relacionados, sobretudo, ao Fundo Setorial do Audiovisual e à Lei da TV por Assinatura, foram recolhidos na Agência Nacional do Cinema (ANCINE), e na Associação Brasileira de Produtoras Independentes (ABPITV). Essa reunião de dados para a pesquisa foi feita ao longo do segundo semestre de 2012, no Rio de Janeiro.<sup>2</sup> Igualmente, outros dados foram reunidos a partir da participação em alguns eventos, como, o *Seminário Internacional de Políticas Culturais*, realizado na Fundação Casa de Rui Barbosa, e as palestras *A TV por Assinatura sob o Regime de Cotas*, e o *Fundo Setorial do Audiovisual: Uma Nova Linha de Financiamento de Projetos para Cinema e TV*, ambas realizadas no Espaço Telezoom, voltado para discussões sobre o mercado de cinema, televisão e novas mídias, no mesmo período e na mesma cidade. Outros dados do mercado audiovisual brasileiro foram obtidos nos sítios eletrônicos do Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (OCA), e do Filme B.

---

<sup>2</sup> Como parte das atividades decorrentes da participação no projeto do Programa Nacional de Cooperação Acadêmica (PROCAD), firmado entre o PPGS desta Universidade e o Programa de Pós-Graduação em Sociologia e Antropologia (PPGSA), da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), e o Programa de Pós-Graduação em Sociologia (PPGS), do Instituto de Estudos Sociais e Políticos (IESP), da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ).

# 1 O DIVÓRCIO ESTÉTICO-POLÍTICO: CINEMA, TELEVISÃO, NEGÓCIO E CULTURA

## 1.1 Um cinema nacional antes da televisão

Para tratar da configuração contemporânea do mercado audiovisual brasileiro, no texto que segue, o olhar é direcionado para a relação entre cinema e televisão, delineada ora por afastamentos, ora por reaproximações. Neste primeiro capítulo, serão percorridos importantes momentos da trajetória cinematográfica e televisiva, considerados os contornos da constituição e consolidação de cada um desses meios, até o declínio da Empresa Brasileira de Filmes S.A. (EMBRAFILME). Discursos, disputas, marcos regulatórios, movimentos político-culturais, linguagens artístico-culturais, códigos ético-estéticos, diretrizes estatais, mercado de bens culturais são alguns pontos que atravessam esse itinerário, e dialogam com a composição política, econômica, social e cultural do país. Essa contextualização será tecida para acompanhar as dinâmicas adjacentes ao divórcio estético-político entre cinema e televisão no recorte em tela.

\* \* \*

Os primeiros anos de cinema no Brasil remetem à chegada do *omniographo* no país, em meados de 1896, seis meses após a invenção do cinematógrafo pelos irmãos Lumière. E, nos anos seguintes, à primeira projeção cinematográfica, realizada no Salão de Novidades Paris, situado à Rua do Ouvidor, no Rio de Janeiro, assim como às primeiras filmagens, a saber, imagens da Baía de Guanabara registradas por Afonso Segreto quando a bordo do navio *Brésil* em retorno de viagem à Europa, e “fotografias vivas”, depositadas por José Roberto da Cunha Salles, na seção de Pedidos e Privilégios do Ministério da Agricultura, Comércio e Obras Públicas. Considerando que a historiografia do cinema brasileiro é escrita a partir de distintos ciclos, data de 1896 a 1906 o primeiro deles. Poucas salas fixas de projeção, limitadas às cidades do Rio de Janeiro e de São Paulo, muitos cinemas itinerantes, e escassa produção fílmica demarcavam o cenário cinematográfico do período em comento. Nas primeiras décadas, olhar para o cinema, enquanto meio de comunicação, significava olhar para as próprias vicissitudes da conjuntura brasileira: o advento da modernidade e a constituição da *nação* (ORTIZ, 1994).

Dada a conjunção de interesses entre aqueles envolvidos no incipiente mercado cinematográfico brasileiro à época – produtores, distribuidores, exibidores e público –, e dada a melhoria de alguns aspectos estruturais do país, como, por exemplo, a maior distribuição de energia elétrica, os anos subsequentes a 1906 foram marcados pelo recrudescimento das atividades cinematográficas, com a ampliação das salas fixas de exibição, da produção fílmica, da importação de filmes estrangeiros, e do público consumidor. Entretanto, essa promitente fase do cinema nacional não perdurou. A partir dos anos 1911, a concorrência de filmes estrangeiros, sobretudo produções norte-americanas, e a consolidação de grandes estúdios, como Hollywood, figuravam entre os obstáculos ao desenvolvimento do cinema brasileiro, ainda com contornos artesanais. A inserção das produções internacionais no país revelava a mentalidade importadora e a valorização da cultura estrangeira vigentes, reflexos da dependência colonial. Parte da sociedade brasileira, fortemente influenciada pela cultura estrangeira, valia-se do cinema para reafirmar uma posição de “elite ilustrada, orgulhosa do seu contraste frente à ignorância da maioria” (XAVIER, 1978, p. 124).

Para urdir um retrato do Brasil condizente com o imaginário civilizado, nos moldes da estética e do estilo de vida adotados pela burguesia europeia, os membros dessa elite, especialmente no Rio de Janeiro, “reverenciadores da tradição clássica, devotos do beletrismo como forma de elegância e distinção social”, logravam “nos auspícios da arte e no modelo industrial de grande envergadura uma forma de tornar mais cultos e responsáveis seus pronunciamentos sobre o cinema” (Idem, p. 124). Esse retrato era urdido em contraposição às manifestações de cultura mais popular, “decorrentes do espírito da formação espontânea de uma nação em pleno nascimento”, e que para a emergente sociedade representava “o mais genuíno retrato da ignorância cultural” (BERTINI, 2008, p. 105). Um descompasso entre o projeto de modernidade e a realidade brasileira ou, em palavras outras, uma dissonância entre uma aparente modernização e as ínfimas condições estruturais do país, inclusive para a realização de uma filmografia nacional. Distanciamento entre classes sociais; economia voltada às atividades primárias, apoiada em um modelo agrário-exportador; pouca integração nacional foram alguns demarcadores dessa tessitura (ORTIZ, 1994). Em pouco tempo, o mercado cinematográfico brasileiro, assim como mercados de outros países da América Latina e de algumas partes da Europa, foram dominados pelas *majors companies*.

Além do declínio da produção de filmes nacionais, fundado principalmente na falta de recursos tecnológicos, como a dificuldade de aquisição de material filmográfico, houve também o declínio da exibição de filmes nacionais, fundado não apenas na falta de consolidação junto ao público dos dois principais gêneros do cinema brasileiro à época – os filmes cantantes e as revistas de ano –, mas também na aproximação de distribuidoras norte-americanas com setores de exibição brasileiros para a colocação de seus filmes no mercado. A primeira grande rede de cinemas, a *Companhia Cinematográfica Brasileira*, contribuiu para essa hegemonia ao colocar em cartaz preferencialmente filmes norte-americanos. Em 1925, o número de filmes provenientes dos Estados Unidos, exibidos nas telas dos cinemas do Rio de Janeiro, correspondia a 1.065, já o número de filmes brasileiros, correspondia a 52 (SIMIS, 1996, p. 75). Diante do monopólio do mercado de ficção por Hollywood, aos cineastas brasileiros restou a exploração de outros nichos de mercado. A produção de documentários e cinejornais com roteiros voltados ao temário nacional, advinda de produtoras como a Cinédia e a Atlântida, e também dos ciclos regionais, garantiu a manutenção e a continuidade do cinema brasileiro.

Nas primeiras décadas do século XX, outra configuração de desenvolvimento foi forjada. De uma economia agrário-exportadora cafeeira houve um deslocamento para uma economia de bases industriais. Da mesma forma, houve um deslocamento do eixo da sociedade, com uma nova trama social, tecida pela constituição de uma sociedade urbano-industrial, mais factível à integração nacional. Nessa conjuntura, ocorreu uma ruptura com os valores da *Belle Époque*, e houve uma busca pelos valores nacionais provenientes da formação popular brasileira. Identidade brasileira, integração nacional, e temas similares, orientavam as discussões políticas, econômicas e culturais em voga. Elites intelectuais e políticas voltavam a atenção para a vinculação entre cinema e educação, e para a possibilidade de utilização do cinema como instrumento pedagógico e como propaganda. Esse novo olhar estava inserido em um processo de reestruturação do país, já alinhavado desde o período Pós-Guerra. Nesse contexto de redefinição nacional, acontecimentos como a Revolução de 1930, o Estado Novo, e a transformação da infraestrutura econômica conduziam os intelectuais da época à reflexão sobre a identidade de um Estado que se modernizava (ORTIZ, 1994). Essas reflexões eram tecidas em espaços como a *Revista Cinearte*, referência para o cinema brasileiro entre os anos 1926 e 1942.

Em um período de transformação da produção de bens culturais, a revista formava opinião e disseminava a cultura cinematográfica no país, em termos outros, conferia uma estrutura ao meio intelectual e possibilitava a propagação de ideias e críticas. Fomento ao cinema nacional; indicação de uma estética para o cinema, censurando determinadas imagens e elencando outras como ideais para a representação do Brasil na tela – “modernização, urbanização, juventude e riqueza” (SCHVARZMAN, 2004); implementação do cinema educativo no Brasil eram algumas das proposições trazidas pela revista. Educadores e teóricos brasileiros ao tecerem projetos e publicarem livros sobre a inclusão do cinema nas relações de ensino e aprendizagem contribuíram, igualmente, para a afirmação e a efetivação do cinema com fins educativos no país. A falta de recursos e/ou a ausência de apoio governamental concorreu para a realização de poucos filmes nesses moldes. Posteriormente, frente à possibilidade de produzi-los também para fins políticos, o Estado acenou para uma participação na atividade cinematográfica. A partir da Revolução de 1930, novos contornos foram conferidos ao poder: de um poder descentralizado, amparado pela Constituição Brasileira de 1891, passou-se a um poder central, com maior intervenção estatal, estendendo-se à cultura.

Com o advento do Estado Novo, essa ampliação restou consolidada, e as políticas destinadas às atividades cinematográficas passaram a atender aos propósitos do governo de Getúlio Vargas: centralização política e integração nacional. Nesse período, a ingerência do Estado brasileiro sobre a cultura foi inaugurada, e o movimento em favor do cinema educativo foi alçado à condição de instituição nacional (MICELI, 1984). Para a viabilização do projeto de desenvolvimento engendrado pelo Estado, instituições e órgãos foram criados. Nessa direção, a articulação entre cinema, educação e *nação* foi intensificada pela criação do Instituto Nacional de Cinema Educativo (INCE), órgão vinculado ao Ministério da Educação e Saúde Pública, sob os auspícios de Gustavo Capanema, e idealizado por Edgard Roquette-Pinto. Concebido para promover e orientar a utilização da cinematografia como processo auxiliar de ensino e como meio de educação popular, o INCE foi a primeira organização governamental voltada exclusivamente para o cinema. Ao mostrar o Brasil em imagens, o cinema, entre outros dispositivos culturais, como, o rádio, a música e as festas cívicas, foi considerado um instrumento fundamental para incutir um sentimento de pertencimento nacional e forjar uma imagem do Estado no imaginário social brasileiro. Construções de uma imagem do Brasil no cinema e de um cinema para o Brasil faziam parte de um amplo projeto, que abarcava “a tentativa de organizar a produção, o mercado exibidor e o importador e,

concomitantemente, servir aos propósitos do Estado, notadamente à integração nacional, à centralização da ação governamental e à difusão da ideologia nacionalista” (LEITE, 2005, p. 38). Nesse cenário, a comunicação foi percebida como um fator de integração da sociedade (MATTELART, 2005), e o cinema foi considerado uma via de acesso à cultura, “um artifício, uma ‘arma’ moderna, portadora e transmissora da modernidade” (SCHVARZMAN, 2004, p. 18).<sup>3</sup>

O Decreto-Lei 21.240, promulgado em 4 de abril de 1932, foi a primeira ação efetiva do governo de Getúlio Vargas quanto à proteção cinematográfica. Ao trazer em seus dispositivos a obrigatoriedade de exibição de filmes nacionais, mais especificamente, a exibição de um filme de curta-metragem nacional junto a um filme de longa-metragem estrangeiro pelas salas de cinema, essa medida contemplava, em parte, as reivindicações de intelectuais e artistas concernentes à condução do olhar para o mercado de cinema nacional.<sup>4</sup> Entretanto, foi a criação do INCE a ação estatal de maior destaque. Acompanhando os delineamentos do modelo de cinema educativo e de propaganda fundado por Benito Mussolini na Itália, o INCE, na esteira do instituto italiano *L’Unione Cinematografica Educativa* (LUCE), atuou e ampliou a produção filmográfica, consubstanciando a relação entre cinema e Estado e conformando um novo inventário sobre o país. Com o cineasta Humberto Mauro à frente do Instituto, entre os anos 1936 e 1966 foram produzidos mais de 300 documentários. Apesar da ampla produção, a dificuldade conceitual e institucional em estabelecer uma separação entre educação e mobilização político-social perpassou essa fase do cinema (SCHWARTZMAN, 1984). Outrossim, não houve uma preocupação do instituto com o desenvolvimento de uma perspectiva industrial (BAHIA, 2012). Essa preocupação apareceu, efetivamente, após o governo de Getúlio Vargas.

---

<sup>3</sup> Em discurso proferido em 1934, Getúlio Vargas realçava o viés pedagógico do cinema para a política nacionalista e para a integração nacional: “O cinema será, assim, o livro de imagens luminosas, no qual as nossas populações praieiras e rurais aprenderão a amar o Brasil, crescendo a confiança nos destinos da Pátria. Para a massa dos analfabetos, será essa a disciplina pedagógica mais perfeita, mais fácil e impressiva. Para os letrados, para os responsáveis pelo êxito da nossa administração, será uma admirável escola. [...] Por sua desmesurada grandeza geográfica, depara o Brasil, ao estadista, uma série de problemas complexos, de ordem econômica, política e social, cujas soluções dependem da análise rigorosa de certos dados fundamentais, em geral, obscuros e indecisos. O papel do cinema, nesse particular, pode ser verdadeiramente essencial. Ele aproximará, pela visão incisiva dos fatos, os diferentes núcleos humanos, dispersos no território vasto da República. [...] A propaganda do Brasil não deve cifrar-se, como até agora acontece, aos setores estrangeiros. Faz-se, também, mister, para nos unirmos cada vez mais, que nos conheçamos profundamente, a fim de avaliarmos a riqueza das nossas possibilidades e estudarmos os meios seguros de aproveitá-las em benefício da comunhão”. (VARGAS *apud* SIMIS, 1996, p. 30; 43-44).

<sup>4</sup> Igualmente, o decreto nacionalizava a censura de filmes; diminuía as taxas alfandegárias para a importação de filme virgem como forma de fomento à produção, e criava o Departamento de Propaganda e Difusão Cultural (DPDC), transformado, em 1938, no Departamento de Informação e Propaganda (DIP).

Nos anos 1940 e 1950, aspectos internos e externos à realidade brasileira engendraram novas configurações para o campo cinematográfico nacional. No contexto interno, marcado pela instauração de um capitalismo frágil, uma *indústria cultural* e um mercado de bens simbólicos incipientes, o cinema acompanhou o novo pensamento desenvolvimentista brasileiro, pautado por ideias de modernização, progresso e civilização. No contexto externo, marcado pela instalação de companhias distribuidoras norte-americanas em outros mercados, e no mercado brasileiro, o cinema buscou uma afirmação nacional. Alternativas como a formação e a solidificação de companhias cinematográficas nacionais foram lançadas para fins de construção de uma indústria cinematográfica brasileira. Com pretensões industriais e comerciais, e dotadas de investimentos privados, essas companhias, a saber, Cinédia, Atlântida e Vera Cruz, apresentaram impactos no mercado de cinema nacional. Ao fundar a Cinédia, no início dos anos 1930, o cineasta Adhemar Gonzaga almejava produzir filmes técnica e esteticamente similares àqueles produzidos por Hollywood.<sup>5</sup> A Atlântida, fundada em 1941 pelos diretores Moacyr Fenelon e José Carlos Burle, pelo roteirista Alinor Azevedo e pelo fotógrafo Edgar Brasil, era voltada à produção de “filmes populares” – chanchadas e musicais.<sup>6</sup> A Vera Cruz, criada em 1949<sup>7</sup> pelos empresários Francisco Matarazzo Sobrinho e Franco Zampari, era voltada às grandes produções, nos moldes hollywoodianos.<sup>8</sup> Nas palavras de Paulo Emílio Sales Gomes (1996, p. 60):

Em verdade, não houve condições para um forte cinema clássico brasileiro no momento em que este foi procurado e tinha sentido enquanto proposta. Sua estética exigia, em 30, 40 ou 50, um aparato de produção e distribuição fora do alcance, o que tornou instáveis, rarefeitas, problemáticas ao extremo, as tentativas de um estilo hollywoodiano no Brasil. Tal período se pautou por uma tensão específica entre os ideais de luxo e impecabilidade técnica típicos de uma ideologia industrialista – a qual testemunhou uma prática do “cinema de padrão internacional” muito aquém do desejável – e um cinema popular pragmático, viável e “enraizado” (a chanchada).

<sup>5</sup> *Ganga bruta* (1933), dirigido por Humberto Mauro, foi o primeiro filme a auferir repercussão da crítica. No entanto, o fracasso de bilheteria ensejou o redirecionamento dos projetos iniciais da companhia; com esteio no Decreto 20.240, a Cinédia passou a produzir documentários sobre temas diversos e cinejornais – *Cinédia Atualidades*, *Cinédia Jornal* e *Cinédia Revista*, bem como passou a investir em filmes musicais de baixo orçamento e de apelo popular.

<sup>6</sup> *Moleque Tião* (1943), dirigido por José Carlos Burle, foi o primeiro filme produzido pela companhia. Lançadas no maior circuito exibidor dos anos 1940 – os cinemas de Luís Severiano Ribeiro –, as películas alcançavam boas bilheterias. Diante da possibilidade de comercialização e do êxito econômico dessas produções nacionais, Luís Severiano Ribeiro se tornou o acionista majoritário da Atlântida. Apesar do êxito nacional, o mercado cinematográfico brasileiro continuava sob o domínio dos filmes estrangeiros. Em 1953, 80% dos filmes veiculados no país eram produzidos pelos Estados Unidos.

<sup>7</sup> Maristela, Kino, Multifilmes, Brasil e Cinedistri foram outras companhias criadas à época.

<sup>8</sup> Inspirada no projeto estético-cultural hegemônico da burguesia paulistana, a companhia buscava conciliar os códigos narrativos de Hollywood com as características essencialmente brasileiras. *Caiçara* (1950), dirigido por Adolfo Celi, Tom Payne e John Waterhouse foi o primeiro filme produzido pela Vera Cruz.

Apesar dos impactos promovidos por essas companhias no mercado de cinema nacional, a “era dos estúdios” e a proposta de construção de uma indústria cinematográfica nos moldes do cinema americano, repousada na ideia de “grandes realizações, orçamentos maiores, estúdios modernos, tecnologia, equipes permanentes de técnicos, atores de primeira grandeza” (ORTIZ, 1994, p. 70) não perduraram. O surgimento da televisão, nos anos 1950, apontava para uma nova realidade cultural brasileira, e figurava entre um dos diversos fatores para o declínio desses estúdios. Em um primeiro momento, dadas as poucas condições tecnológicas, a televisão era um meio de comunicação propriamente local, sem pretensão de alcance nacional, com transmissões restritas a determinadas localidades e programação destinada aos interesses de um público específico. Essa programação era realizada por técnicos e artistas locais, com improvisações à medida que a imagem era gerada; com o aparecimento do videoteipe, em meados dos anos 1960, a televisão ganhou outros formatos, e seguiu em direção à formação de uma rede nacional. A primeira emissora televisiva brasileira, a TV Tupi, foi inaugurada em São Paulo em 1950, por Francisco de Assis Chateaubriand e Bandeira de Melo; no Rio de Janeiro foi inaugurada no ano seguinte; e em outros locais, como Belo Horizonte, Porto Alegre e Recife, foi inaugurada a partir de 1955. Apesar do modelo insular e da inexistência de uma política de crédito ao consumidor, o aumento do número de aparelhos em uso revelava a aceitação imediata da televisão: em 1950 esse número correspondia a 200 unidades, já em 1960, correspondia a 598 mil unidades, um crescimento de quase 3.000 vezes, transformando-se em um bem de consumo doméstico.

Além do surgimento da televisão, o primitivo estágio da industrialização foi outra razão para o declínio dos estúdios. O setor cinematográfico, ao abarcar apenas a produção, não construiu uma base industrial consistente, e tanto sob a égide do governo de Getúlio Vargas, como do governo de Juscelino Kubitschek, o cinema não ultrapassou os âmbitos educacionais e culturais para adentrar na seara econômica e industrial. Frente às forças políticas e econômicas norte-americanas, o foco somente nesse elo da cadeia produtiva, garantiu uma posição confortável em relação aos Estados Unidos. Essa postura ensejou críticas de Nelson Pereira dos Santos, Carlos Ortiz, Alex Vianny, entre outros cineastas, assentadas na necessidade da busca de uma produção ancorada em uma ideologia *nacional-popular*. Para eles, por meio de temáticas e linguagens nacionais, atingir-se-ia a “verdadeira indústria” do cinema, livre das amarras do imperialismo norte-americano (BUTCHER, 2006). Em meados dos anos 1950, emergiram reivindicações para alinhar os rumos econômico-sociais do país com as aspirações do setor cinematográfico. Nesse sentido, a industrialização

foi repensada e, com a realização dos Congressos de Cinema (1952 e 1953), novas ideias, propostas e medidas foram esboçadas para o cinema nacional. No campo cinematográfico, a industrialização era almejada a partir de diferentes vertentes, orientadas por ópticas culturais distintas. Uma dessas vertentes era voltada ao *nacionalismo*, pautada pelo binômio *desalienação/libertação* nacional e a favor de uma industrialização cinematográfica que marcasse uma posição contrária aos monopólios do mercado; a outra vertente adotava uma postura *universalista-cosmopolita*, submetendo o nacional a valores entendidos como universais, e a favor de uma industrialização que aceitasse o capital internacional no campo cinematográfico. De um lado, uma perspectiva mais *nacionalista*, ligada ao desenvolvimentismo e, de outro, uma perspectiva mais *industrialista-universalista*, ligada ao ideário do governo de Juscelino Kubitschek (ORTIZ RAMOS, 1983).

Como desdobramento dos debates ocorridos nos Congressos de Cinema, surgiu a Comissão Federal de Cinema (CFC), em 1956. *A posteriori*, essa comissão foi transformada no Grupo de Estudos da Indústria Cinematográfica (GEIC). Esse grupo, dotado de força executiva, autonomia e poder decisório, vinculado ao Ministério da Educação (MEC), figurou como órgão centralizador da política cinematográfica. Não obstante a realização de estudos e avaliações, as medidas adotadas pelo GEIC, como a alteração da lei de obrigatoriedade de exibição de filmes nacionais, entre outras, não alteraram a condição da cinematografia no país. No rol de investimentos estatais, o campo cinematográfico, atravessado por interesses estrangeiros e com ínfimos resultados em termos industriais, não ocupava as primeiras posições. Para a ocupação de um espaço mais significativo no aparelho estatal, em 1961 foi criado o Grupo Executivo da Indústria Cinematográfica (GEICINE), vinculado, primeiramente, à Presidência da República e, a partir de 1963, ao Ministério da Indústria e Comércio. Esse grupo representou uma continuidade da linha *industrialista*, com ações mais abrangentes do que as da CFC e do GEIC. Algumas medidas foram adotadas pelo GEICINE para a criação de uma legislação para o campo cinematográfico, sendo ainda assim impotentes para romper com a tênue estrutura do cinema brasileiro.<sup>9</sup> Apesar da parca produção fílmica desse período, reflexo das medidas fragmentadas destinadas ao campo cinematográfico, as significativas perspectivas culturais delineadas nesse ínterim se estenderam aos anos seguintes com o advento do Cinema Novo.

---

<sup>9</sup> Na esteira do GEICINE, surgiu outro órgão, a Comissão de Auxílio à Indústria Cinematográfica (CAIC), criada em 1963, pelo governo de Carlos Lacerda. O decreto que criou a CAIC levava ao campo cinematográfico impedimentos e diretrizes que norteavam legalmente o país. A despeito do viés industrial das propostas, o GEIC, o GEICINE e a CAIC, não lograram êxito quanto ao efetivo apoio do Estado para o cinema.

## 1.2 O cinema novo e os revolucionários românticos: crítica e denúncia

A busca da identidade nacional e política pautava os debates dos meios intelectuais e artísticos brasileiros ao longo dos anos 1960 e início dos anos 1970. “Ideias de povo, de libertação e de identidade [...], mescladas com influências de esquerda”, perpassavam as lutas políticas e culturais do período em comento (RIDENTI, 2000, p. 25). Nesse período de matizes revolucionários, intelectuais e artistas acenavam para a possibilidade de profundas transformações na sociedade brasileira, ancoradas em uma modernização alternativa àquela proposta pelo capitalismo norte-americano, assim como àquela impelida pela ditadura militar no país. Escritores, cineastas, e outros artistas ligados ao Partido Comunista Brasileiro (PCB), valiam-se da arte para atuar no espaço público e na política e, por meio dela, fomentar a crítica e a denúncia da realidade social. O Cinema Novo, o Teatro Oficina e o Teatro de Arena, as canções engajadas de Carlos Lyra e de Geraldo Vandré, os Centros Populares de Cultura (CPCs) da União Nacional de Estudantes (UNE), entre outras, eram algumas das manifestações que, mediante uma incursão no passado, resgatavam raízes populares nacionais para a construção do futuro.

Para a construção do *homem novo*, ou do “futuro de uma revolução nacional modernizante”, o olhar era direcionado para o homem do povo. Em palavras outras, o olhar era direcionado para aquele homem identificado como autêntico representante do povo brasileiro pelo suposto distanciamento da modernidade urbana capitalista, a saber, o homem com raízes rurais. Nas palavras de Marcelo Ridenti, tratava-se de uma alternativa de modernização da sociedade brasileira através de um olhar *romântico-revolucionário*, sem implicações em “desumanização, consumismo, império do fetichismo da mercadoria e do dinheiro” (2000, p. 25). Em obras como *Em busca do povo brasileiro* (2000), *Brasilidade revolucionária* (2010), e outras similares, o autor acompanha os delineamentos teóricos de Raymond Williams ao falar na composição de uma *estrutura de sentimento* do que ele denomina de *brasilidade romântico-revolucionária*. Essa *estrutura de sentimento*, construída e compartilhada pelos meios artísticos e culturais desde meados dos anos 1940, e pronunciada a partir dos anos 1960, remetia a uma “aposta nas possibilidades da revolução brasileira, nacional-democrática ou socialista”, para “realizar as potencialidades de um povo e de uma nação” (RIDENTI, 2010, p. 9-10).

Nesse sentido, essa *estrutura de sentimento*, que abarca significados e valores tal como sentidos e vividos, apontava para o encadeamento de uma *identidade nacional* com um projeto de revolução brasileira. Ideias e sentimentos partilhados por artistas e intelectuais convergiam para a necessidade de mostrar o Brasil para si mesmo e, no momento em questão, por meio de um repertório estético e político, tanto teórico, advindo “do amadurecimento e da legitimação das teorias filosóficas e políticas, como o materialismo histórico”, quanto prático, advindo “do desenvolvimento de tecnologias de síntese, como o cinema” (ALVES, 2011, p. 64). Depreende-se que ao indicar o *romantismo revolucionário* como uma forma de crítica à modernidade, Marcelo Ridenti faz referência à definição de *romantismo* elaborada pelo sociólogo Michel Löwy e pelo crítico literário Robert Sayre. A partir do estudo sobre o funcionamento da política e da cultura das esquerdas brasileiras nos anos 1960 e seguintes, esses autores registram que o *romantismo* é uma concepção ampla, é uma resposta à transformação de ordem econômica e social, que é o surgimento do capitalismo. Nessa direção, “o romantismo é, por essência, uma reação contra o modo de vida da sociedade capitalista [...] representa uma crítica da modernidade, isto é, da civilização moderna, em nome dos valores e ideais do passado (pré-capitalista, pré-moderno)” (LÖWY & SAYRE, *apud* RIDENTI, 2000, p. 26).

Com influência do Neo-realismo italiano e da *Nouvelle Vague* francesa, o Cinema Novo ocupava “a linha de frente da reflexão sobre a realidade brasileira, na busca de uma identidade nacional autêntica do cinema e do homem brasileiro” (RIDENTI, 2000, p. 89). A importância desse movimento residia não apenas no delineamento de um novo percurso para o cinema brasileiro, mas também no delineamento de uma nova definição do papel social desse meio, qual seja, um modo de intervenção artística e cultural na conjuntura histórico-social do Brasil. De acordo com Ismail Xavier (1985, p. 14), no Cinema Novo “atualidade era realidade brasileira”; “vida era engajamento ideológico”; “criação era busca por uma linguagem adequada às condições precárias e capaz de exprimir uma visão ‘desalienadora’, crítica, da experiência social”. Glauber Rocha, Nelson Pereira dos Santos, Cacá Diegues, Leon Hirszman, Joaquim Pedro de Andrade, Ruy Guerra, Zelito Viana, Walter Lima Jr., Gustavo Dahl, Luiz Carlos Barreto, David Neves, Eduardo Coutinho, Rogério Sganzerla, Paulo César Saraceni, foram alguns dos integrantes do movimento cinemanovista.

Eficiente na escolha de um “modo de produção” factível e lúcida em suas opções estéticas, a nova geração desenhou o projeto político de uma cultura audiovisual

crítica e conscientizadora quando o nacional-populismo parecia ainda uma alternativa viável para conduzir as reformas de estrutura do país apoiado pela militância sindical e pelos partidos de esquerda. Neste momento, falou a voz do intelectual militante mais do que a do profissional de cinema – foi o momento de questionar o mito da técnica e da burocracia da produção em nome da liberdade de criação e do mergulho na atualidade. Ideário que se traduziu na “estética da fome”, em que a escassez de recursos se transformou em força expressiva e o cinema encontrou a linguagem capaz de elaborar com força dramática os seus temas sociais, injetando a categoria do nacional no ideário do cinema moderno. [...] O debate estético evidenciava um esforço de sintonia do cinema com o contemporâneo, trazendo, ao mesmo tempo, uma articulação muito específica com a “questão nacional”, traduzida em recapitulações históricas, inventários do presente, discussões sobre identidade cultural, diálogos com a tradição literária e a música popular (XAVIER, 2001, p. 27).

Para Glauber Rocha (2003) e Alex Vianny (1999), traços que assinalavam as produções do Cinema Novo já eram encontrados em momentos anteriores aos anos 1960. Humberto Mauro, ao produzir filmes como *Ganga Bruta* (1933), já incorporava elementos norteadores destas produções posteriores. Grande simplicidade e forte sentido do homem e da paisagem eram alguns destes elementos, imbuídos de realismo e romantismo, legados da literatura nordestina dos anos 1930, sobretudo de Graciliano Ramos e de Jorge Amado. Conforme Glauber Rocha, Humberto Mauro obtinha “o quadro real do Brasil”, e nesse quadro não escondia “a violência da miséria” (2003, p. 53). Produções independentes e de baixo custo; contato direto com a realidade; adoção de temas nacionais; filmes de autoria e de livre montagem, não submetidos às narrativas comerciais, foram outros fios condutores do Cinema Novo. Após a realização de *Ganga Bruta*, o cinema nacional seguiu rumos opostos aos propostos por Humberto Mauro, como corroboram os filmes produzidos pela Vera Cruz, voltados ao modelo comercial hollywoodiano. No entanto, Alex Vianny, ao produzir *Agulha no palheiro* (1953), não só reinseriu traços dos filmes de Humberto Mauro, como também inaugurou um viés neo-realista na cinematografia do país.

No final dos anos 1950, a imbricação entre cultura e política conduzia os “jovens engajados das classes médias a militar no cinema, no teatro ou em qualquer outra arte” (RIDENTI, 2000, p. 92). No cinema, o êxito auferido pelo neo-realismo italiano, com filmes como *Roma, Città Aperta* (1944-45), de Roberto Rossellini, *Ladri di Biciclette* (1948), de Vittorio De Sica, *La Terra Trema* (1948), de Luchino Visconti, entre outros, foi uma das principais fontes de inspiração para os cineastas dessa geração. Ao levar para as telas filmes sem atores profissionais e com cenários reais, e exibir “as chagas e os dramas sociais de uma Europa devastada economicamente no pós-guerra”, o movimento italiano mostrava a possibilidade de realização cinematográfica em um contexto de agruras sociais e políticas. Na ambiência da Itália destruída pela Segunda Guerra Mundial, as premissas humanistas dos

diretores merecem realce, “apesar das dificuldades de produção e precariedade técnica, conseguiram retratar com grande dose de realismo as duras condições de vida das classes subalternas italianas, produzindo filmes plenos de significação social, política e cultural” (LEITE, 2005, p. 93). No contexto brasileiro, a revolução das produções italianas incentivou a revolução das produções nacionais, com a projeção de uma visão crítica da realidade social do país nas telas.

Nessa conjuntura, demarcada pelo amálgama dos processos estético-cultural e político-social, a crítica e a produção cinematográficas estavam alinhadas com uma tomada de *consciência nacional* político-cultural do cinema brasileiro. É possível falar em uma reinvenção do cinema, em uma redefinição desse meio nos meandros da cultura brasileira. Com enfoque na “desalienação” do público e na “libertação nacional”, os primeiros anos do Cinema Novo foram orientados pelo *nacionalismo*. Nas palavras de José Mário Ortiz Ramos, em *Cinema, Estado e lutas culturais* (1983), nesse período, sob a forte influência do CPC, o desenvolvimento de uma “arte popular revolucionária” estava relacionado com a ação de “militantes da cultura popular” ou de “artistas revolucionários”, assim como com a finalidade de “intensificar em cada indivíduo a sua consciência de pertencimento nacional”. Conforme o autor, considerando a ênfase atribuída às possibilidades “desalienadoras” da cultura brasileira no início dos anos 1960, os conceitos de *alienação* e *nacionalismo* se entrelaçavam e formavam o tecido que sustentava a produção cultural da época (ORTIZ RAMOS, 1983, p. 41-42; 75). *Vidas Secas* (1962), de Nelson Pereira dos Santos; *Porto das Caixas* (1962), de Paulo César Saraceni; e *Os Fuzis* (1963), de Ruy Guerra, foram alguns filmes dessa fase.

Nos anos 1960, duas vertentes com ideologias distintas demarcavam o campo cinematográfico brasileiro. Uma delas, a *universalista/industrialista*, considerava que o cinema deveria ser produto da iniciativa privada, e a participação do Estado deveria restringir-se à proteção para o seu desenvolvimento. Comprometida com a industrialização do cinema, essa vertente era a favor da associação ao capital estrangeiro. Almejava a passagem de um “cinema ‘subdesenvolvido’ para um cinema nos moldes dos países desenvolvidos, tendo como base o clima de modernização capitalista que o país vivenciava na época” (BAHIA, 2012, p. 38). A outra vertente, a *nacionalista/culturalista*, considerava que o cinema deveria ser de autoria, e defendia objetivos culturais claros. Ortiz Ramos (2004) situa o Cinema Novo nesse polo, em contraposição ao polo *universalista/industrialista* ocupado pelo GEICINE. “No Cinema Novo, uma preocupação marcante seria a utilização de elementos da cultura

popular como ponte para atingir o povo: a ideia é que se faça um cinema popular (que se dirija ao povo) com a matéria-prima popular (que vem do povo) (GALVÃO; BERNARDET, 1983, p. 139). O direcionamento do olhar para o povo tinha como fim estimular a *conscientização nacional*, por meio do conteúdo e linguagem nacionais. Para essa vertente, a associação ao capital estrangeiro deveria ser combatida, pois a sujeição a padrões capitalistas aprofundava a dependência do cinema brasileiro em relação às cinematografias estrangeiras mais desenvolvidas.

O movimento cinemanovista, com Glauber Rocha à frente, propunha um afastamento da cinematografia orientada por perspectivas industrialistas. Ao insurgir-se contra as propostas defendidas pelo GEICINE, o Cinema Novo apresentava um novo modelo de fazer|conceber o cinema: rejeitava padrões capitalistas – colocava-se no mercado, mas procurava ser sua negação e seu questionamento; assumia uma posição transformadora – produzia filmes que contribuíssem para mudar não só as concepções de cinema nacional, mas as concepções da própria cultura brasileira; e tecia suas próprias narrativas estéticas – assumia a condição de subdesenvolvimento, e construía uma narrativa distinta daquela edificada por Hollywood, libertando o filme nacional “das amarras, das imposturas e das artificialidades do cinema norte-americano” (LEITE, 2005, p. 96). Em suma, tratava-se de uma oposição: se à Hollywood competia o cinema industrial, ao cinema brasileiro competia o cinema de autoria (BUTCHER, 2006, p. 34). “Se o cinema comercial era a tradição, o cinema de autor era a revolução” (ROCHA, 2003, p. 36; 105).

O filme *Rio, 40 graus* (1955), de Nelson Pereira dos Santos, já condensava as diversas propostas de renovação do cinema nacional e apresentava uma nova perspectiva para o cinema brasileiro. Com ideias claras, linguagem simples e sem uma preocupação com aspectos formais, o filme mostrava a realidade da grande metrópole: o autor estava definido na *mise-en-scène* (ROCHA, 2003). Na senda de legitimação de um cinema autoral, a *Nouvelle Vague* foi outro movimento cinematográfico que inspirou o Cinema Novo brasileiro. Liderado por jovens diretores e ex-críticos da Revista *Cahiers du Cinéma*, o movimento francês contava com nomes como Jean-Luc Godard, François Truffaut, Claude Chabrol, Eric Rohmer, Alain Resnais e Jacques Rivette. Um dos principais postulados desse movimento foi a “política de autores”, de modo preciso, a inserção do diretor de cinema como autor do filme, a colocação do autor na *mise-en-scène*. Um cinema inovador, criativo e com baixos orçamentos despertou o interesse de jovens brasileiros interessados em “transformar o cinema em um

instrumento para mudar a realidade de um país marcado pela miséria e pelas desigualdades sociais” (LEITE, 2005, p. 97).

*Cinco Vezes Favela* (1962) é outro filme que requer menção. Os retratos humanos e a geografia das favelas cariocas ocupavam as telas de um dos marcos inaugurais do Cinema Novo. Ao versar sobre contrastes sociais e culturais, o filme colocava em evidência a abordagem do binômio *alienação/conscientização*, contraponto em voga no cinema nacional à época. Como registra Ortiz Ramos (1983), as pretensões do Instituto Superior de Estudos Brasileiros (ISEB), referentes à organização da cultura como um espaço de transformação, atravessaram a cinematografia do início dos anos 1960. Na mesma direção, Renato Ortiz (1994) afirma que é possível considerar o referido instituto uma das matrizes do pensamento que norteou a discussão cultural no Brasil nesse período, bem como é possível atribuir à *intelligentsia* do ISEB a introdução de conceitos como *cultura alienada*, *colonialismo cultural* e *autenticidade cultural* nos debates culturais. As propostas estéticas e políticas do Cinema Novo, voltadas para a tomada da *consciência nacional*, capaz de engendrar a libertação do país do *colonialismo cultural* imposto pelas *indústrias culturais* norte-americanas, seguiam as delineações forjadas pelo ISEB, sobretudo no tocante às categorias de *cultura popular* e *identidade nacional*.

*Deus e o Diabo na Terra do Sol* (1963), de Glauber Rocha, é outro filme digno de relevo. Com grande reconhecimento, especialmente da crítica e da esquerda, o filme apontava para “uma investigação mais profunda do universo cultural brasileiro, e incorporava o influxo estético externo criativamente, atingindo um perfeito equilíbrio entre projeto estético e político” (ORTIZ RAMOS, 1983, p. 43). Referência para a cinematografia, o filme carregava ideias caras a Glauber Rocha e ao Cinema Novo, como, por exemplo, cinema como veículo de pensamentos; misérias antes escritas pela literatura de 30, agora fotografadas pelo cinema de 60; compromisso com a verdade; incorporação da condição autoral; entre outras. Com o mote “uma câmera na mão e uma ideia na cabeça”, Glauber Rocha imputava ao Cinema Novo “um projeto que se realizava na política da fome, e sofria, por isso mesmo, todas as fraquezas consequentes de sua existência” (ROCHA, 2004, p. 67). Essa ideia fazia parte da *Estética da Fome* – ou *Estétyka da Fome* (conforme a grafia proposta pelo cineasta), um texto-manifesto originalmente escrito em 1965. De acordo com o manifesto, Glauber Rocha propunha uma reversão da fraqueza em força, e temas e metáforas da fome ganhavam outros contornos, não-paternalistas. Tratava-se da construção de uma “cultura da fome”, da constituição de uma

estética da violência para a compreensão desta fome dentro e/ou fora da América Latina. Em consonância com Ismail Xavier (2007, p. 13):

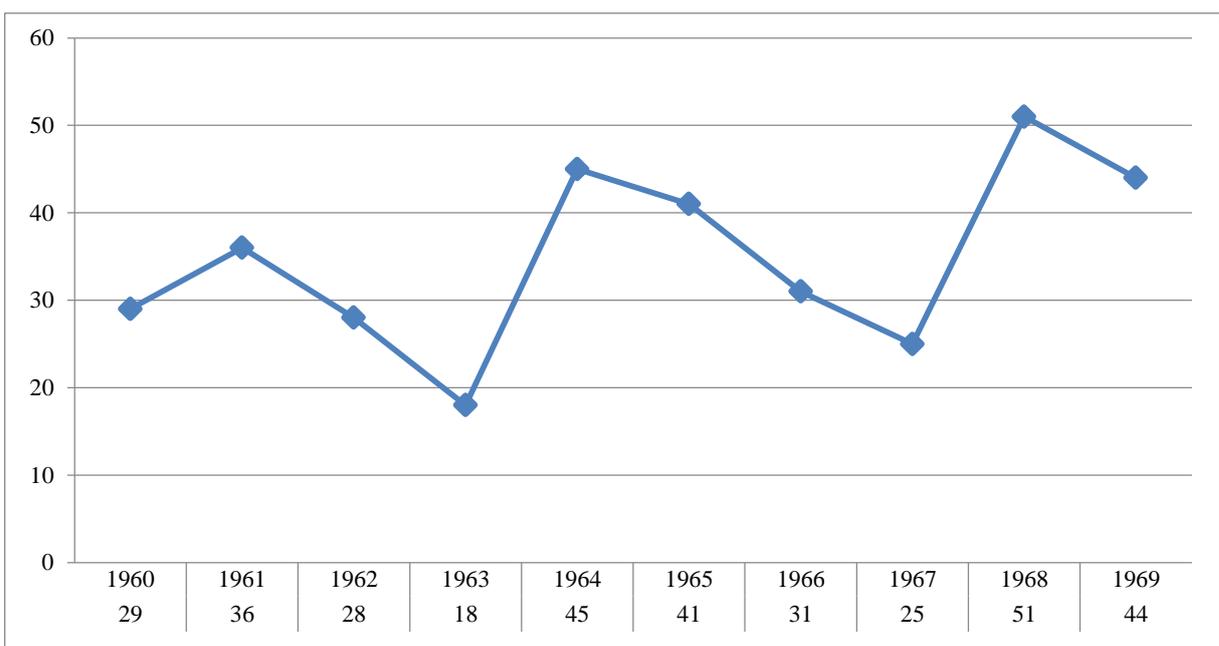
Da fome. A estética. A preposição “da”, ao contrário da preposição “sobre”, marca a diferença: a fome não se define como tema, objeto do qual se fala. Ela se instala na própria forma do dizer, na própria textura das obras. Abordar o cinema novo do início dos anos 60 é trabalhar essa metáfora que permite nomear um estilo de fazer cinema. Um estilo que procura redefinir a relação do cineasta brasileiro com a carência de recursos, invertendo posições diante das exigências materiais e as convenções de linguagem próprias do modelo industrial dominante. A carência deixa de ser obstáculo e passa a ser assumida como fator constituinte da obra, elemento que informa a sua estrutura e do qual se extrai a força da expressão, num estratagema capaz de evitar a simples constatação “somos subdesenvolvidos” ou o mascaramento promovido pela imitação do modelo imposto que, ao avesso, diz de novo “somos subdesenvolvidos”. A estética da fome faz da fraqueza a sua força, transforma em lance de linguagem o que até então é dado técnico. Coloca em suspenso a escala de valores dada, interroga, questiona a realidade do subdesenvolvimento a partir de sua própria prática.

A partir de meados dos anos 1960, um novo direcionamento para o cinema foi ideado. No governo de Juscelino Kubitschek e nos anos anteriores ao Golpe de 1964, o trânsito do Estado pelo campo cultural, e por extensão pelo campo cinematográfico, foi ínfimo. Sob o regime de Castelo Branco, uma nova configuração estatal foi urdida e uma nova relação entre Estado e cultura foi estabelecida. Nesse diapasão, o cinema foi inserido em uma política cultural que ensejou a criação de um novo órgão, o Instituto Nacional de Cinema (INC). Esta autarquia federal, instituída por intermédio do Decreto-Lei 43, de 18 de novembro de 1966, vinculada ao MEC, seguia os moldes desenvolvimentistas do governo e acompanhava os parâmetros gerais traçados pela ditadura. A partir de resoluções, o INC regulava o desenvolvimento do cinema brasileiro, com destaque para a “retenção do imposto de remessa”, fixada com a alteração da Lei 4.131, de 03 de setembro de 1962 – Lei da Remessa. “Marginalização do Cinema Novo, maior força ao segmento que prega um ‘cinema universal’ e decisão do Estado de administrar e intervir na questão cultural são fatores que se entrelaçam na origem do INC” (ORTIZ RAMOS, 1983, p. 59). Falta de participação dos cineastas cinemanovistas na elaboração do projeto do instituto, dirigismo estatal, e abertura da produção ao capital estrangeiro foram algumas contestações dos integrantes do Cinema Novo. Propostas de um cinema de cunho industrial, sem ir de encontro aos interesses estrangeiros, atendiam às perspectivas do novo regime, e colocavam à frente do INC o grupo *universalista*. Ao mesmo tempo, essas propostas afastavam do poder o polo *nacionalista*, no qual estava situado o Cinema Novo. Para o grupo *universalista*, o Estado era considerado um mediador de uma atividade privada, e ao adotar uma política liberal, buscava atrair capital estrangeiro; já para o grupo *nacionalista*, havia uma oscilação pautada pelas “diferenciações políticas do

desenvolvimentismo, nacional-populismo e golpe de 64”, que iam desde a avocação do Estado e da burguesia para a idealização de um cinema independente, até a avocação do Estado para a aderência às propostas nacionalistas (ORTIZ RAMOS, 1983, 56).

Ortiz Ramos destaca que após o Golpe de 1964 houve uma crença do Cinema Novo em uma neutralidade estatal. A proposta de um cinema independente estava concatenada à ideia de um cinema de alcances industriais, mas de baixo orçamento e de teor mais cultural do que comercial, com amparo estatal por meio de incentivos, mas com ampla liberdade. Por opção ideológica, o Cinema Novo funcionou à margem da industrialização da produção e distribuição. Para os cinemanovistas, filmes concebidos segundo os paradigmas da *indústria cultural* não eram capazes de levar às telas, tanto do ponto de vista político quanto estético, projetos revolucionários ou, em outras palavras, realizar uma incursão nas contradições sociais e políticas do país. “Apesar de não ter avançado um milímetro sequer na criação de uma indústria cinematográfica, o balanço das contribuições do Cinema Novo para a sétima arte no Brasil é altamente favorável” (ORTIZ RAMOS, 1983, p. 103-104). Como se vê no gráfico abaixo, o Cinema Novo pouco alterou a situação do mercado de cinema, no entanto, do ponto de vista artístico, estético e narrativo, contribuiu significativamente para a cinematografia nacional, inclusive com projeção internacional como nunca antes fora alcançada pelos filmes brasileiros.

**Gráfico 1. Lançamento de Filmes Nacionais: 1960 – 1969**



Fonte: ORTIZ RAMOS, 1983.

Os anos finais da década de 60 foram marcados por uma profunda autocrítica dos meios intelectuais e artísticos. O distanciamento entre a linguagem cinematográfica das produções cinemanovistas e os espectadores brasileiros conduziu os cineastas a uma reorientação na filmografia. Apesar do “reconhecimento inédito para o cinema brasileiro, consagrado nos festivais de Veneza e Cannes”, o Cinema Novo “carecia de uma penetração maior no público mais amplo da classe média no Brasil, embora agradasse a plateias estudantis e intelectualizadas” (NAPOLITANO, 2006, p. 96-97). Na mesma direção, a passagem definitiva do filme preto e branco para o colorido, um substancial aumento dos custos de produção, bem como o próprio processo de desenvolvimento capitalista dependente do país e a conseqüente mudança no perfil da *indústria cultural*, “forçavam o cinema brasileiro, e com reflexos mais agudos o Cinema Novo, a uma reorientação no sentido de preocuparem-se cada vez mais com a repercussão dos filmes junto ao público”. Ao Cinema Novo restou “agir dentro do espaço aberto pelo INC, e neste sentido, *Macunaíma*, *Os Herdeiros* e *Como era gostoso o meu Francês*, eram as suas possibilidades-limite” (RIDENTI, 2005, p. 63).

O declínio do movimento cinemanovista foi acentuado após o decreto do Ato Institucional n.º 5 (AI-5), restando instituída uma rígida censura sobre o cinema nacional. Nesse momento emergiu um novo movimento, o Cinema Marginal. Se o Cinema Novo foi orientado pelo binômio *nacional-popular*, o Cinema Marginal foi inspirado pela antropofagia, pela proposta do movimento modernista, liderada por Oswald de Andrade. As películas produzidas por esse movimento não despertaram o interesse dos produtores, distribuidores e exibidores, e foram exibidas em salas e circuitos alternativos. O Cinema Marginal abriu portas para outra experiência, o Cinema da Boca do Lixo, mais especificamente, para a produção das comédias eróticas – as “porno-chanchadas”, que apesar do preconceito da crítica e da perseguição da censura, levou o público brasileiro de volta aos cinemas para assistir filme nacional. É nesse período que houve a consolidação da televisão no país, assentada em uma organização industrial, com trânsito entre o público e o privado, diferentemente da trajetória do cinema, assentada, cada vez mais, no apoio estatal.

### 1.3 EMBRAFILME: cinema e televisão

Sob a égide do Ato Institucional n.º 5 (AI-5), de 13 de dezembro de 1968, decreto que marcou o início do período mais repressivo do regime militar no Brasil (1964-1985), foi instituída uma importante agência para o desenvolvimento do cinema nacional: a Empresa Brasileira de Filmes S/A (EMBRAFILME). Ao fim dos anos 1960, Arthur da Costa e Silva deixou a presidência do país, e o poder foi conferido a uma Junta formada por três ministros militares – do Exército, da Marinha, e da Aeronáutica. A Junta em comento promulgou o Decreto-Lei 862, de 12 de setembro de 1969, que autorizou a criação da EMBRAFILME, empresa de economia mista, com capital social subscrito pela União e por outras entidades de direito público e privado, fundado em verbas recolhidas para o cinema brasileiro, advindas do imposto de renda devido sobre a remessa de lucros das companhias internacionais, e outras fontes. Nesse contexto, pautado pela “articulação entre as consequências da modernização, como o crescimento da indústria cultural, e uma rígida repressão e censura” (ORTIZ RAMOS, 1983, p. 89), uma nova forma de ação estatal foi estabelecida no campo cinematográfico.

Considerando que a trajetória da EMBRAFILME foi marcada por distintas fases, delineadas por articulações políticas, econômicas e cinematográficas, na primeira delas (1969 a 1974), a promoção e a distribuição de filmes nacionais no mercado externo, em cooperação com o INC, foram as atividades fins da empresa. A criação de um órgão voltado apenas ao mercado externo, sem atuação no mercado nacional, assim como o desenvolvimento de tal projeto, sem a participação e/ou consulta de vários segmentos do cinema nacional (produtores, distribuidores, exibidores), causou a insurgência de artistas e intelectuais. Com a concessão dos primeiros financiamentos, na forma de empréstimos bancários, as críticas à EMBRAFILME foram atenuadas. Na gestão de Ricardo Cravo Albin, compreendida entre os anos 1970 e 1971, 30 projetos fílmicos foram financiados pela agência. Da tutela do INC, à época um órgão meramente burocrático, o programa de financiamento de filmes brasileiros passou para a tutela da EMBRAFILME, restando ampliado o poder de atuação e de intervenção da empresa.

Para tratar de questões pertinentes à cinematografia nacional, em 1972 foi realizado o I Congresso da Indústria Cinematográfica (CICB). Um dos resultados desse congresso foi o

lançamento de uma plataforma política, esboçada no Projeto Brasileiro do Cinema (PBC), com os cineastas Luiz Carlos Barreto e Roberto Farias à frente. Essa plataforma apontava para algumas mudanças no setor cinematográfico, como a produção e a distribuição de filmes brasileiros no mercado interno, a ação no mercado externo por meio de consórcio de exportação, e a co-produção (AMANCIO, 2011). Diante do “crescimento dos meios de comunicação, e da necessidade de expansão do mercado e produção cinematográficos” (ORTIZ RAMOS, p. 91), no governo de Jarbas Passarinho, novas diretrizes culturais foram traçadas, e novos contornos foram conferidos às antigas proposições *nacionalistas*. Essas proposições, endereçadas ao campo cultural, foram empregadas pelo Estado que, simultaneamente, prosseguiu com a política de internacionalização da economia. É possível falar em um encadeamento estatal com capitais nacional e internacional, e em uma redefinição da questão cultural mediante o resgate do *nacionalismo*.

Com seis anos de vigência do Estado ditatorial, reivindicações e bandeiras nacionalistas, nos moldes dos anos 60, perdiam sua força e significação. Em contrapartida, o Estado através da atuação do Ministro Jarbas Passarinho, começa a se colocar de forma inovadora diante da questão cultural, e a conferir importância relevante ao cinema. Constatamos, a partir de suas declarações, a apropriação de antigas proposições nacionalistas para o campo cultural, as quais eram agora articuladas pelo representante de um Estado que, concomitantemente, dava continuidade à política de internacionalização da economia. (...) O Estado tinha no cinema um terreno onde poderia propagar a criação de uma indústria nacional e ainda articular isto como uma proposta que bradava contra a “alienação cultural”. (ORTIZ RAMOS, 1983, p. 91-93).

A partir dessa perspectiva, a construção de uma indústria nacional de cinema, anteriormente reivindicada pelos integrantes do Cinema Novo, foi vislumbrada por Jarbas Passarinho. Com a reformulação da questão cultural, uma nova política estatal para a cultura e, por extensão, para o cinema, foi forjada. Nessa direção, o Estado assumiu o “papel de organizador da cultura” (ORTIZ RAMOS, 1983, p. 109); houve uma reestruturação administrativa do cinema brasileiro, com a transformação dos órgãos estatais encarregados de realizar uma política cinematográfica. Entre essas transformações, destacam-se a criação do Conselho Nacional de Cinema (CONCINE), com funções protecionistas e reguladoras, e a fusão do INC com a EMBRAFILME, com funções operacionais. A reorganização desse campo, com a adoção de um discurso *nacionalista* fundado na conquista de mercado para o filme nacional, ensejou a confluência política entre os interesses dos cineastas e do Estado. Com a abertura política iniciada pelo Presidente Ernesto Geisel, e com as novas competências da EMBRAFILME, houve uma convergência dos interesses propagados pelo Cinema Novo com a atuação cultural estatal. Na segunda fase da EMBRAFILME (1974-1985), sob a gestão

de Roberto Farias até os anos 1979, de coadjuvante, os cinemanovistas passaram a ocupar o papel principal.

Nessa nova fase, a EMBRAFILME passou a ser “uma área de poder do grupo ‘nacionalista’, associado ao Cinema Novo” (AMANCIO, 2011, p. 42). O fio condutor da referida gestão, a saber, o viés *nacionalista-desenvolvimentista*, aproximou cinemanovistas e instituições estatais, todavia, essa aproximação não passou pelo plano ideológico, mas sim pela construção de um projeto de cultura brasileira. Tratava-se de uma articulação estatal, com fins de integração nacional e regulação da ordem pública, entre uma produção de cunho comercial (comédia erótica), e outra de cunho cultural (filme histórico ou literário), com ênfase comercial-industrial. Nos termos da Lei 6.281, de 9 de dezembro de 1975, os recursos destinados ao INC foram transferidos para a EMBRAFILME, assim como grande parte das atribuições do instituto foi delegada à empresa. Para além da produção, a ação da EMBRAFILME foi estendida para a co-produção, para a distribuição e para a exibição filmográficas. Com as novas atribuições, “cinema é risco” tornou-se o mote da política da empresa. Ao assumir os riscos dos investimentos nos projetos, e a responsabilidade de comercialização dos filmes, a gerência administrativa do produto fílmico, até então delegada aos setores privados, passava à competência da EMBRAFILME (AMANCIO, 2011).

Ainda, quanto às perspectivas político-administrativas, o sistema de avaliação adotado a partir da “qualidade global do projeto” para a realização de co-produção imputou um novo perfil para a agência de fomento, com possibilidades de investimentos em até 30% do orçamento, o qual não poderia exceder a 2.200 salários mínimos vigentes à época, bem como direito à distribuição para o cinema e para a televisão. O “momento de ouro da EMBRAFILME”, resultado de uma “política centralizadora que combinava formas de financiamento variadas para a produção e a aproximação com o circuito exibidor através da política de distribuição” (BAHIA, 2012, p. 51), foi marcado pela reverberação do cinema brasileiro; fatores como o aumento da legislação protecionista, a exemplo da cota de tela e da fixação da “Lei da Dobra”, a maior fiscalização da distribuição e da exibição e os elevados investimentos despendidos pelo Estado colaboraram com tal desempenho. Em números, cabe expor a evolução da reserva de mercado para os filmes de longa-metragem nacionais. No período anterior à EMBRAFILME, a obrigatoriedade de exibição fílmica era de 56 dias por ano, já em 1974, houve um aumento de 50%, passando a 84 dias por ano e, entre 1974 e 1979, houve um aumento de quase 70%, passando de 84 dias para 140 dias no último ano.

**Tabela 1. Reserva de Mercado para Longa-Metragem Nacional: 1939-1979**

Ano	Obrigatoriedade
1939	1 filme por ano
1946	3 filmes por ano
1951	1 filme nacional para cada 8 estrangeiros
1959	42 dias por ano
1963	56 dias por ano
1970	84 dias por ano
1971	98 dias por ano
1971	84 dias por ano
1974	84 dias
1975	98 dias (até 1/7)
1976	112 dias
1977	112 dias
1978	133 dias
1979	140 dias

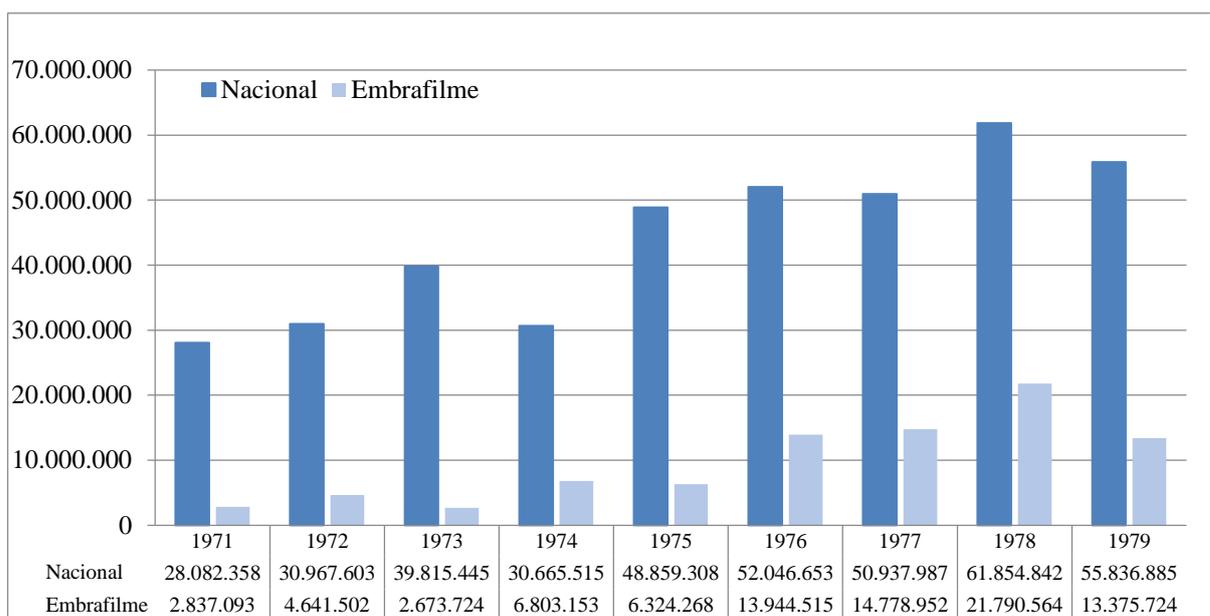
Fonte: AMANCIO, 2011.

Para responder às demandas do setor industrial, foram criadas a Superintendência Comercial (SUCOM) e a Superintendência de Produção (SUPROD); para as demandas do setor cultural, foi criada a Diretoria de Operações Não Comerciais (DONAC). A distribuição comercial de filmes ficou a cargo da SUCOM, com o cineasta Gustavo Dahl à frente. Com a criação desse departamento, houve uma consolidação da distribuição dentro da EMBRAFILME, reflexo do novo enfoque político com estímulos não somente para a produção, mas também para a ocupação das telas dos cinemas brasileiros com filmes nacionais. Nesse período, houve grande participação das produções da EMBRAFILME no mercado, decorrente, sobretudo, dos novos formatos da distribuição de seus próprios filmes. Para além disso, houve um elevado número de lançamento de filmes sem o financiamento da EMBRAFILME, e um significativo aumento do público de filmes nacionais revelando, em uma conjuntura mais ampla, o crescimento da cinematografia brasileira.

**Tabela 2. Mercado de Cinema Brasileiro: 1974 – 1979**

Ano	1974	1975	1976	1977	1978	1979
Lançamento de filmes nacionais TOTAL	80	89	84	73	100	93
Lançamento de filmes nacionais EMBRAFILME	38	25	29	12	22	19
Representação da EMBRAFILME no lançamento de filmes nacionais	47,5 %	28 %	34,5 %	16,4 %	22 %	20,4 %
Público de filmes nacionais TOTAL	30.665.515	48.859.308	52.046.653	50.937.897	61.854.842	55.836.885
Público de filmes nacionais EMBRAFILME	6.803.153	6.324.268	13.944.515	14.778.952	21.790.564	13.375.724
Representação da EMBRAFILME no Público de filmes nacionais	22,2 %	12,9 %	26,8 %	29 %	35,2 %	24 %

Fonte: AMANCIO, 2011.

**Gráfico 2. Participação do Público da EMBRAFILME: 1974 – 1979**

Fonte: GATTI, 2007.

A primeira tentativa de aproximação entre cinema e televisão remete ao início dos anos 1960, com a realização da série fílmica *O Vigilante Rodoviário*, produzida por Alfredo Palácios e dirigida por Ary Fernandes, ex-integrantes da Maristela Filmes. Na tentativa de “nacionalizar” as séries americanas, e motivados pela possibilidade de reserva de mercado para filme brasileiro na televisão (o que não restou contemplado pela legislação cinematográfica), ambos elaboraram um “piloto” para posterior negociação com uma emissora de televisão. As condições precárias de realização da série revelavam “tanto a fraqueza do cinema na virada dos anos 50/60, quanto a incipiência da televisão, com sua programação ainda determinada pelas agências/patrocinadores” (ORTIZ RAMOS, 2004, p. 49). Na segunda metade dos anos 1970, reapareceu a tentativa de realização de séries por produtores independentes. Entretanto, os “pilotos” eram desenvolvidos sem considerar a “dinâmica e a especificidade da produção seriada para TV” (Idem, p. 52). A TV Globo, por meio de José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, responsável pela produção e programação da emissora, reforçou o afastamento entre cinema e televisão ao realçar a defasagem da produção cinematográfica em relação à produção eletrônica televisiva. “Ausência de estruturas e de uma legislação que regulasse ou a veiculação ou a produção das redes marcava a relação do cinema e dos ‘independentes’ com a televisão” (Idem, p. 51).

Apesar desse cenário, assinalado pelo óbice à produção para a televisão fora dos domínios das emissoras, considerando o importante espaço ocupado pela televisão no cenário brasileiro, a EMBRAFILME, acenou para uma aproximação com o meio em tela. Essa aproximação, em nível regional, se deu por meio da apresentação regular de dois programas (*Cinemateca*, voltado para assuntos de cinema, e *Coisas Nossas*, voltado para exibição de filmes de curta-metragem) na Televisão Educativa (TVE), do Rio de Janeiro e, em nível nacional, por meio do lançamento de um programa especial de “pilotos” para séries de televisão, em 1977. Essa tentativa de aproximação envolvia a realização de um “piloto” para série de televisão a ser desenvolvida posteriormente e a negociação para sua futura exibição. Tratar de temas nacionais e ampliar o mercado para o filme nacional foram os eixos norteadores desse projeto. No entanto, alguns fatores levaram à inexecução dos 22 projetos selecionados nesses moldes. A apresentação dos “pilotos” prontos, sem prévia consulta à televisão quanto aos temas; a falta de garantia quanto à veiculação; o receio da televisão quanto à pretensão de domínio da programação televisiva pelo governo militar foram alguns deles. Ainda, cumpre referir o posicionamento da TV Globo no tocante às referidas

produções. Diante do distanciamento entre as linguagens do cinema e da televisão e dos altos custos dos projetos independentes, a emissora optava pela produção dos próprios seriados. Dado os riscos desse formato, alguns produtores preferiam transformar os “pilotos” em filmes de longa-metragem. Enquanto mercados autônomos, cinema e televisão pouco se aproximaram ao longo dos anos 1970 e 1980 no Brasil,<sup>10</sup> ratificado tal afastamento pelo projeto frustrado da EMBRAFILME. Após o ápice da empresa, a terceira fase (1986-1990/1) foi marcada pelo seu declínio. Em meio a uma crise econômica e financeira, e a acusações de dirigismo e inoperância, a continuidade da EMBRAFILME perdeu a legitimidade perante o campo cinematográfico, o Estado, e a opinião pública (MARSON, 2009, p. 22).

Uma das primeiras tentativas de aproximação entre cinema e televisão via TV Globo ocorreu em 1971, por meio da realização do programa *Globo Shell Especial* (posteriormente transformado em *Globo Repórter*), sob a direção de Walter Clark, publicitário, radialista e produtor cinematográfico. Para escapar da programação “popularesca” e estabelecer um “repertório cultural” (ORTIZ RAMOS, 2004, p. 83), a TV Globo apresentava tal programa, no formato de informativo semanal, com a exibição de documentários com temáticas nacionais, produzidos pelos cineastas Eduardo Coutinho, Hermano Penna, Jorge Bodansky, Maurice Capovilla, Walter Lima Júnior, e outros. *Wilsinho da Galiléia* (1978), de João Batista de Andrade, *Theodorico, o imperador do sertão* (1978) e *Exu, uma tragédia sertaneja* (1979), ambos de Eduardo Coutinho, foram alguns documentários realizados para o programa. Conforme Eduardo Coutinho, esse trabalho era realizado para o preenchimento de espaços da grade de programação da emissora. Após a consolidação de um padrão estético na TV Globo, foi decretado o fim do modelo autoral e o fim da proposta de “mostrar um Brasil que a TV ainda não conhecia”. Com a inserção de reportagens, a adoção do modelo norte-americano fundado na centralidade da figura do repórter, e a mudança do horário do programa, das 23 horas para o horário nobre, às 21 horas, teve início o entrelaçamento estético e temático dos núcleos de jornalismo da TV Globo: o *Jornal Nacional*, o *Globo Repórter* e o *Fantástico*.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Merece destaque o desempenho dos filmes do grupo *Os Trapalhões*, produzidos sem o financiamento da EMBRAFILME. No rol das 50 maiores bilheterias do cinema nacional, o grupo apareceu em 23 filmes, perfazendo um total de 46%. Na década de 70, com a alta estrutura de produção e o desenvolvido estilo de narrativa com histórias simples, desdobramentos do programa veiculado na televisão, com temas de grande repercussão na mídia, o filme *Os Trapalhões* alcançou um público médio de 3,5 milhões de espectadores. A partir da exibição do programa de grande audiência na Rede Globo, e do estímulo da emissora, o público da televisão foi levado ao cinema.

<sup>11</sup> Disponível em <http://www.contracampo.com.br/39/tvdesconhecida.htm> Acesso em Outubro de 2013.

Outro importante movimento para a aproximação entre cinema e televisão via TV Globo foi a diversificação dos negócios. O primeiro deles foi por intermédio da música. Diante do êxito das telenovelas, e conseqüentemente do aumento da demanda das trilhas sonoras, a TV Globo percebeu a importância de produzir o próprio selo, criando, assim, a editora Sistema Globo de Gravações Audiovisuais Ltda (SIGLA) e a gravadora musical Som Livre. Já o segundo, foi por intermédio do cinema, com a participação da emissora, juntamente com a Cantagalo,<sup>12</sup> e os empresários Aloísio Ferreira de Salles e Horácio de Carvalho, na Indústria Cinematográfica Brasileira (ICB), criada para a produção e a eventual distribuição fílmica. Nesse negócio, caberia à TV Globo tão somente a cedência de espaço midiático para a divulgação de filmes, sem o financiamento direto das produções. No entanto, essa parceria não perdurou. Em 1974, em meio à negociação da produção de *Dona Flor e seus dois maridos*, Roberto Marinho retirou a participação da TV Globo. Para um dos executivos da Cantagalo – Walter Clark, essa decisão foi tomada para “não desagradar seus amigos Severiano Ribeiro (maior exibidor do Brasil) e Harry Stone (representante da *Motion Pictures Association*, associação que representa os interesses dos grandes estúdios de Hollywood fora dos Estados Unidos)”. Após, o ICB realizou mais algumas produções, mas “sem a ambição de construir no Brasil uma indústria cinematográfica tão poderosa quanto a da televisão” (CLARK *apud* BUTCHER, 2006, p. 25-26).

Discursos nacionalistas atravessaram a história dos meios de comunicação no Brasil. Apesar de valer-se desses discursos, que eram contrários aos de outros setores da economia brasileira, abertos ao capital estrangeiro, a TV Globo estabeleceu laços com o grupo norte americano *Time-Life Incorporated*. Considerando que, nos termos constitucionais, a propriedade de meios de comunicação era adstrita a brasileiros natos, em meados de 1961, para burlar as disposições legais, foi firmado um contrato de “sociedade por cotas de responsabilidade limitada”, entre Roberto Marinho e a *Time-Life*. O acordo de uma linha de assistência técnica, e outra linha de *joint-venture*,<sup>13</sup> aliado às verbas desembolsadas pelo grupo norte americano, possibilitou a finalização das estruturas e o início das transmissões da TV Globo. Contestada a legalidade do contrato por João Calmon, presidente da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (ABERT) e diretor do grupo da TV Tupi, alguns

<sup>12</sup> Empresa constituída por executivos da diretoria da Rede Globo.

<sup>13</sup> Associação de empresas, definitiva ou não, com fins lucrativos, para a exploração de negócios, sem implicação na perda da personalidade jurídica.

deputados da Aliança Renovadora Nacional (ARENA) e outros do Movimento Democrático Brasileiro (MDB), formaram uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) para averiguar a denúncia. Em um primeiro momento, o parecer final de ilegalidade contratual foi ignorado pelo Presidente Castelo Branco; reaberto o inquérito, a ilegalidade foi declarada pelo Presidente Costa e Silva, e exigida a “nacionalização” da TV Globo.

Da associação com a *Time-Life*, restou uma vultosa aplicação de capital, de tecnologia e de *know-how* técnico para a TV Globo, que aprimorou e firmou o modo de operação assentado em formatos estrangeiros. Outrossim, foi enviado pelo grupo norte americano o empresário Joseph Wallach para compor, juntamente com Walter Clark e José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o tripé responsável pela hegemonia da TV Globo. De emissora local, com a exibição de filmes estrangeiros e jornais, a empresa foi alçada à rede nacional, com a produção de teledramaturgia própria. Essa nova configuração também foi marcada pela libertação da emissora das amarras dos anunciantes publicitários, com o próprio controle do conteúdo veiculado. Ao longo desse período de consolidação, um padrão de qualidade técnico-estético e narrativo foi criado pela Rede Globo, o “padrão Globo de qualidade”. Esse selo foi desenvolvido para conferir ao jornalismo e à teledramaturgia, dispostos no horário nobre da grade da programação, um controle técnico de imagem e um controle ideológico de conteúdo. Para tecer uma ideia de *nação*, promover uma integração nacional, e formar uma *identidade nacional*, embora com limitações, houve um direcionamento do olhar para o *nacional-popular* (ORTIZ, 1994). Nessa esteira, para a produção das telenovelas, foram contratados autores vinculados aos Centros Populares de Cultura (CPCs), ao grupo Opinião, e|ou ao Partido Comunista Brasileiro (PCB). A esses autores caberia levar para as telas temas de interesse nacional, mas submetidos ao padrão estabelecido pelo projeto da emissora, pela censura do governo, e pelo gosto do público, mais precisamente da classe média.<sup>14</sup>

Até o final dos anos 1960, não havia relação estética e criativa entre cinema e televisão, havia apenas uma crítica política do cinema dirigida à televisão. A partir de meados dos anos 1970, começou a ocorrer um intercâmbio dos antigos *revolucionários românticos*, entre eles os cineastas, com a televisão. Apesar de frutífero em experiências estéticas, o projeto cinemanovista de arte *nacional-popular* restou estagnado quanto ao estímulo à práxis

---

<sup>14</sup> Como aponta Pedro Butcher (2006), o gosto e as expectativas do público eram apurados através de pesquisas de mercado feitas principalmente pelo Departamento de Pesquisas da própria emissora.

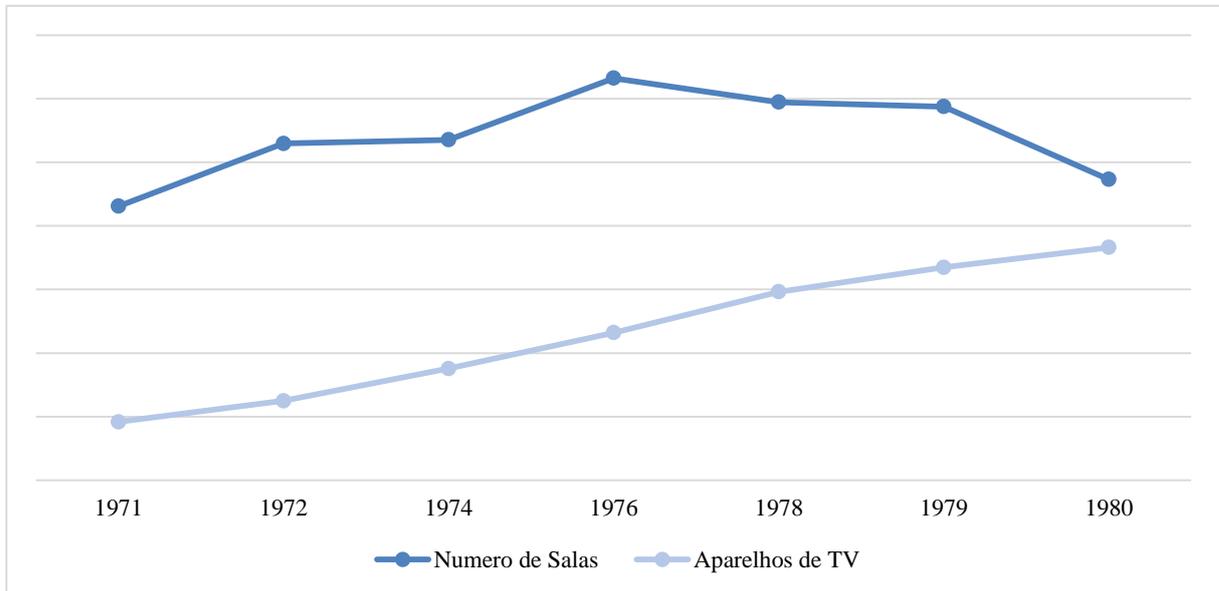
para um processo revolucionário. Com o processo ditatorial e a modernização conservadora, muitos intelectuais e artistas, vinculados sobretudo ao PCB, migraram para as emissoras de televisão, especialmente para a TV Globo. Esses intelectuais e artistas defendiam a ideia de que era necessário ocupar os espaços em que a *indústria cultural* se fortalecia; a crítica político-cultural especializada valia-se do conceito em realce para versar sobre as relações entre arte, técnica e mercado, acentuando o viés econômico-comercial, em detrimento do viés artístico-cultural. “Acreditava-se, numa perspectiva idealista, na possibilidade de encontrar, no centro conservador de produção discursiva, brechas que permitissem difundir não apenas um conteúdo de crítica social, mas inclusive em resistência ao regime militar” (CARDENUTO, 2013, p. 87). A televisão, antes desconsiderada como possibilidade estética, recusada em um esforço de distinção no interior da produção audiovisual, passou a ser pensada de outra forma: “como a possibilidade de concretizar a utopia comunicativo-pedagógica de transmissão em massa de uma consciência crítica bastante cara à militância comunista” (SACRAMENTO, 2013, p. 117).

Tratava-se da crença de alguns dramaturgos comunistas, como Gianfrancesco Guarnieri, Paulo Ponte, Oduvaldo Vianna Filho (Vianinha), Lauro César Muniz, entre outros, em valer-se do espaço televisivo para propagar uma arte direcionada para a conscientização política, em palavras outras, em valer-se de tal “brecha” enquanto mecanismo político e estético para transformar a produção televisiva (ORTIZ RAMOS, 2004, p. 85). Essa crença, elaborada como filosofia política, encontrava respaldo no texto *Problemas estéticos na sociedade de massas*, escrito por Ferreira Gullar, em 1965. Com viés de *realismo crítico* tributário de Georg Lukács, a arte desenvolvida por meio dessa nova “política cultural” tinha como fim romper com as aparências televisivas em prol de uma representação crítica da realidade. Assumidas as negociações necessárias, intelectuais e artistas buscavam prosseguir, dadas as limitações e redefinições, com a prática de roteiros realistas e políticos. As relações entre intelectuais|artistas e televisão eram pautadas pela dicotomia *cooptação|infiltração*. De um lado, a partir da óptica das empresas midiáticas, a contratação de profissionais voltados ao *nacional popular*, e a adequação de suas produções às injunções estilísticas e tecnológicas da linguagem televisiva, era entendida como *cooptação*. De outro, a partir da óptica desses profissionais, tal contratação era vista como um meio de usar a televisão em favor do ideário e da sobrevivência da arte política em um cenário de repressão, e era entendida como *infiltração*. O trânsito desses intelectuais e artistas pelo meio televisivo atenuou a leitura crítica dirigida à televisão, assim como forjou a adoção de novos códigos ético-estéticos.

Com a experimentação de novas linguagens, como a linguagem da telenovela, intelectuais e artistas almejavam uma transformação da sociedade pela arte e a continuidade do projeto *nacional-popular* dos anos 1960. As novas linguagens artístico-culturais e seus correlatos mercados estavam inseridos em um processo de modernização cultural, marcado pelo entrecruzamento dos domínios estético-expressivo e econômico-comercial. “O primeiro, abriga e engendra os processos criativos e as diversas formas de experimentação artístico-culturais; já o segundo, infunde e institucionaliza a racionalização técnica e o imperativo da lucratividade econômica” (ALVES, 2012, p. 12). A imbricação entre esses domínios estava inscrita em um contexto mais amplo: processo de *industrialização do simbólico* (CANCLINI, 2006). Tal processo “complexificou e estreitou as interfaces sócio-históricas entre arte, técnica, memória e mercado, alterando, por exemplo, os regimes de profissionalização artística, os processos criativos, os conteúdos estéticos e as práticas de consumo culturais” (ALVES, 2012, p. 13). Nessa conjuntura, a expansão dos mercados de bens culturais; a emergência de novas linguagens artístico-culturais; o aumento e a especialização do consumo simbólico já indicavam um incipiente mercado cultural brasileiro.

Apesar da hegemonia televisiva, alcançada a partir da segunda metade do século XX, em termos de prestígio, o cinema era considerado "uma expressão artisticamente mais nobre", e a televisão, "um veículo de massa marcado pela redundância e pela pobreza estética" (BUTCHER, 2006, p. 18). Coutinho declara que “a opção de trabalhar na televisão naquele momento significava afastar-se do universo cinematográfico, porque as pessoas de cinema viam esse meio de comunicação com desprezo, tanto ética quanto politicamente” (Idem, p. 23). Na trajetória da televisão, apesar das tentativas, em grande parte advindas de cineastas, não prevaleceu a função estética, mas sim uma função social, de controle e poder. "O cinema, apesar de todos os poderes que ele serviu (e até instaurou), sempre conservou uma função estética e noética, mesmo que essa função fosse frágil ou mal apreendida" (DELEUZE, 1992, p. 94). O afastamento entre cinema e televisão, também foi reforçado pelo peculiar tratamento estatal conferido a cada um deles. Como aponta Muniz Sodré (1984), o crescimento exponencial dos aparelhos de televisão em uso, revelava as facilidades do crédito direto ao consumidor instituído pelo Estado para a aquisição de aparelhos. Essa e outras facilidades, como aberturas legislativas, contribuíram para o lugar diferenciado ocupado pela televisão – entre o público e o privado, e para a legitimação e consolidação de determinadas emissoras, como a Rede Globo, no cenário audiovisual. Já o cinema, com ou sem a EMBRAFILME, continuava dependente do apoio e proteção do Estado.

**Gráfico 3. Aparelhos de TV em Uso e Salas de Cinema: 1970 – 1980**



Fonte: MATTOS, 1990; BAHIA, 2012.

Para a televisão, o enfoque recaiu sobre o viés industrial, e foi direcionado um alto investimento para a composição de uma infraestrutura de telecomunicações, sob a administração da iniciativa privada, em termos outros, é possível falar em um negócio empresarial-comercial ancorado em um crescimento autônomo no que tange ao teor econômico, mas fortemente vinculado às estruturas políticas brasileiras; para o cinema, o enfoque recaiu sobre o viés artístico-cultural, e é possível falar, majoritariamente, em políticas estatais. Apesar das tentativas de vinculação entre cinema e televisão, seja via estatal, por intermédio dos projetos da EMBRAFILME, seja via empresarial, por intermédio dos programas da TV Globo e, ainda, apesar da migração de *revolucionários românticos* para a televisão e do aceno para novos códigos ético-estéticos, dadas as hierarquias e dicotomias que circunscreviam esses meios, a resistência recíproca dessas linguagens artístico-culturais se manteve, e ambas se conformaram como negócios e mercados paralelos, crescendo separadamente ao longo dos anos 1970, e em parte dos anos 1980, como se vê no gráfico acima.

## **2 CRISE E RETOMADA DO CINEMA NACIONAL: REAPROXIMAÇÃO E ESTRATÉGIAS**

### **2.1 Leis de incentivo e políticas para o audiovisual**

Entre rupturas e continuidades, em consonância com vieses políticos, econômicos e culturais, a imbricação entre Estado e cinema, mediante regulações, incentivos e/ou subsídios, atravessou a historiografia do cinema brasileiro. No presente capítulo, será observada a nova postura adotada pelo Estado em relação à cinematografia, por meio da criação de mecanismos de incentivo, da instauração de um órgão institucional para o cinema, assim como da tentativa de regulação televisiva e de integração entre cinema e televisão. Via política privada, será observada a nova postura adotada pela Rede Globo, por meio da criação de um departamento de cinema, a Globo Filmes. Igualmente, serão observadas as implicações desses empreendimentos para o audiovisual brasileiro. A partir da Medida Provisória 151, de 15 de março de 1990, decretada pelo Presidente Fernando Collor de Mello, a dissolução de órgãos federais voltados ao cinema, como a Empresa Brasileira de Filmes S.A. (EMBRAFILME), o Conselho Nacional de Cinema (CONCINE), e a Fundação do Cinema Brasileiro (FCB), sem a substituição por outras estruturas, convergiu para a ausência de suporte estatal ao setor cinematográfico no país e, correlativamente, para a queda da produção de filmes. Apesar da duração de apenas dois anos, “a gestão de Collor deixou um legado extremamente negativo para o cinema nacional” (LEITE, 2005 p. 119). Falta de financiamentos; perda de mecanismos de proteção perante o cinema estrangeiro; término da cota de tela; abertura irrestrita de importações; rompimento de contratos; paralisação de produções; entre outros fatores, demarcavam, em um contexto específico, os contornos da crise da atividade cinematográfica e, em um contexto mais amplo, a desobrigação do Estado com a cultura no início dos anos 1990 (MARSON, 2009).

Corroborando com o descaso do governo com a cultura, nesse período o Ministério da Cultura (MinC) foi rebaixado à condição de secretaria. Com Ipojuca Pontes à frente da nova secretaria, e com a ideia de que os bens culturais deveriam ser submetidos à lógica comercial, a desobrigação do Estado em relação ao cinema era defendida. Já com Sérgio Paulo Rouanet, houve uma tentativa de reconstrução da cultura brasileira, notadamente do cinema nacional. Diante de tal conjuntura, uma nova política de fomento, fundada em incentivos fiscais,

assegurados pela Lei 8.313, de 23 de dezembro de 1991 (Lei Rouanet), destinada às atividades culturais, e pela Lei 8.685, de 20 de julho de 1993 (Lei do Audiovisual), destinada especificamente às atividades audiovisuais, engendrou a gradual “retomada” da cinematografia nacional. Mediante a Lei Rouanet, foi instituído o Programa Nacional de Apoio à Cultura (PRONAC), constituído por três mecanismos, o Fundo nacional de Cultural (FNC), o Incentivo Fiscal (Mecenato), e o Fundo de Investimento Cultural Artístico (FICART). Dentre os mecanismos, merece ênfase o incentivo fiscal, que possibilitava a aplicação de parte do imposto de renda em projetos culturais, tanto por pessoas físicas, quanto por pessoas jurídicas. Outro benefício, além da isenção fiscal sobre o valor do incentivo, era a promoção da imagem institucional, em termos outros, a divulgação da marca da empresa. As propostas eram apresentadas ao MinC e, se aprovadas, aos proponentes caberia a captação de recursos junto a pessoas físicas ou jurídicas.

No tocante à Lei do Audiovisual, dois mecanismos merecem menção. O primeiro deles, prescrito no Artigo 1º, versava sobre a aquisição de Certificados de Investimentos Audiovisuais por pessoas físicas ou jurídicas, relativos aos direitos de comercialização de obra cinematográfica brasileira de produção independente ou de projetos de exibição, distribuição e infraestrutura técnica na área audiovisual, descontados os recursos da compra dos certificados no imposto sobre a renda até o limite de 3% do imposto devido. Para a viabilização de uma obra cinematográfica mediante esse mecanismo, o projeto deveria ser submetido ao MinC e, caso aprovado, encaminhado para a Comissão de Valores Mobiliários (CVM) para a emissão do certificado. Já o segundo, prescrito no Artigo 3º, facultava às empresas distribuidoras de obras audiovisuais estrangeiras para comercialização no Brasil, a utilização de 70% do imposto de renda pago, quando da remessa de rendimentos da exploração da obra para o exterior, na co-produção de filmes brasileiros.

Esse modelo, posteriormente modificado pela Lei 9.323, de 5 de dezembro de 1996, foi adotado pela gestão cultural dos mandatos de Fernando Henrique Cardoso (1995-2002). A partir de 1993, com a ascensão de Itamar Franco à presidência, e com a recriação do MinC, houve uma reaproximação entre Estado e cinema. Mais uma vez, uma rearticulação política junto ao Estado foi buscada para a construção de um novo projeto para o cinema. A edição das leis de incentivo, e os valores investidos por meio dessas leis, das dotações oriundas do MinC e de outros organismos federais, como o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico Social (BNDES), Banco do Brasil (BB), Caixa Econômica Federal (CEF), foram

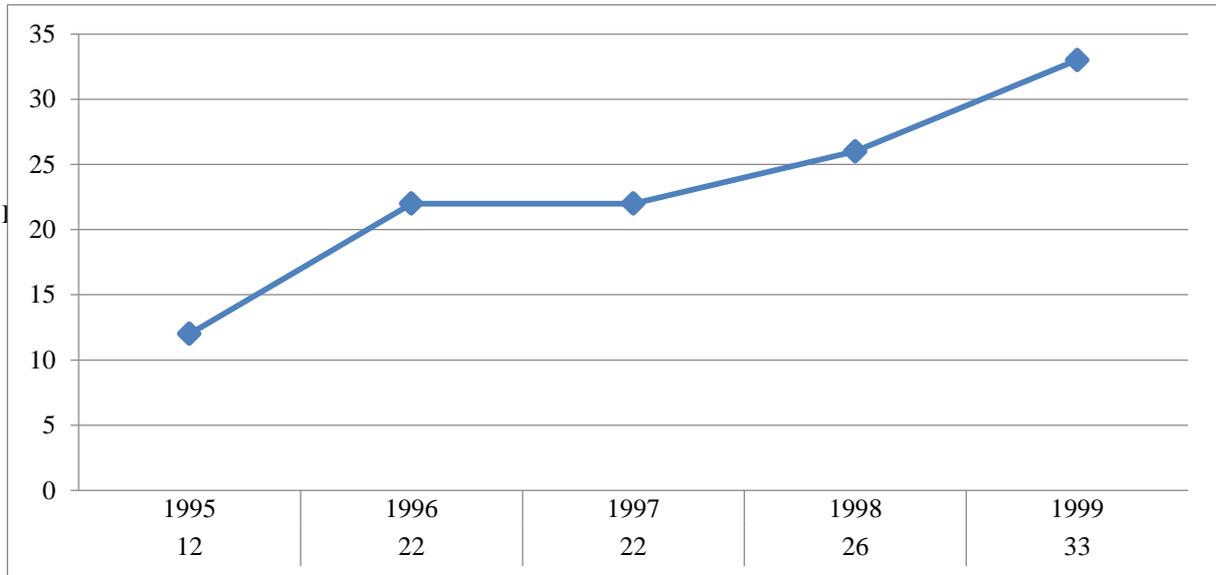
algumas formas de apoio governamental. Outros aportes de recursos provinham de empresas públicas, como a Petrobrás, que através da BR Distribuidora investiu significativamente na atividade cinematográfica brasileira. Apesar de todos os estímulos à produção fílmica, as leis de incentivo acostaram praticamente a totalidade das produções do período, revelando a centralidade do instrumento na viabilização econômica do cinema, e realçando a dependência do setor cinematográfico em relação ao Estado. Entre os anos 1994 e 1999, por intermédio das leis de incentivo, foram investidos cerca US\$ 332 milhões na atividade cinematográfica, e foram produzidos 116 filmes de longa-metragem, 80 documentários, e um grande número de filmes de curta-metragem (GATTI, 2005).

O advento dessas legislações e de outras disposições forjou o início de uma nova política cinematográfica. Entre as disposições, cabe a referência das definições de cota de tela, de filme nacional e de coproduções internacionais, estabelecidas pela Lei 8.401, de 8 de janeiro de 1992, regulamentada pelo Decreto 567, de 11 de junho de 1992; da liberação de recursos da EMBRAFILME via FICART, bem como da instituição da Comissão de Cinema para a seleção de filmes para financiamento, ambos nos termos do Decreto 575, de 23 de junho de 1992; da disponibilização desses recursos através do Prêmio Resgate do Cinema Brasileiro; da criação da Secretaria para o Desenvolvimento do Audiovisual (SAV), vinculada ao MinC; e outras (MARSON, 2009). Algumas disposições alternativas também podem ser mencionadas: no Rio de Janeiro, a criação da Riofilme – Distribuidora de Filmes S/A, instituída pela Lei 1.672, de 25 de janeiro de 1991, importante distribuidora no cenário nacional, vinculada à Secretaria Municipal de Cultura, Turismo e Esportes, e em São Paulo, a criação do Programa de Integração Cinema e Televisão (PIC-TV), com a produção e a exibição de filmes no circuito comercial e na TV Cultura.

É possível inferir que, a partir de meados dos anos 1990, durante o governo de Fernando Henrique Cardoso, o Estado retomou o “sentido da importância social, política e econômica da produção cinematográfica” (FORNAZARI, 2006, p. 650). Para além disso, com o aumento de filmes nacionais lançados comercialmente, e a volta do público às salas de cinema, como mostram os dados dos gráficos que seguem abaixo; assim como com o emprego de técnicas, linguagens e estéticas advindas da televisão, e a elevação da qualidade das produções, não apenas o Estado, mas também a mídia, a sociedade e o próprio campo cinematográfico conferiram prestígio, visibilidade e legitimidade ao cinema nacional. (BAHIA, 2012). Outrossim, frente a possibilidade de inserção dessa atividade em uma

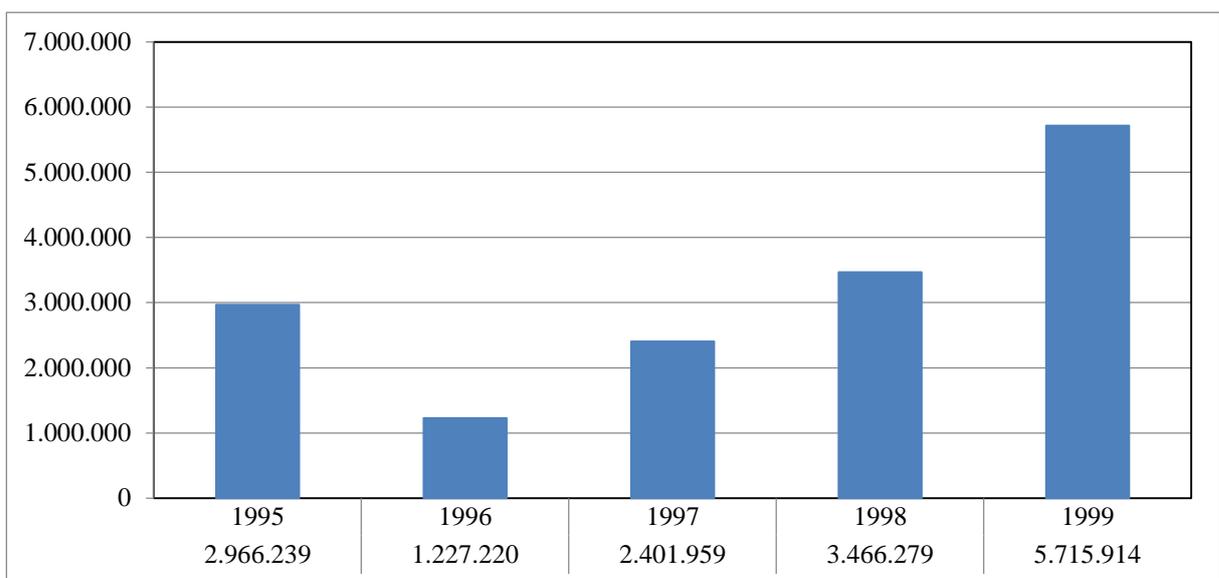
economia globalizada, e considerados os incentivos asseverados pelo Estado, o investimento em cinema nacional passou a ser percebido como “um negócio – e um bom negócio”, e outros campos do audiovisual, como as produtoras O2 Filmes e Globo Filmes, direcionaram o olhar para esse setor (MARSON, 2009, p. 58).

**Gráfico 4. Lançamento de Filmes Nacionais: 1995 – 1999**



Fonte: FILME B, 2012.

**Gráfico 5. Público de Filmes Nacionais: 1995 – 1999**



Fonte: FILME B, 2012.

Apesar desses avanços, não houve a consolidação de um mercado de cinema brasileiro desvinculado do suporte estatal (BAHIA, 2012). Os mecanismos previstos nas leis de incentivo eram voltados para a produção cinematográfica, sem o aceno para uma articulação com os demais elos da cadeia produtiva – distribuição/ comercialização, exibição, e infraestrutura de serviços – e, por conseguinte, sem o aceno para uma atividade cinematográfica autossustentável. Da mesma forma, não obstante a aproximação entre o cinema e a televisão, nos moldes acima mencionados, não houve uma vinculação comercial entre esses meios para a composição de um mercado audiovisual ou, em palavras outras, não foi urdida uma política multimídia (CANCLINI, 2001). Ainda, por meio da política de incentivos, foi concedida à iniciativa privada não apenas a dedução do imposto de renda dos valores investidos em projetos culturais, mas também o poder de deliberação sobre os projetos exequíveis, o que conduziu a uma “administração privada de recursos públicos” (BUTCHER, 2005, p. 19), e a um deslocamento da “gerência da cultura para a iniciativa privada” (BAHIA, 2012, p. 61).

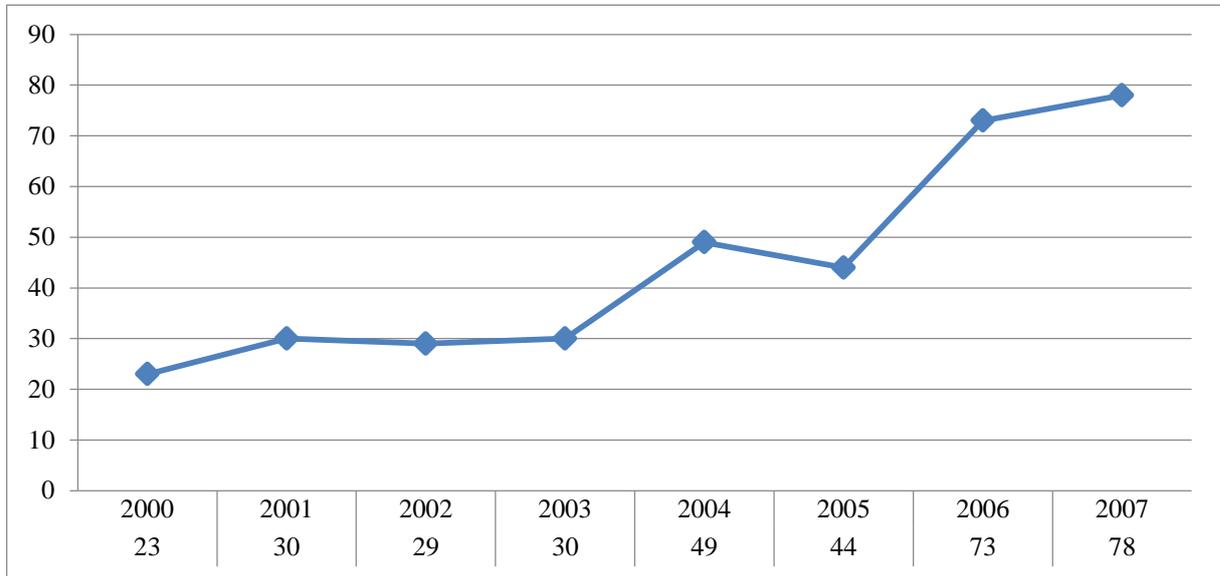
No final dos anos 1990, esses e outros fatores, como, por exemplo, denúncias de irregularidades no uso desses mecanismos, fundamentaram as reivindicações do setor cinematográfico no que tange à reorganização do mercado e à reorientação das políticas públicas para o cinema. Frente a esse contexto, merece referência o III Congresso Brasileiro de Cinema (CBC), realizado em junho de 2000, em Porto Alegre – RS. Com a presença de entidades e representantes de distintos segmentos do setor, esse evento, organizado pela Fundação Cinema RS (FUNDACINE), e presidido pelo cineasta Gustavo Dahl, demarcou a busca pela reestruturação e repolitização do cinema brasileiro. Depreende-se do Relatório Final do CBC que para o setor cinematográfico cinema era um “problema de governo”, como se vê neste excerto do documento: “Todos esses problemas se devem, em grande parte, à deficiente forma de relacionamento do setor cinematográfico com o governo e também à fragilidade do atual órgão governamental responsável”. A partir desse Congresso, com fulcro no entrelaçamento entre cultura, política e economia, o Estado reconheceu a necessidade de um novo delineamento para a relação Estado|cinema, e elegeu a integração entre os meios audiovisuais, sobretudo entre o cinema e a televisão, como um eixo estratégico para a consolidação de uma indústria audiovisual autossustentável e, nesse rumo, contou com a aquiescência do próprio campo cinematográfico, apesar da cisão de longa data entre um setor marcado pela autonomia cultural e artística e outro pela pretensão industrial e comercial (ORTIZ RAMOS, 2004).

Para tanto, foi criado o Grupo Executivo para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica (GEDIC), que ao mesclar orientações culturais e econômicas, elencou cinco propostas para a inserção do cinema em um mercado global, a saber, a criação de um órgão institucional para a atividade cinematográfica; a redefinição das funções da SAV; a criação de um fundo de fomento para o desenvolvimento da cadeia produtiva; a reformulação das legislações existentes; e a disposição de uma legislação para a regulação do sistema televisivo. Dessas propostas, de acordo com a tentativa de alçar o cinema nacional a outro patamar de desenvolvimento, emergiu a Medida Provisória 2.228-1, de 6 de setembro de 2001, com adendos da Lei 10.454, de 13 de maio de 2002. A aludida medida, além de criar a Agência Nacional do Cinema (ANCINE), contemplou as diretrizes para a Política Nacional do Cinema (PNC); definiu obra audiovisual brasileira; criou o Conselho Superior do Cinema (CSC); e versou sobre alguns mecanismos fiscais.<sup>15</sup>

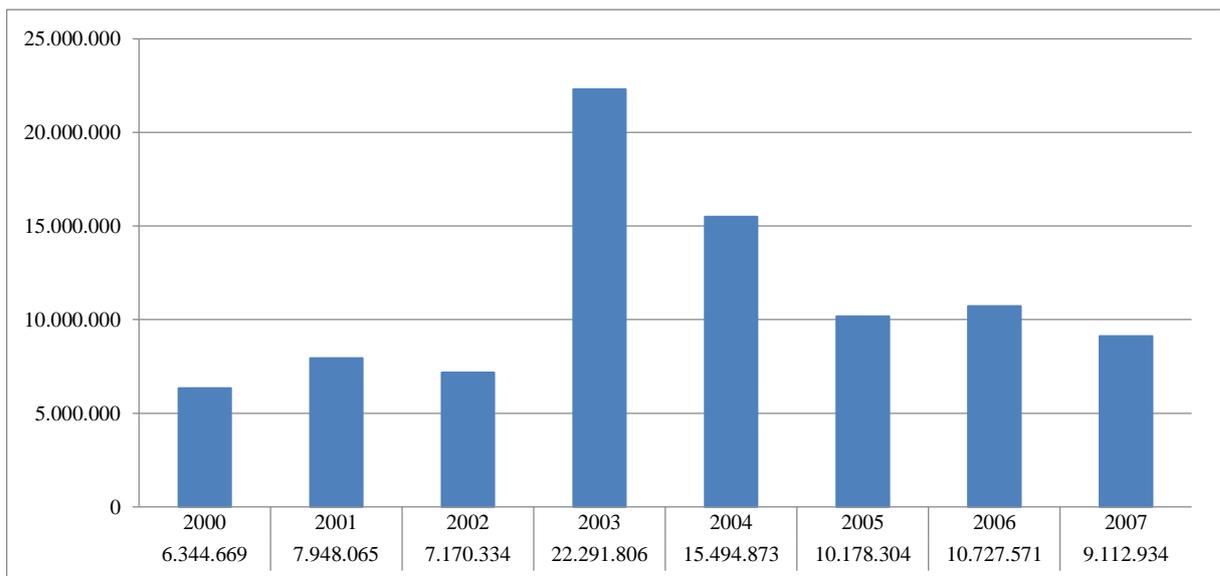
A publicação da medida em tela foi uma tentativa de rearticulação das ações governamentais e, a partir dela, uma nova institucionalidade foi concebida para o cinema brasileiro, ancorada na complementaridade de três órgãos estatais: o CSC, voltado à formulação da política nacional do cinema; a ANCINE, voltada ao fomento, regulação e fiscalização da indústria cinematográfica; e a SAV, voltada à assessoria, elaboração e execução de políticas, planos e diretrizes. A complementaridade entre esses órgãos fundar-se-ia nas distintas vinculações de cada um deles, o CSC enquanto órgão superior e, portanto, de instância supraministerial, ficaria sob a égide da Casa Civil, ligada diretamente à Presidência da República; a ANCINE, por tratar de aspectos do “cinema industrial”, ficaria sob a égide do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC); e a SAV, por tratar de aspectos do “cinema cultural”, ficaria sob a égide do MinC. Paulatinamente, com o governo de Luiz Inácio Lula da Silva, houve um rompimento desse tripé institucional e, atualmente, os três órgãos estão vinculados ao MinC. (IKEDA, 2012). Esses novos parâmetros levaram a um significativo aumento de filmes nacionais lançados comercialmente: de 20 a 30 filmes anuais lançados até 2003, a produção foi elevada para mais de 40 filmes nos anos seguintes, como se vê a seguir.

---

<sup>15</sup> Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional (CONDECINE); Fundos de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional (FUNCINES); Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Nacional (PRODECINE); e conversão da dívida externa em projetos de produção, distribuição, exibição e divulgação de obras audiovisuais brasileiras, de acordo com o inciso V, do Artigo 1º, da Lei 10.179, de 6 de fevereiro de 2001.

**Gráfico 6. Lançamento de Filmes Nacionais: 2000 – 2007**

Fonte: ANCINE, 2012.

**Gráfico 7. Público de Filmes Nacionais: 2000 – 2007**

Fonte: ANCINE, 2012.

Apesar do alcance de público e de filmes lançados, e embora atendidas diversas requisições do campo cinematográfico, a regulação televisiva e a integração entre cinema e televisão não foram abarcadas pela legislação. Ainda que existisse um dispositivo na Medida Provisória 2.228-1/01, mais especificamente o Artigo 39, dedicado à programação internacional, e referente à opção de aplicação do valor correspondente a 3% do pagamento da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional (CONDECINE) em produção nacional para cinema e televisão, tratava-se de um dispositivo isolado, não remetia à integração em questão. A regulamentação da obrigatoriedade de veiculação de 30% da produção audiovisual nacional na grade de programação dos canais abertos de televisão foi uma das reivindicações constantes nas resoluções finais do CBC. Essa requisição era extensiva à produção regional, e estava amparada constitucionalmente no Artigo 221.

Art. 221 – A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:

[...]

II – promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;

III – regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei.<sup>16</sup>

A relação entre esses meios, ainda em estágio primário, era almejada muito mais pelo setor cinematográfico do que pelo setor televisivo, e nesse momento, o referido artigo não foi regulamentado, reflexo da influência da Associação Brasileira de Rádio e Televisão (ABERT) para não afetar a verticalização da televisão, e abrir espaço para a produção audiovisual independente, reduzindo, assim, o poderio econômico e cultural exercido pelo meio em tela. No mesmo rumo, não foi estabelecida uma quota de tela para filmes brasileiros na televisão. Os segmentos do setor cinematográfico também reivindicavam a participação na elaboração da Proposta de Emenda Constitucional (PEC) que visava a alteração do Artigo 222,<sup>17</sup> da Constituição Federal, para participação de capital estrangeiro nas emissoras de televisão, a fim de tratar da inclusão da produção audiovisual independente brasileira na programação das emissoras.

---

<sup>16</sup> Disponível em [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.htm) Acesso em Novembro de 2013.

<sup>17</sup> Art. 222 – A propriedade de empresa jornalística e de radiodifusão sonora e de sons e imagens é privativa de brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos, ou de pessoas jurídicas constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sede no País. Disponível em [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.htm) Acesso em Novembro de 2013.

Outra resolução era relativa à regulamentação da TV por assinatura. Em 2000, na América Latina, mais de 85 milhões de domicílios eram equipados com aparelhos de televisão, e desses domicílios, 16 milhões eram assinantes de pacotes de TV por Assinatura. Nesse mercado, o Brasil apresentava o maior índice de domicílios equipados com aparelhos de televisão, que correspondia a 37 milhões de domicílios, e no mercado mundial, ocupava a 6ª posição, como se vê na tabela que segue. No entanto, o país apresentava um dos menores índices de domicílios assinantes de TV, revelando a possibilidade de expansão desse mercado. Quanto à produção audiovisual independente, sobretudo fílmica, havia pouca participação até o ano de 2000; na TV por Assinatura, essa participação não passava de 2%, já na TV Aberta, cerca de 240 filmes eram exibidos mensalmente, dos quais 96,6% eram estrangeiros e apenas 3,3% eram brasileiros. Nesses termos, caberia à ANCINE não somente fomentar e regular o conteúdo para cinema, mas também o conteúdo para televisão, entretanto, os itens televisivos foram excluídos do texto final da Medida. De agência do audiovisual, a ANCINE foi reduzida à agência do cinema. Via política estatal, disputas, negociações, reivindicações e pressões que circunscreviam esses meios adiaram o trânsito do cinema pela cultura da mídia (KELLNER, 2001). Todavia, essa articulação foi realizada via política privada, com a criação do departamento de cinema da Rede Globo, a Globo Filmes.

**Tabela 3. Maiores Mercados de TV por Assinatura América Latina: Anos 2000**

País	Domicílios com TV	Assinantes de TV	Domicílios com Pay-TV
Argentina	8.659.190	5.050.738	58,30%
Colômbia	8.118.544	3.328.585	41,00%
<b>Brasil</b>	<b>37.000.000</b>	<b>3.018.735</b>	<b>8,20%</b>
México	16.586.411	2.454.788	14,80%
Chile	3.224.300	593.270	18,40%

Fonte: CAVALCANTI, 2002.

## 2.2 A Globo Filmes e a nova marca de fazer cinema: mercado, identidade nacional e brasilidade audiovisual

A partir de meados dos anos 1990, uma conjunção de fatores direcionou a atenção da Rede Globo para o cinema. Um desses fatores estava diretamente relacionado à perda da sua hegemonia frente à concorrência de programas veiculados por outras emissoras de televisão,<sup>18</sup> e a respectiva diminuição da audiência em alguns horários. Outro fator estava relacionado às transformações das tecnologias de informação e comunicação (TIC), como a TV paga, os celulares, a internet, a TV digital, e o correlato aumento da demanda por conteúdo audiovisual por meio das novas possibilidades de produção e difusão da informação, restando abalado o *locus* tradicional da televisão. Ademais, a Rede Globo atravessava grande crise decorrente do endividamento da Globopar, *holding* dessa organização, em função de investimentos em TV a cabo (Net Serviços), TV por satélite (Sky) e na Globosat. Já o cinema brasileiro, ingressava em um novo período, marcado pelo bom desempenho da produção fílmica, consoante os investimentos via leis de incentivos fiscais (Lei Rouanet e Lei do Audiovisual).

Diferentemente das produções cinematográficas dos ciclos anteriores, que seguiam o referencial fílmico estrangeiro, a maioria dos filmes brasileiros produzidos a partir dos anos 1990 seguiu o referencial televisivo brasileiro, mais especificamente, o “padrão Globo”. “Não se trata da televisão, simplesmente, mas da constituição de uma rede nacional e da transformação de um canal específico (a TV Globo) em potência audiovisual mundial, que empreendeu uma transformação profunda e redefiniu a imagem hegemônica do Brasil” (BUTCHER, 2006). Ressalvadas algumas medidas adotadas pelo Poder Legislativo, como a obrigatoriedade da indicação do horário e da faixa etária recomendáveis para a exibição de programas, a interferência na exibição dos conteúdos sempre foi ínfima, restando às “entidades formadas pelos próprios representantes das emissoras de rádio e televisão a autocensura e a mediação da vigilância recíproca entre as empresas de comunicação” (FECHINE, 2008, p. 21). Para se distinguir de outras emissoras de televisão consolidadas com a apresentação de programas de cunho “popularesco”, a Rede Globo apropriou-se do discurso da qualidade. Todo o esforço da emissora foi direcionado para a construção e difusão do “padrão Globo de qualidade”.

---

<sup>18</sup> Programas como a novela *Pantanal*, veiculada pela TV Manchete; o jornal *Aqui Agora*; e o programa *Domíngio Legal*, ambos veiculados pelo Sistema Brasileiro de Televisão (SBT); e outros programas similares.

Associado, inicialmente, à excelência técnica na difusão da sua programação (recepção fácil de sinal, abrangência da cobertura, boa definição de imagem, etc.), ao seu êxito empresarial (melhor infra-estrutura, equipamentos de última geração, maiores salários e índices de audiência) e ao seu profissionalismo técnico-estético (programação visual arrojada, cenários e figurinos hollywoodianos, uso de efeitos especiais, investimento numa teledramaturgia nacional apoiada em um elenco com grandes nomes, etc.). Todo o investimento que culminou no chamado “padrão Globo de qualidade” foi favorecido pela fidelidade da emissora aos governos militares, recompensada não apenas com as verbas das propagandas oficiais, mas também com pesados investimentos na infra-estrutura necessária à expansão da televisão para todo o território brasileiro (FECHINE, 2008, p. 21).

O surgimento da televisão impôs reconfigurações às cinematografias mundiais; no caso da cinematografia nacional, a centralização da produção televisiva em apenas um grupo de mídia, tanto no espaço narrativo (ficção) como no espaço informativo (jornalismo), conferiu alguns traços particulares ao cinema, observáveis através de “adesões ou reações à nova hegemonia formada no campo audiovisual brasileiro, o ‘padrão Globo de qualidade’” (BUTCHER, 2006, p. 65). *Capitalismo selvagem* (1994), de André Klotzel; *Carlota Joaquina, a Princesa do Brasil* (1995), de Carla Camurati; *O Quatrilho* (1995), de Fábio Barreto foram alguns filmes produzidos nesse registro. Valendo-se de tal selo, a emissora passou a atuar de forma direta sobre um produto em que já exercia significativa influência, assim como passou a contar com a “capacidade de organização política do cinema brasileiro em seu favor, desmobilizando a indiferença e/ou oposição que, no passado, marcaram as posições do setor em relação à televisão” (Idem, p. 15). Nesse viés, uma nova estratégia política e econômica foi empreendida pela Rede Globo, a saber, a criação de um departamento de cinema, a Globo Filmes.

Em um contexto de transformações, de afirmação cultural frente às possíveis ameaças da globalização, a criação da Globo Filmes foi fundada em “defesa do conteúdo nacional”. Desde os anos 1930, os meios de comunicação já exerciam importante papel na integração e formação de mercados nacionais, urdidos em resposta às “necessidades e exigências do mercado internacional” (MARTIN-BARBERO, 2003). Tal influência se estendeu aos modos de regulação dos meios de comunicação brasileiros, nos quais defesa do *nacionalismo* e defesa de interesses específicos imiscuíram-se. Ao assentir a propriedade de empresas jornalísticas e de radiodifusão apenas por pessoas físicas e brasileiras, a legislação nacional contribuiu para a preeminência de um pequeno grupo de pessoas físicas, especialmente empresas familiares, à frente da televisão. Além de respaldada por diversas Constituições, tal postura foi reafirmada pelo Código Brasileiro de Telecomunicações. Para além disso, diferentemente do cinema, a televisão recebeu altos investimentos estatais em infraestrutura,

seja mediante o Sistema Nacional de Telecomunicações, que levou o sinal televisivo aos lugares mais remotos do país, seja mediante o estímulo ao crédito para a aquisição de aparelhos de televisão. Considerando que trata-se da exploração privada de uma concessão pública, por intermédio do sistema de afiliação, a Rede Globo desviou-se das imposições legais relativas ao número de concessões por pessoa no território nacional, formando um espaço público de “integração nacional” e edificando um oligopólio presente em todo o país.

A hegemonia da Rede Globo foi construída a partir de um discurso ancorado em dois pilares, um deles relativo à competência empresarial, isto é, à “capacidade de se firmar em um mercado de livre concorrência” e, o outro, relativo ao *nacionalismo*, à “função social da emissora na construção e na solidificação da identidade nacional, contra a penetração da cultura estrangeira” (BUTCHER, 2006, p. 39). Discurso similar conferiu legitimidade à instauração da Globo Filmes, qual seja, a competência: “a Globo Filmes teria sido criada com a função de ‘ensinar’ o cinema brasileiro a se superar nos aspectos em que ele foi incompetente, ou seja, em uma capacidade de compreender efetivamente o gosto do público e criar uma base comercial capaz de gerar a sua própria sustentabilidade”, e o *nacionalismo*: “a Globo Filmes teria entrado em campo como mais um elemento da emissora em defesa da identidade nacional” (Idem, p. 53). Sob o discurso do *nacionalismo*, a Rede Globo assegurou a reprodução do eixo vertical de um poderio econômico, político e cultural já estabelecido. Ao lançar-se à frente da produção audiovisual brasileira, em nome da insurreição ao imperialismo cultural, a emissora reivindicou para si o *status* de produtora da *identidade nacional*, exercendo opressão e repressão das diferenças. Tanto na programação quanto no sítio eletrônico da emissora, bem como no sítio da Globo Filmes, os apelos identitários são recorrentes.

Na programação da emissora, o apelo é direto: “Globo, a gente se vê por aqui”. No site institucional, o texto que apresenta a história da TV Globo ratifica essa preocupação por meio de declarações como “Brasil: A principal atração da programação da Globo”, “A Globo vê o Brasil. O Brasil se vê na Globo”, “A dramaturgia da Globo reflete os costumes, os hábitos e a cultura nacional” (referindo-se às suas telenovelas e minisséries) ou “Um país ligado na mesma emoção” (ao apresentar seu jornalismo esportivo) (FECHINE, 2008, p. 23).

Globo Filmes, o cinema que fala a nossa língua. [...] Com a missão de contribuir para o fortalecimento da indústria audiovisual nacional, apostando em obras de qualidade e valorizando a cultura brasileira, participou dos maiores sucessos de bilheteria da retomada. [...] A Globo Filmes também tem por objetivo promover a sinergia entre o cinema e a televisão, sempre atenta ao reconhecido padrão Globo de qualidade. Suas atividades se baseiam nas parcerias com produtores independentes e distribuidores nacionais e internacionais, em uma associação de excelência para levar ao público o que há de melhor no cinema brasileiro.<sup>19</sup>

<sup>19</sup> Disponível em <http://globofilmes.globo.com/quemsomos.htm> Acesso em Janeiro de 2014.

Considerando o importante papel exercido pela cultura na conformação das identidades nacionais, merecem atenção os diferentes vieses teóricos e ideários que podem orientá-la, "indo desde o reconhecimento da importância desses construtos identitários para um povo ou nação até, em registro totalmente contraposto, o desvelamento da construção do nacional como mera ideologia que pretende esconder interesses particulares de setores minoritários da população" (RUBIM, 2004, p. 25). Nesse sentido, Antonio Albino Canelas Rubim, no texto *Televisão e Políticas Culturais no Brasil* (2004), faz referência às análises sobre identidade tecidas por Benedict Anderson, através da noção de *comunidades nacionais imaginadas*. Alude o autor que no contexto brasileiro nem a literatura nem o cinema tiveram a mesma influência que a televisão em termos de identidade.<sup>20</sup> O apelo nacionalista em comento, que serviu não apenas para o projeto de integração nacional dos governos militares, mas também como estratégia de defesa de mercado da Rede Globo contra os produtos norte-americanos, foi apontado por Ridenti como uma "herança caricatural" da preocupação com o *nacional-popular* dos artistas e intelectuais de esquerda dos anos 1960.

A adoção dessa "brasilidade" pela televisão, que antes defendia políticas emancipatórias, foi decorrente, em parte, da própria inserção de alguns desses artistas e intelectuais na emissora. Frente às pressões pela democratização das mídias, a Rede Globo incorporou explicitamente o discurso nacionalista autopromocional. A "redescoberta do povo brasileiro" ou a busca da *identidade nacional*, distante do discurso dos anos 60, apresentava-se mais como uma preocupação em abrir espaço para a diversidade regional e para o pluralismo sociocultural na programação. Movida por um novo posicionamento mercadológico, determinado por uma preocupação maior com a concorrência e por um momento político em que uma maior legitimação perante os segmentos organizados da sociedade era necessária, o "padrão de qualidade" foi redefinido, mediante um esforço para "associar sua 'qualidade' não apenas à produção de conteúdos nacionais, mas também à responsabilidade social e à isenção política da programação, assim como ao estímulo a inovações estéticas e proposição de novos formatos" (FECHINE, 2008, p. 23).

Grande parte do cinema também resgatou o discurso do *nacionalismo*, mas com ideias distintas da *brasilidade revolucionária* dos meios intelectuais e artísticos já referidos. O discurso reapareceu de modo menos politizado e sob a nova égide da diversidade. Com

---

<sup>20</sup> Em *Bye Bye Brasil*, filme de Cacá Diegues, "a viagem da Caravana 'Holiday', com suas mambembes atrações, foge sempre das espinhas de peixe (antenas) da televisão, denunciando a invasão territorial e simbólica promovida pela televisão, que vai integrando o Brasil através de sua teia física e simbólica" (RUBIM, 2004, p. 26).

enfoque em uma produção audiovisual dotada de qualidade técnico-estética e de apelo popular, Guel Arraes foi um dos protagonistas da experiência de integração entre cinema e televisão através da conversão de produtos feitos para a televisão em filmes, como *O Auto da Compadecida* e *A Invenção do Brasil*. Embora os membros do Núcleo de Guel Arraes adotassem um posicionamento crítico em relação à realidade social brasileira, “já não pesava tanto sobre eles a pressão sentida pela geração anterior por um engajamento político ou comprometimento direto com o projeto de redemocratização do país” (FECHINE, 2008, p. 29), isso porque quando começaram a ocupar espaços mais expressivos na cena intelectual-artística, a conjuntura brasileira já era menos opressora. No entanto, o desenvolvimento de uma *estrutura de sentimento* fundada em irreverência quanto à própria televisão, conferiu a esse grupo à institucionalização de um núcleo dentro da Globo, estendida tal influência, posteriormente, para além dos limites da emissora. O projeto ético-estético desse Núcleo era pautado por, de um lado, “a deliberação em reinterpretar a realidade social e a produção cultural do País a partir da perspectiva do não-oficial, do popular e do periférico”, de outro, “a clara ambição de fazer do seu experimentalismo formal uma ‘marca’ da Rede Globo e, ao mesmo tempo, uma estratégia de legitimação do próprio grupo dentro da emissora” (FECHINE, 2008, p. 49).

Para Maria Elisa Cevasco (2001), posturas culturais adotadas em determinados momentos podem ser vistas como respostas de comunidades historicamente situadas a mudanças não precisamente artísticas. No caso em menção, tratava-se de uma “ruptura autorizada” com paradigmas anteriores, ante à necessidade de inovação própria da lógica da *indústria cultural*. As produções do Núcleo eram regidas pelas lógicas do mercado brasileiro audiovisual, mais especificamente, pela lógica da Globo Filmes, que conforme esclarece Pedro Butcher (2006), através da articulação entre produção cinematográfica e televisiva, acenava para a promoção do “*blockbuster* nacional”. Ao mesmo tempo em que a incorporação das “frações rebeldes” convergia para a manutenção da dominação televisiva, essa mesma incorporação convergia também para a aceitação das formas artísticas escolhidas pelo grupo. É possível falar em uma adequação das “postulações estéticas oriundas de outros campos e sua conseqüente contribuição, a partir dessa incorporação, para a consolidação de um estilo novo na televisão, e a novas práticas e processos de produção no cinema nacional” (FECHINE, 2008, p. 32).

No final de 1998, a Globo Filmes passou a atuar no cenário audiovisual, sob a direção de Daniel Filho (direção geral e artística), Tom Flórido (planejamento) e Marco Aurélio Marcondes (distribuição e comercialização). A atuação desse departamento contemplava a transformação dos grandes sucessos da emissora em produtos cinematográficos, como a conversão de minisséries em filmes de longa-metragem, e a promoção de “filmes de qualidade” com potencial comercial, realizados por produtoras independentes. Desses modos de atuação, a associação com produtoras independentes predominou as realizações da Globo Filmes.<sup>21</sup> A participação da empresa, na maioria dos casos, não envolvia financiamentos diretos nas produções filmográficas, mas sim um capital “virtual”, consubstanciado em um espaço midiático fornecido pela emissora para divulgação nacional do projeto à época do lançamento, seja pela forma tradicional, por meio de anúncios e *spots*, seja por outras formas, sobretudo, *cross media*, por meio de referência e promoção em programas jornalísticos e ficcionais. A fórmula *telenovela + jornal local + telenovela + jornal nacional + telenovela* possibilitava “grande influência em determinadas camadas do imaginário coletivo ao estabelecer uma inter-relação entre jornalismo e telenovela, fato e fantasia” (BUTCHER, 2006, p. 56) e, à vista disso, conferia eficácia ao recurso de *cross media* para o fomento das produções cinematográficas.<sup>22</sup>

A *cross media* é um exemplo de como a concentração da produção sob um mesmo teto permite uma cuidadosa manipulação do conteúdo de programas jornalísticos e ficcionais no sentido de se “produzir fatos” que possam interessar à emissora. Desde o começo da Globo Filmes, a *cross media* tem sido intensamente utilizada para promover os filmes co-produzidos pela empresa, e representam o diferencial mais importante, por exemplo, em relação às campanhas dos *blockbusters* americanos. Seu formato mais simples é a citação do filme por um personagem de novela identificado com a temática ou, ainda, uma reportagem em um programa jornalístico que apresente um tema afim ao do filme (BUTCHER, 2006, p. 80).

Com essa modalidade, a Globo Filmes poderia aderir a um projeto em qualquer fase, até mesmo a um projeto já concluído, como ocorreu com o filme *Cidade de Deus* (2002), dirigido por Fernando Meirelles, e produzido pela O2 Filmes. À época do lançamento do filme, entre outras formas de divulgação *cross media* concedidas pela TV Globo, uma série de reportagens sobre a violência nas favelas cariocas foi veiculada no *Jornal Nacional*. Por retratar o surgimento de uma favela entre os anos 1960 e 1980, e levar violência para as telas do cinema, o filme obteve apoio apenas depois de finalizado, mais precisamente, após exibido

<sup>21</sup> Algumas associações da Globo Filmes foram realizadas com as seguintes produtoras: Diler & Associados; Conspiração Filmes; Total Entertainment; Natasha Filmes; Lereby Filmes; Rio Vermelho Produções; O2 Filmes; e LC Barreto

<sup>22</sup> Para a manutenção da hegemonia da Rede Globo, o referido modelo de programação segue vigente, aberto apenas para irrisórias alterações.

no Festival de Cannes. Contudo, o sucesso do filme, com mais de 3 milhões de espectadores, indicações às premiações da *Academy Awards*, e reconhecimento das críticas nacional e internacional fez a emissora repensar o êxito esperado apenas de filmes detentores da estética televisiva, especialmente infantis, históricos ou comédias. No entanto, a preferência da Globo Filmes recaía sobre projetos ainda na fase inicial, para sugestões, caso necessário, quanto ao roteiro, orçamento, e elenco. A dimensão do apoio da emissora estava condicionada à aderência às sugestões por ela apresentadas. Em um primeiro momento, de 1998 a 2002, a Globo Filmes trabalhou em dois a três filmes por ano. *Simão, o fantasma trapalhão* (1998), dirigido por Paulo Aragão, e distribuído pela *Columbia Pictures*, foi o primeiro filme a carregar o selo da Globo Filmes.

A estreia de *Simão, o fantasma trapalhão*, no dia 1º de dezembro de 1998, seria apenas mais um lançamento de uma comédia de Renato Aragão, se não fosse por um pequeno detalhe: o filme marcou a entrada em cena da Globo Filmes, divisão da maior rede de TV aberta do país voltada para a co-produção de longa-metragens brasileiros. No contexto da “retomada”, o surgimento da Globo Filmes transformou o panorama do mercado ao criar as condições necessárias para a emergência do novo “*blockbuster*” nacional (FILME B, 2008).

*Zoando na TV* (1999), dirigido por José Alvarenga Jr., distribuído igualmente pela *Columbia Pictures*, e com a apresentadora Angélica à frente, foi o primeiro filme concebido com recursos próprios da TV Globo. Já *Orfeu* (1999), dirigido por Carlos Diegues, e distribuído pela *Warner*, foi a primeira aposta de associação da Globo Filmes com um produtor externo. As primeiras produções com o selo da Globo Filmes levaram cerca de 6 milhões de espectadores aos cinemas, revelando o alto índice de público em filmes com o selo da emissora. A aproximação entre cinema e televisão e o entrecruzamento de narrativas televisivas e cinematográficas levaram ao hibridismo das mídias. *O Auto da Compadecida* (1999), de Guel Arraes, adaptado do romance homônimo de Ariano Suassuna, e distribuído pela *Columbia Pictures*, foi a primeira minissérie televisiva levada para as telas do cinema. Não obstante a grande divulgação midiática, houve dúvida quanto à repercussão junto ao público de um filme decorrente de um programa já em voga. No entanto, o filme obteve alto índice de público, com mais 2 milhões de espectadores, asseverando a capacidade de inserção dos produtos da Globo Filmes no mercado de cinema. *Cidade de Deus* marcou um movimento inverso: o filme de longa-metragem foi transformado em uma minissérie – *Cidade dos Homens*. Tratava-se de um desdobramento do filme *Cidade de Deus*, com os mesmos criadores, equipe e elenco. Mas um projeto era o avesso do outro, *Cidade de Deus* era “um drama com um toque de comédia sobre traficantes no Rio, a comunidade aparece apenas

como pano de fundo”; *Cidade dos Homens* era “uma comédia, com um toque de drama sobre uma comunidade do Rio de Janeiro, os traficantes aparecem só como pano de fundo”.<sup>23</sup> Com alto índice de audiência, a minissérie garantiu a realização de outras temporadas, assim como um novo filme de longa-metragem sobre os personagens (Laranjinha e Acerola).

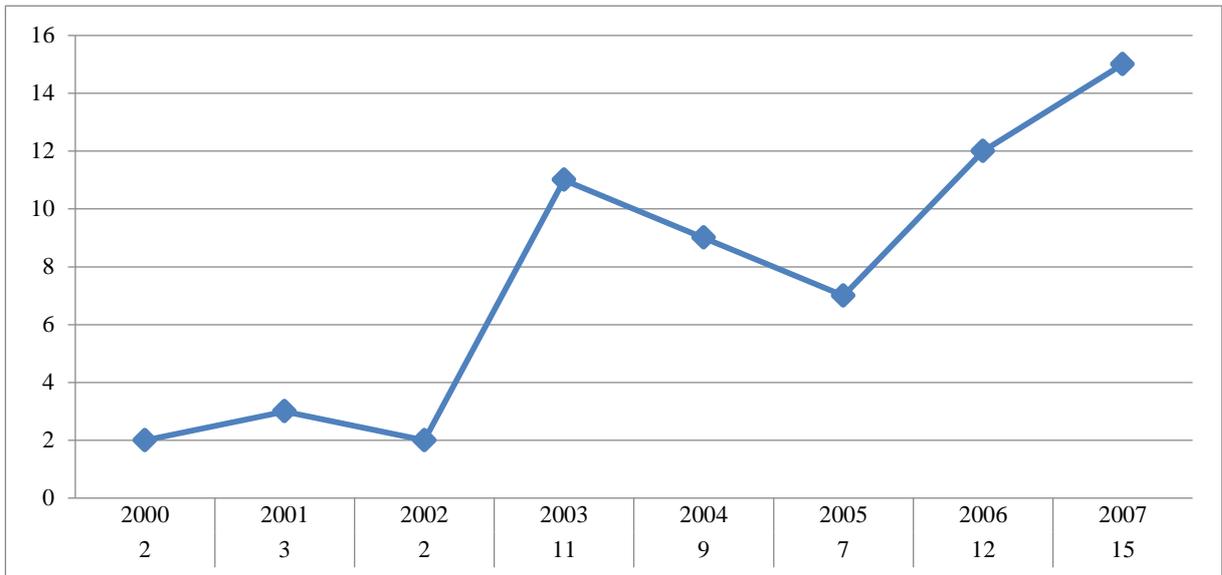
Entre os projetos recentes da TV Globo, três daqueles que tiveram maior repercussão com a crítica especializada, foram produzidos por produtoras independentes, a O2 Filmes e a HB Filmes. Um deles foi a série *Carandiru – Outras Histórias* (2005), dirigida por Hector Babenco, e produzida pela HB Filmes, série baseada no filme que leva o mesmo nome (2003), dirigido pelo mesmo cineasta, recorde de bilheteria no cinema nacional; os outros dois foram produzidos pela O2 Filmes, quais sejam, a série *Cidade dos Homens*, e *Antônia*, minissérie exibida em duas temporadas, que surgiu do filme homônimo, dirigido por Tata Amaral. A proposta da minissérie foi apresentada à produtora, que por meio do Núcleo Guel Arraes, foi realizada pela Rede Globo. Em resposta ao novo momento da produção audiovisual no Brasil, a emissora abriu espaço para um mercado que, apesar de incipiente, crescia rapidamente: a produção independente. O Núcleo de Guel Arraes foi a porta de entrada para muitas dessas produtoras na Rede Globo.

A atuação da Globo Filmes, voltada para produzir efeitos no momento do lançamento dos filmes, muitas vezes assegurando a presença do público e a renda das bilheterias, pôs algumas produções brasileiras nas primeiras colocações do rol de filmes mais assistidos, desbancando produções estrangeiras. *Carandiru*, de Hector Babenco; *Deus é Brasileiro*, de Carlos Diegues; *Didi – O Cupido Trapalhão*, de Paulo Aragão e Alexandre Boury; *Lisbela e o prisioneiro*, de Guel Arraes; *Maria, mãe do filho de Deus*, de Moacyr Góes; *Os normais*, de José Alvarenga; *Xuxa e os duendes 2*, de Paulo Sérgio Almeida e Rogério Gomes; foram alguns títulos co-produzidos pelo departamento. Desde a criação até 2007, a Globo Filmes participou da produção de mais de 60 filmes nacionais, com um público estimado em 70 milhões. Em 2003, ano histórico para o mercado cinematográfico brasileiro, os filmes nacionais representavam quase 22% desse mercado, e o público de filme nacional correspondia a cerca de 22 milhões, um aumento de 202% em relação ao período anterior. Nesse ano, 47 filmes foram lançados, 12 deles co-produzidos pela Globo Filmes, e responsáveis por 88% do total de ingressos vendidos. Em um contexto de crescimento do mercado cinematográfico, o ingresso da Globo Filmes nesse setor representou uma alta

<sup>23</sup> Disponível em <http://www.globomarcasdigital.com.br/detalhe/7875> Acesso em Outubro de 2013.

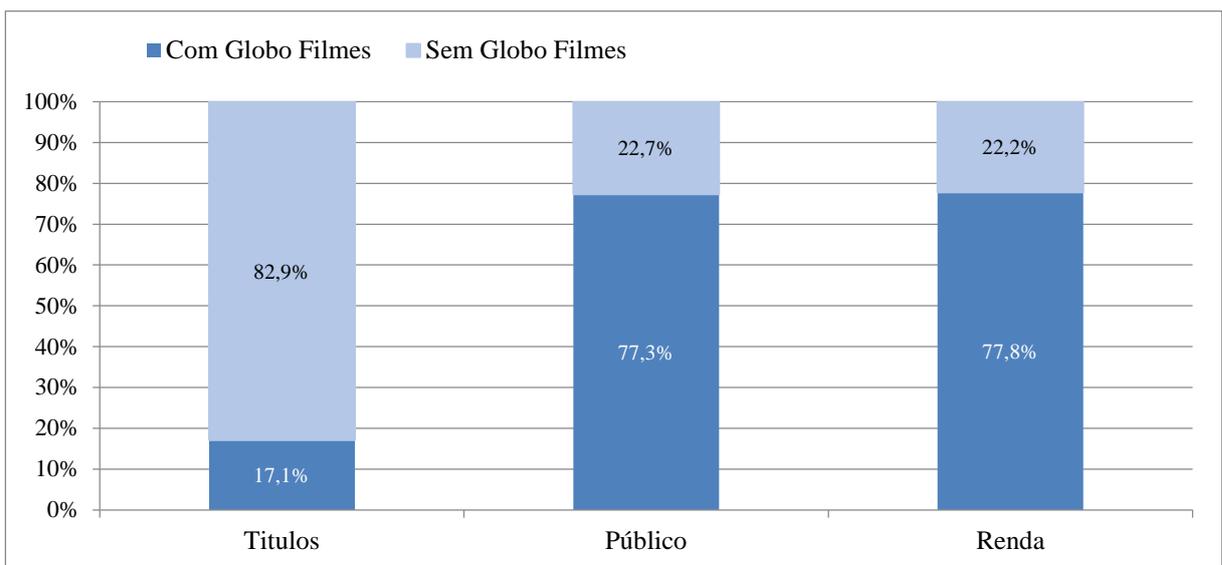
concentração de público e de renda dos filmes produzidos pela empresa. Os altos índices levaram ao aumento do apoio do departamento ao cinema nacional: em 2000, 2 filmes foram apoiados pela empresa, já em 2007, esse número passou para 15.

**Gráfico 8. Evolução da Globo Filmes: 2000 – 2007**



Fonte: BAHIA, 2012.

**Gráfico 9. Filmes Nacionais Lançados com e sem Globo Filmes: 2000 - 2007**



Fonte: BAHIA, 2012.

Ao longo dos anos, a Rede Globo investiu pouco em produção nacional, com a inserção de apenas alguns filmes brasileiros na grade de programação. Ao final dos anos 1990, a criação da Globo Filmes, demarcou uma nova relação entre cinema e televisão. Em prol da “defesa do conteúdo nacional”, da ampliação e da manutenção de legitimidade da emissora, e da antecipação de respostas às revisões da legislação audiovisual desenhada a partir dos governos de Fernando Henrique Cardoso e de Luís Inácio Lula da Silva, a TV Globo passou a visar esse setor.<sup>24</sup> Todavia, perante a resistência para exibição de filmes nacionais na própria emissora, não restou consolidado um espaço para o cinema na programação. A maioria dos filmes que logrou êxito comercial a partir dos anos 2000, foi coproduzido pela Globo filmes, configurando novas relações de poder, dependências, desigualdades, assimetrias. A visão *industrialista* adotada pela empresa, ancorada na comercialização intensa de filmes e no alto retorno de bilheterias do cinema brasileiro, possível pela posição da Rede Globo no cenário nacional, engendrou “outras formas de fazer cinema no Brasil” (BAHIA, 2012, p. 151). O cinema brasileiro, além de enfrentar a concorrência com o produto estrangeiro, também passou a enfrentar a concorrência com o produto televisivo, a partir do deslocamento do “padrão Globo de qualidade” para o cinema.

---

<sup>24</sup> Além da criação da Globo Filmes, outras iniciativas da Rede Globo foram a fundação do *Canal Brasil*, uma *joint-venture* entre a Globosat e o Grupo Consórcio Brasil (formado pelos produtores e cineastas Luiz Carlos Barreto, Zelito Viana, Marco Altberg, Aníbal Massaini e Roberto Faria), em 1998; a instituição do projeto *Brasil Total*, com a atriz Regina Casé e o antropólogo Hermano Vianna à frente, em 2002; entre outras.

### 3. O NOVO CONSÓRCIO TELEVISÃO E CINEMA: MERCADO E CRIATIVIDADE

#### 3.1 As políticas do audiovisual no governo Lula (2003-2010)

Nos tempos contemporâneos, instituições internacionais como a Organização das Nações Unidas (ONU), através de suas agências de cooperação – Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento (UNCTAD), Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNDU), Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), entre outras, bem como o Estado brasileiro, lançaram um novo olhar para a *cultura*, e passaram a percebê-la como um eixo estratégico para o *desenvolvimento*. No presente capítulo, serão observados os desdobramentos desse novo olhar para fins de constituição de um campo audiovisual brasileiro integrado. Em um primeiro momento, por intermédio das políticas delineadas pelo governo Lula e, em um segundo momento, por intermédio da criação de algumas medidas, como a criação de um fundo público para o setor audiovisual, e a promulgação da Lei 12.485/2011. Nesse novo posicionamento, peremptório para a reconfiguração econômico-cultural do país (ORTIZ, 2008), a criatividade, orientada pela singularidade, pelo simbólico, pelo intangível, que remete à “capacidade não só de criar o novo, mas de reinventar, diluir paradigmas tradicionais, unir pontos aparentemente desconexos e, com isso, equacionar soluções para novos e velhos problemas” (REIS, 2008, p. 15), e a diversidade, alçada a “patrimônio comum da humanidade”, nos termos da Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais, adotada em outubro de 2005, durante a 33ª Conferência Geral da UNESCO, e aprovada, no âmbito brasileiro, pelo Decreto Legislativo 485, de 20 de dezembro de 2006, “se entrelaçam e se resolvem num conjunto único de cultura”.<sup>25</sup>

Com o crescimento dos mercados culturais e dos trânsitos simbólicos mundiais, diante da possibilidade de homogeneização e padronização cultural, a *identidade* e a *diversidade cultural* tornaram-se referências na busca de um novo ordenamento. Agências do sistema ONU, notadamente a UNESCO, trouxeram o tema para a ordem do dia. (MATTELART,

---

<sup>25</sup> Disponível em <http://www.cultura.gov.br/site/2011/01/03/discurso-de-posse-da-ministra-da-cultura-ana-de-hollanda/> Acesso em Junho de 2012.

2005). “A UNESCO passou a capitanear as discussões realizadas em âmbito mundial no que diz respeito a um conjunto de ações e propostas de regulamentação, definição e normatização da categoria *cultura* em face das profundas transformações ocorridas no final do século XX” (ALVES, 2011, p. 173). Os novos contornos conferidos ao conceito de *cultura* no âmbito dessa agência corroboraram para o cenário em comento. Conferências de cultura regionais, a Conferência Mundial sobre Políticas Culturais, realizada no México, em 1982, e outras ações, concorreram para a ampliação do conceito de *cultura* e para a imbricação desse conceito com o de *desenvolvimento*, imbricação essa acolhida pela Convenção para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial (2003) e pela Convenção sobre a Proteção e a Promoção da Diversidade das Expressões Culturais (2005). Os novos posicionamentos em defesa da *identidade* e da *diversidade cultural* demandaram a adoção de novas políticas culturais por organismos transnacionais e governos nacionais.

Com a ascensão de Luiz Inácio Lula da Silva à presidência, e a gestão do Ministério da Cultura (MinC) sob os auspícios de Gilberto Gil (2003-2008) e, posteriormente, de Juca Ferreira (2008-2010), em consonância com o pensamento político-cultural internacional, novas propostas foram lançadas para as políticas públicas de cultura.<sup>26</sup> Nesse sentido, uma nova matriz conceitual foi adotada, e a *cultura* passou a ser considerada a partir de três dimensões, a saber, *simbólica*, no que tange à valorização e à consolidação da identidade nacional, assim como ao acesso a bens e equipamentos culturais; *cidadã*, no que tange à efetivação dos direitos culturais, assegurados constitucionalmente; e *econômica*, no que tange à capacidade de geração de emprego e renda por meio de atividades culturais. Já o *desenvolvimento*, passou a ser considerado a partir de duas dimensões, a saber, *econômica*, que apesar de não lograr o mesmo *status*, “continua sendo importante, ainda mais porque está ligado a geração de trabalho, emprego e renda”; e *humano e/ou social*, como “grande meta das políticas culturais para o *desenvolvimento*” (ALVES, 2011, p. 194). O entrelaçamento das dimensões das categorias de *cultura* e *desenvolvimento* passou a nortear programas, projetos e políticas culturais no país, e foi recepcionado, *a posteriori*, pelo Plano Nacional de Cultura (PNC), instituído pela Lei 12.343, de 2 de dezembro de 2010, nos termos do § 3º do artigo 215, da Constituição Federal de 1988.<sup>27</sup>

---

<sup>26</sup> Essas propostas já estavam alinhavadas no documento partidário *A Imaginação a serviço do Brasil – Programa de Políticas Públicas de Cultura*, elaborado ao longo da campanha presidencial de 2002.

<sup>27</sup> Artigo 215. O Estado garantirá a todos o pleno exercício dos direitos culturais e acesso às fontes da cultura nacional, e apoiará e incentivará a valorização e a difusão das manifestações culturais. § 3º A lei estabelecerá o Plano Nacional de Cultura, de duração plurianual, visando ao desenvolvimento cultural do País e à integração

Esses novos delineamentos engendraram uma redefinição do papel estatal. Ao contrário do entendimento político-cultural da gestão do Presidente Fernando Henrique Cardoso e do Ministro da Cultura Francisco Weffort, fundado na ideia de Estado mínimo, o Estado passou a adotar uma postura mais ativa em relação à formulação e à implantação de políticas públicas de cultura. De uma política de um governo específico, a cultura passou a ser percebida como uma política de Estado, para além das contingências governamentais. Tratava-se de uma tentativa de “construir de maneira contínua uma atitude ativa do Estado no registro da cultura” (RUBIM, 2011, p. 41) em interlocução com a sociedade civil, demarcando um “contraponto ao autoritarismo e a busca da democratização das políticas culturais” (RUBIM, 2008, p. 196). Considerando o viés cultural das comunicações, o novo governo conferiu significativa importância para o audiovisual. Em uma conjuntura de proliferação de telas, ou em outros termos, em um período de “tudo-tela”, com “tela em todo lugar e a todo momento”: “tela de vídeo, tela em miniatura, tela gráfica, tela nômade, tela tátil” (LIPOVETSKY; SERROY, 2009, p. 23), marcado pelas novas tecnologias da informação e da comunicação, pelas convergências que definem “transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais” (JENKINS, 2008, p. 22), merece destaque a “tela-ecrã”.

As transformações contemporâneas envolveram em um movimento “as tecnologias e os meios de comunicação, a economia e a cultura, o consumo e a estética”, e o “cinema obedece à mesma dinâmica” (LIPOVETSKY; SERROY, 2009, p. 23). Considerando o processo de interdependência e complementaridade entre os meios que compõem o campo audiovisual (BAHIA, 2012), bem como a incorporação de uma ampla noção de *cultura*, outras modalidades de bens simbólicos, como a televisão, foram incluídas no âmbito de atuação do governo (BEZERRA; ROCHA, 2012). Ao estabelecer que o audiovisual não poderia ser pensado separadamente das demais manifestações culturais, das práticas comerciais e dos arranjos institucionais que vigoravam em outros campos da produção, da circulação e do consumo de bens simbólicos, esse meio passou a ocupar um novo espaço no contexto político-cultural do país. Em 2002, intelectuais e artistas apresentaram ao Presidente Lula as principais reivindicações para esse setor. Nesse documento, conhecido como

---

das ações do poder público que conduzem à: defesa e valorização do patrimônio cultural brasileiro; produção, promoção e difusão de bens culturais; formação de pessoal qualificado para a gestão da cultura em suas múltiplas dimensões; democratização do acesso aos bens de cultura; valorização da diversidade étnica e regional. Disponível em [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm) Acesso em setembro de 2012.

*Declaração do Canecão*, elaborado por Nelson Pereira dos Santos e Orlando Senna, a atenção para o audiovisual foi pleiteada:

[...] as maiores atividades econômicas das próximas décadas estarão relacionadas às indústrias culturais e à comunicação. Isso significa que o país que não desenvolver e fomentar sua expressão cultural estará condenado a um papel secundário na economia global. Alguns países, [...] antecipando essa megatendência econômica, já estão ocupando espaços vitais na circulação nacional e internacional de bens culturais. Das dez maiores indústrias francesas, seis são culturais. Das dez maiores inglesas, cinco são culturais. A maior receita direta dos EUA vem da indústria bélica e a segunda vem da indústria audiovisual, dos filmes que todo mundo compra e que ocupam 80% do mercado consumidor de cinema de todo o planeta. [...] O audiovisual é a maior e mais importante indústria cultural.

Acompanhando essas diretrizes, ao assumir a Secretaria do Audiovisual (SAv), por indicação do Ministro Gilberto Gil, o cineasta Orlando Senna propôs uma reorganização do órgão e uma ampliação das suas atividades. Essas proposições já estavam esboçadas no Relatório do Seminário Nacional do Audiovisual, ocorrido em dezembro de 2002, no Rio de Janeiro. Nessa ocasião, representantes setoriais, entidades de classe e associações profissionais analisaram o cenário audiovisual e teceram propostas para o cinema e para a televisão no Brasil. Pensar o audiovisual como um todo foi o fio condutor dos debates do seminário e da gestão do cineasta. Nesse sentido, a aproximação entre cinema e televisão foi considerada estratégica para o fortalecimento da indústria audiovisual brasileira (MinC, 2012). Depreende-se do Relatório de Gestão da SAv que as políticas para o audiovisual foram pensadas a partir de alguns demarcadores da tessitura contemporânea, como “uma reconfiguração da dimensão simbólica do mundo contemporâneo”, “uma concentração do mercado global da mídia/entretenimento”; “o caráter assimétrico dos processos de circulação e de produção dos bens simbólicos na arena internacional”. Para articular políticas de cultura e de comunicação, a SAv buscou “contemplar tanto a natureza política/cultural/simbólica do audiovisual quanto seu caráter industrial/tecnológico/mercadológico” (BEZERRA; MOREIRA; ROCHA, 2010, p. 2). Essa tentativa de articulação ocorreu mediante três formas, a saber, por meio da tentativa de implementação de uma agência para o audiovisual; de diversos programas e projetos da Secretaria; e da instituição de uma rede pública de televisão.

Para a estruturação do mercado audiovisual, uma das propostas do governo foi o resgate da ideia concebida inicialmente pelo Grupo Executivo de Desenvolvimento da Indústria do Cinema (GEDIC) quanto à Agência Nacional do Cinema (ANCINE), qual seja, a regulação, fiscalização e elaboração de políticas de fomento não apenas para o cinema, mas para a atividade audiovisual como um todo, inclusa a televisão e outras plataformas digitais.

Para estender as atividades da ANCINE, que estava sob a égide da Casa Civil até 2003, ano em que passou para o âmbito do MinC, foi encaminhado ao Conselho Superior de Cinema (CSC) um anteprojeto para a criação de uma nova instituição, a Agência Nacional do Cinema e do Audiovisual (ANCINAV). Além da substituição da ANCINE pela ANCINAV, a transformação do CSC no Conselho Superior do Cinema e do Audiovisual (CSAV); a criação do Fundo Nacional para o Desenvolvimento do Cinema e do Audiovisual Brasileiros (FUNCINAV); e a criação do Fundo de Fiscalização do Cinema e do Audiovisual (FISCINAV) figuravam entre outras propostas estruturais. Conforme a minuta do projeto de lei da ANCINAV, a criação da agência estava amparada na centralidade do audiovisual para fins econômicos, políticos e culturais e, em um sentido mais amplo, na salvaguarda da indústria audiovisual nacional, acenando para a valorização simbólica da *cultura* e para o combate à monopolização do setor, notadamente na seara das telecomunicações. No anteprojeto, além do fomento e da regulação, a agência teria como desígnio uma intervenção mais abrangente na política pública mediante a inserção de outros segmentos de mercado audiovisual não contemplados pela ANCINE. A atuação da agência compreenderia “desde o mercado de exibição de cinema até a distribuição de vídeos por telefone celular, passando pela radiodifusão, pela TV por assinatura, pelos prestadores de serviços para o mercado audiovisual, regulando direitos autorais e outros temas” (AZULAY, 2007, p. 81). Com esse desenho institucional, a agência teria uma “capacidade de intervenção superior ao escopo regulatório”, sendo possível falar em uma “agência articuladora de política pública setorial” (FORNAZARI, 2006, p. 662).

Esse anteprojeto foi concebido a partir de um modelo contemporâneo de regulação, já vigente em outros países, como França, Canadá, Austrália e Coréia do Sul, adaptado às singularidades brasileiras. Entretanto, diante da resistência das grandes empresas televisivas do país e de outros nichos do mercado, aliada à decisão do governo de não confrontá-los, o anteprojeto da ANCINAV foi arquivado. A proposta de criação da agência e a possibilidade de regulação da atividade audiovisual foram impugnadas por grandes emissoras de televisão; por distribuidoras estrangeiras, representadas pela *Motion Picture Association* (MPA); por exibidores; por integrantes do Fórum do Audiovisual e do Cinema (FAC); por alguns cineastas. Propostas como a reserva de espaço nas TV's Aberta e por Assinatura para a programação nacional independente e regional, e a correlata abertura para outros conteúdos audiovisuais, produzidos fora do eixo Rio|São Paulo, causou a insurgência de empresas como a Rede Globo. Para não afetar a produção verticalizada de conteúdo, prática da emissora, e

para não arcar com taxações propostas pelo anteprojeto, alegações de intervencionismo estatal nos meios de comunicação foram veiculadas, não apenas na televisão, mas também na mídia impressa por meio de jornais, como O Estado de São Paulo e O Globo.

Alguns programas voltados para a articulação com a televisão, alinhavados pelo governo Lula, merecem referência. Entre eles, o *Programa de Fomento à Produção e Teledifusão do Documentário Brasileiro* (DOCTV), voltado para a “regionalização da produção, a articulação de um circuito nacional de teledifusão e a criação de mercado para o documentário brasileiro” (MinC, 2012).<sup>28</sup> Tal programa foi estruturado para encadear os elos da cadeia produtiva do audiovisual, e realizar uma aproximação entre a produção independente e a televisão. Criado em 2003, a partir de um convênio firmado entre o MinC e a Fundação Padre Anchieta/TV Cultura e, em seguida, a Associação Brasileira das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais (ABEPEC) e a Empresa Brasil de Comunicação/TV Brasil (EBC), o DOCTV apresentou um novo modo de atuação, integrando múltiplos atores – o governo federal, mediante a SAV; as TVs públicas regionais; a produção independente, mediante a Associação Brasileira de Documentaristas (ABD), e a ABEPEC.<sup>29</sup> Para garantir a abertura de mercado para o documentário, houve uma tentativa de exibição dos filmes pelas emissoras públicas, assim como de investimento em distribuição nacional de filmes em DVD, e em distribuição internacional por meio do *Programa Brazilian TV Producers*. Para além disso, para incentivar a descentralização da produção, a primeira edição do programa contemplou a realização de 26 documentários, um em cada unidade federativa. O modelo do DOCTV, lançado em 2003, tornou-se referência internacional e influenciou a realização de programas similares no México e na Colômbia, assim como a criação de programas supranacionais, como o DOCTV Ibero-América e o DOCTV CPLP (Programa de Fomento à Produção e Teledifusão do Documentário da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa).

A instituição de uma rede pública de televisão de alcance nacional foi outra tentativa de articulação audiovisual. Com o arquivamento do projeto da ANCINAV, a SAV direcionou o olhar para esse projeto, com o propósito de solidificar canais culturais, educativos, universitários e comunitários, com a participação e a co-responsabilidade da sociedade. Em 2007, com a presença de emissoras com fins públicos, membros da sociedade civil e

---

<sup>28</sup> Outros programas podem ser mencionados, como *Revelando os Brasis*, *Documenta Brasil*, *Curta Criança* e *Curta Animação*. Em 2007, Silvio Da-Rin assumiu a SAV e manteve alguns projetos (DOCTV e *Revelando os Brasis*) e criou outros, como o *AnimaTV*, o *FicTV*, e o *Nós na Tela*.

<sup>29</sup> Quanto aos recursos, o MinC assumia parte do valor dos contratos de co-produção dos filmes e as despesas da gestão do projeto (80%), enquanto o restante do valor era assumido pelas TVs públicas.

profissionais da cultura, o *I Fórum Nacional de Televisões Públicas* foi um importante evento para a reflexão sobre o tema, e ensejou a edição da Medida Provisória 398, em outubro de 2007 que, em abril de 2008, foi convertida na Lei 11.652, com a prescrição dos princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública, explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta, bem como com a constituição da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), vinculada à Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República. No mesmo ano, a Radiobrás restou incorporada pela empresa, com os canais de radiodifusão e comunicação pública. Por um viés, a Radiobrás agregou relevante orçamento, funcionários e equipamentos, por outro, “a incorporação de um órgão estatal de comunicação, indica um retrocesso quanto à manutenção de um dos mais importantes princípios para a prestação do serviço de radiodifusão pública”, a saber: “a complementaridade entre os sistemas privado, público e estatal, ditada pela constituição federal” (BEZERRA; MOREIRA; ROCHA, 2010, p. 10). Diferentemente do êxito obtido pelo DOCTV, que acenou para a intricada relação das políticas culturais com as comunicações, mediante a produção de documentários com olhares diversificados e a associação do programa com a televisão, o projeto de TV Pública, apesar da importância no cenário do país, não logrou o mesmo êxito. A EBC, uma televisão que se pretendia pública, teria mais autonomia se estivesse vinculada ao MinC, e não a um órgão responsável pela comunicação do governo federal.

No Brasil, enquanto o desenvolvimento da televisão foi marcado por um negócio híbrido, entre o público e o privado, o desenvolvimento do cinema foi marcado pela dependência das políticas estatais. Considerando o processo de modernização do país, essa construção reporta a distinções e dicotomias conferidas a esses meios ao longo dos anos. Indústria/entretenimento e negócio empresarial/comercial refletem o tratamento conferido à televisão; já artístico/cultural e política estatal, refletem o tratamento conferido ao cinema (BAHIA, 2012). Nos anos recentes, uma reorganização do campo cultural e, por extensão, do campo audiovisual, foi alinhavada. Novos discursos, políticas e/ou práticas enfraqueceram essas oposições e hierarquias, e acenaram para a aproximação entre cinema e televisão. Com o governo Lula, a televisão passou a ocupar outro lugar, e foi acolhida pelas políticas culturais, reflexo de uma mudança de paradigma na atuação do MinC|SAv. Essa nova atuação, embora pouco efetiva, pôs o tema em debate e, na composição deste novo arranjo, importantes medidas foram adotadas para a consolidação de um mercado audiovisual: o lançamento do Fundo Setorial do Audiovisual (FSA), em 2008, e a edição da Lei 12.485 (Lei da TV por Assinatura), em 2011.

### 3.2 O Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) e a Lei 12.485/2011

Dinâmicas culturais, sociais e econômicas erigidas a partir de bens e serviços culturais, demarcados pelo viés simbólico, intangível, fundamentam a ideia de *economia criativa*. Em palavras outras, a imbricação entre *cultura* e *desenvolvimento* implica em novos usos dessas categorias, e seus desdobramentos convergem para a concepção de *economia criativa*, um conceito em construção, “centrado, mas não restrito, às artes e as atividades culturais, e voltado para a dinâmica das indústrias criativas” (SANTOS-DUISEMBERG, 2012, p. 42). O uso dessa conceituação implica em uma redefinição dos modelos convencionais; atividades que antes eram consideradas pelo viés cultural, agora são também consideradas pelo viés econômico. *Indústrias culturais, indústrias criativas, economia do intangível, economia imaterial, economia da cultura*, entre outros termos, embora com matizes distintos e abrangências diversas, convergem para uma ideia central: “o desenvolvimento de uma economia com lastro na cultura, na criatividade, nos valores humanos, nos saberes tradicionais, adepta da pluralidade [...]” (MELEIRO; FONSECA, 2012, p. 257).

Nesse passo, algumas considerações sobre os conceitos em tela merecem registro. O delineamento da noção de *indústria cultural* remete aos anos 1940, mais especificamente, aos estudos dos filósofos da Escola de Frankfurt – Theodor Adorno e Max Horkheimer, no ensaio *Indústria cultural: o iluminismo como mistificação das massas*, publicado em 1947, e reporta-se a uma crítica ao entretenimento de massa. Em meio aos processos de modernização cultural, de uma categoria analítica, forjada em um nicho acadêmico específico para tratar da trama da relação entre arte, técnica, estética e mercado, e dos desdobramentos do processo de *industrialização do simbólico*, esse conceito passou a figurar como uma categoria nativa, para conferir legitimidade discursiva a determinadas lutas políticos-culturais (ALVES, 2008). Nos tempos atuais, outro perfil foi conferido às *indústrias culturais*; consoante definição da UNESCO, em *Understanding Creative Industries - statistics for public-policy making*, essas indústrias são aquelas que produzem bens e serviços culturais, combinadas “criação, produção e comercialização de conteúdos que são de natureza cultural e intangível”. Ainda, são indústrias “centrais na promoção e manutenção da diversidade cultural e na garantia do acesso democrático à cultura”.

Já os primeiros delineamentos da noção de *indústrias criativas* remetem ao projeto australiano *Creative Nation*, desenvolvido em 1994 para embasar uma nova política cultural. Nesse projeto, entre outras ideias, restava defendida a importância da atividade criativa para a economia do país. No final dos anos 1990, ao realizar um mapeamento sobre tendências de mercado e vantagens competitivas nacionais, o *Department of Culture, Media and Sport* (DCMS), do Reino Unido, por meio do grupo de trabalho *Creative Industries Unit and Task Force*, apontava as *indústrias criativas* como um setor *sui generis* para a economia. O estudo mostrava que, para além de fins culturais, essas indústrias apresentavam potencial para geração de empregos e renda. Sendo assim, o Partido Trabalhista Inglês – *New Labour*, reconheceu a necessidade de instituir políticas públicas específicas para esse segmento. No *Creative Industries Mapping Document* foram mapeados 13 setores de maior potencial,<sup>30</sup> e as *indústrias criativas* foram definidas como aquelas advindas da “criatividade, habilidade e talento individuais, com potencial de criação de riqueza e de emprego através da geração e exploração de propriedade intelectual”.

A partir desse empreendimento,<sup>31</sup> o conceito britânico engendrou uma série de reflexões sobre a necessidade de mudanças estruturais no tecido socioeconômico global e nas lutas político-culturais. Valoração do intangível cultural; reposicionamento do papel da cultura na estratégia socioeconômica, (com a articulação de conteúdos simbólicos e econômicos); inclusão de novos modelos de negócio; requalificação urbana (*clusters criativos* e *idades criativas*<sup>32</sup>); revisão do sistema educacional (emergência de novas profissões); foram alguns desdobramentos (REIS, 2008, p. 18-19). Nessa direção, a temática das *indústrias criativas* foi levada à pauta da XI Conferência Ministerial da UNCTAD, realizada no Brasil, em 2004, e inserida, pela primeira vez, como recomendação, aventada pelo Comitê de Alto Nível sobre as Indústrias Criativas e Desenvolvimento, na agenda econômica e de

---

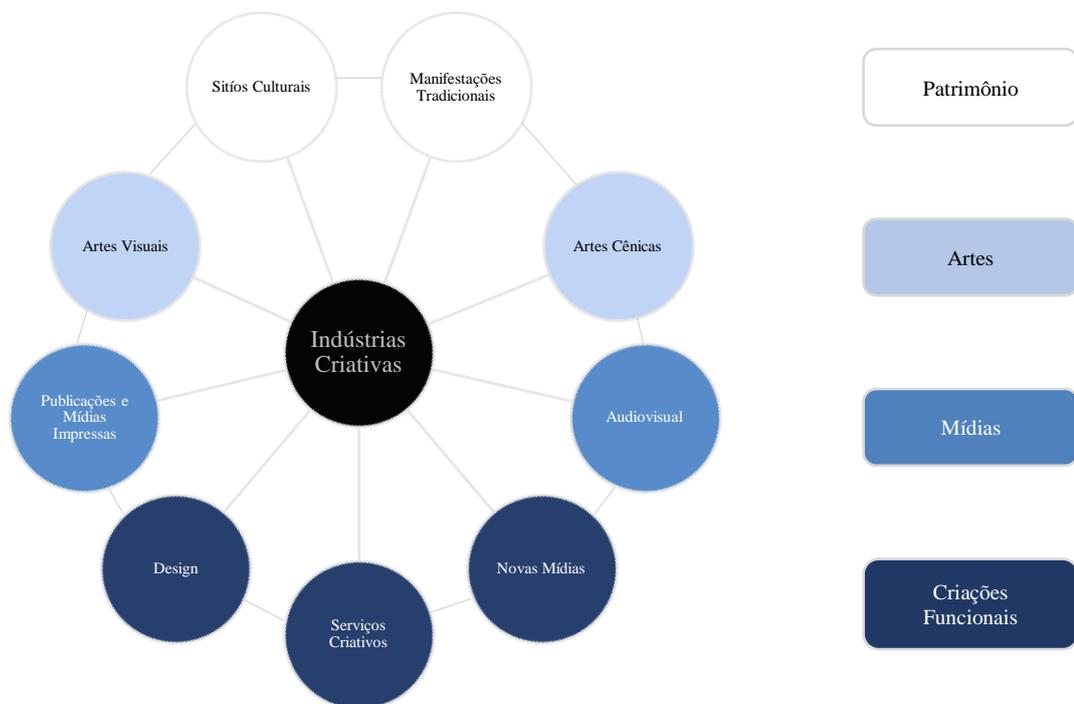
<sup>30</sup> *Architecture; Art and Antiques Market; Crafts; Design; Designer Fashion; Film; Interactive Leisure Software; Music; Performing Arts; Publishing; Software; Television and Radio*, disponível em [https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/183544/2001part1-foreword2001.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/183544/2001part1-foreword2001.pdf), Acesso em Outubro de 2013.

<sup>31</sup> Ana Carla Fonseca Reis em *Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento* (2008, p. 17), aponta algumas razões para o êxito do empreendimento do Reino Unido, quais sejam, contextualizar o programa de indústrias criativas como uma resposta a um quadro socioeconômico global em transformação; privilegiar os setores de maior vantagem competitiva para o país e reordenar as prioridades públicas para fomentá-los; divulgar estatísticas reveladoras da representatividade das indústrias criativas na riqueza nacional (7,3% do PIB, em 2005) e com crescimento recorrentemente significativo (6% ao ano, no período 1997-2005, frente a 3% do total); reconhecer o potencial da produção criativa para projetar uma nova imagem do país, interna e externamente, sob os slogans *Creative Britain* e *Cool Britannia*, com a decorrente atratividade de turismo, investimentos externos e talentos que sustentassem um programa de ações complexo.

<sup>32</sup> Complexos urbanos em que as atividades culturais constituem um componente do funcionamento econômico e social da cidade (UNCTAD, 2010).

desenvolvimento internacional. O setor das *indústrias criativas*, enquanto um dos “mais dinâmicos no sistema do comércio global”, requeria medidas políticas inovadoras e, em resposta, uma série de iniciativas políticas internacionais e nacionais foram traçadas (UNCTAD, 2010, p. 233).<sup>33</sup> Para a UNCTAD, essas indústrias<sup>34</sup> podem ser dispostas em quatro grandes grupos: Patrimônio, Artes, Mídia e Criações Funcionais, cada um deles abrangendo diversos setores, como se vê no gráfico a seguir.

**Gráfico 10. Classificação da UNCTAD: Indústrias Criativas**



Fonte: UNCTAD, 2010.

<sup>33</sup> A exemplo, a criação do Grupo Informal Multiagências das Nações Unidas sobre Indústrias Criativas. Uma das iniciativas delineadas por esse grupo, composto pela UNCTAD, PNDU, UNESCO, Organização Internacional do Trabalho (OIT), Centro de Comércio Internacional (CCI), e Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI)/*World Intellectual Property* (WIPO), foi a elaboração do Relatório de Economia Criativa 2008.

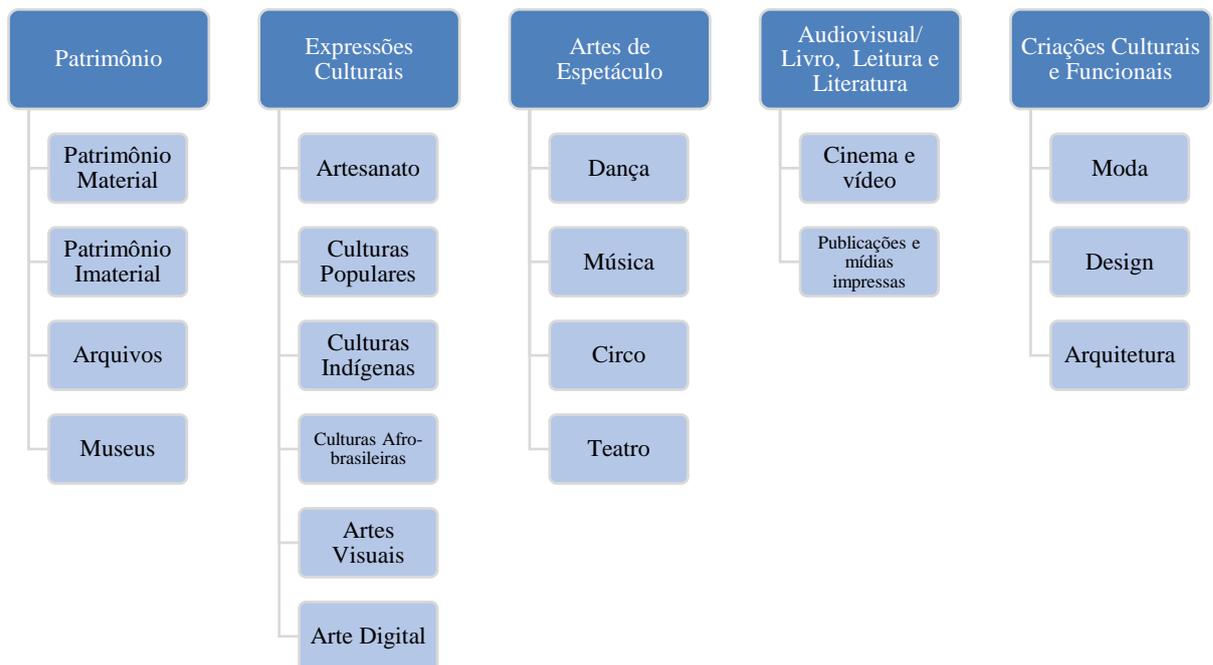
<sup>34</sup> Conforme a UNCTAD, essas indústrias são os ciclos de criação, produção e distribuição de produtos e serviços que utilizam criatividade e capital intelectual como insumos primários; constituem um conjunto de atividades baseadas em conhecimento, focadas, entre outros, nas artes, que potencialmente geram receitas de vendas e direitos de propriedade intelectual; constituem produtos tangíveis e serviços intelectuais ou artísticos intangíveis com conteúdo criativo, valor econômico e objetivos de mercado; posicionam-se no cruzamento entre os setores artísticos, de serviços e industriais; constituem um novo setor dinâmico no comércio mundial.

Independentemente da definição e da classificação das *indústrias criativas*, elas estão no centro da *economia criativa*. A primeira definição desse termo foi tecida por John Howkins, no livro *The Creative Economy: How people make money from ideas*, publicado em 2001. Para o autor, a articulação entre criatividade e economia forjava uma nova relação, a partir da qual valor e riqueza eram gerados. Outras duas produções sobre o tema podem ser citadas: *Creative industries*, publicada em 2001 por Richard Caves; e *The rise of the creative class*, publicada em 2002 por Richard Florida. No *Creative Economy Report*, os contornos da *economia criativa*, considerada a interação entre quatro formas de capital – social, cultural, humano, estrutural ou institucional, que resultam no capital criativo|criatividade, restaram assim definidos: capaz de “estimular a geração de renda, a criação de empregos e a exportação de ganhos, ao mesmo tempo que promove inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano”; comporta “aspectos econômicos, culturais e sociais que interagem com objetivos de tecnologia, propriedade intelectual e turismo”; “é um conjunto de atividades econômicas baseadas em conhecimento, com uma dimensão de desenvolvimento e interligações cruzadas em macro e micro níveis para a economia em geral”; é uma “opção de desenvolvimento viável que demanda respostas de políticas inovadoras e multidisciplinares, além de ação interministerial” (UNCTAD, 2010, p. 10).

A *economia criativa*, construção simbólico-discursiva, edificada a partir de discursos de organismos internacionais e nacionais para legitimar atuações e alargar o escopo dos mercados culturais, emergiu em um contexto de *industrialização do simbólico* (CANCLINI, 2006), de expansão dos serviços e bens culturais e de crescimento da importância a eles atribuída ou, em suma, em um contexto de imbricação entre o domínio estético-expressivo e o domínio econômico-comercial e as novas relações dela decorrentes entre arte, técnica, memória e mercado (ALVES, 2011). Para um conceito de *economia criativa* adequado às especificidades brasileiras, e uma implementação de políticas públicas pertinentes a essa realidade, algumas categorizações e identificações foram feitas pelo poder público. Nesse rumo, os setores criativos restaram definidos no PNC como “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” (MinC, 2011, p. 23). Nesse sentido, o conceito revela:

Por um lado, a plêiade de atividades e realizações artístico-culturais contidas em uma série de bens e serviços, por outro, opera como registro discursivo capaz de engendrar novas práticas e fundos de saber considerados eminentemente criativos. Assim, em uma frente empírica, a categoria de *economia criativa* emerge como um desdobramento simbólico-conceitual decorrente do crescimento da relevância econômica das atividades, bens e serviços culturais, produzindo um novo regime discursivo acerca da esfera cultural, vicejando um agudo discurso culturalista no ambiente empresarial-corporativo e governamental; em outra frente, a categoria de *economia criativa* passa a ser, ela mesma, instauradora de novas realidades e dinâmicas econômico culturais, pois é um tema/conceito que tem sido assaz utilizado para justificar e executar políticas culturais em países como o Brasil (ALVES, 2013, p. 4).

**Gráfico 11. Escopo dos Setores Criativos – Ministério da Cultura**



Fonte: MinC, 2011.

A *economia criativa* instaura novas realidades e consigna novas dinâmicas econômico-culturais. Instituído pela Lei 11.437, de 28 de dezembro de 2006, regulamentado pelo Decreto 6.299, de 12 de dezembro de 2007, e lançado em 4 de dezembro de 2008, pelo Ministro da Cultura à época – Juca Ferreira, e pelo Diretor Presidente da ANCINE – Manoel Rangel, o Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) foi a primeira categoria de programação específica do Fundo Nacional de Cultura (FNC) colocada em operação. Com o fim de fomentar o desenvolvimento articulado da atividade audiovisual brasileira, distintos instrumentos, como, investimentos<sup>35</sup>, financiamentos<sup>36</sup>, operações de apoio e de equalização de encargos financeiros<sup>37</sup>, e valores não reembolsáveis<sup>38</sup> foram endereçados aos diversos elos da cadeia produtiva: produção, distribuição/comercialização, exibição, e infraestrutura de serviços. Em cotejo com outros investimentos públicos para a cultura no país, o FSA apresentou nova abrangência de atuação e novos meios de estímulo estatal para o setor audiovisual. Para Manoel Rangel, esse fundo incutiu “um novo ciclo de desenvolvimento para a economia do cinema e do audiovisual no Brasil”; representou “uma possibilidade de ação sistêmica inédita e necessária” nessa seara (ANCINE, 2012).

Com receitas oriundas da própria atividade econômica, de contribuições recolhidas pelos agentes de mercado, sobretudo da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional (CONDECINE), e do Fundo de Fiscalização das Telecomunicações (FISTEL), entre outras fontes, cabe ao FSA apoiar o desenvolvimento de alguns programas, a saber, o Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Brasileiro (PRODECINE); o Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Audiovisual Brasileiro (PRODAV); e o Programa de Apoio ao Desenvolvimento da Infraestrutura do Cinema e do Audiovisual (PRÓ-INFRA), de acordo com o Artigo 4, da Lei 11.437/06, combinado com o Artigo 47, da Medida Provisória 2.228-1/01. Nessa senda, compete ao FSA operar por meio de editais públicos, a partir de quatro linhas iniciais de atuação – produção cinematográfica, produção para televisão, aquisição de direitos de distribuição cinematográfica, e comercialização de obras cinematográficas –, dispostas na modalidade de investimento e,

---

<sup>35</sup> Participação em projetos, tendo como contrapartida a participação do FSA nos resultados comerciais dos mesmos, e no capital de empresas (participação minoritária). Nessa modalidade de colaboração financeira, os recursos aplicados pelo FSA são retornáveis, porém não exigíveis.

<sup>36</sup> Operações de empréstimo a projetos, mediante a constituição de garantias e tendo como contrapartida o pagamento de encargos financeiros, com plena exigibilidade dos recursos.

<sup>37</sup> Redução de encargos financeiros incidentes em operações de financiamento.

<sup>38</sup> Modalidade de colaboração financeira prevista apenas em casos excepcionais, mediante a prévia aprovação do CGFSA.

portanto, com comprometimento comercial das obras, risco ausente nos financiamentos públicos desde a extinção da EMBRAFILME. Chamadas públicas instauram as seleções de projetos para financiamento pelo FSA, que são realizadas através de concurso público ou por fluxo contínuo. Na modalidade de fluxo contínuo, antiga requisição do setor audiovisual para atender às dinâmicas da cadeia produtiva (PFFEIFER, 2012), os investimentos são estendidos para períodos posteriores à época de lançamento do edital, em outros termos, a apresentação de projetos pode ser feita a qualquer tempo, considerada a data de convocação da linha de ação.

No tocante aos projetos, as propostas podem ser feitas por empresas brasileiras independentes, registradas na ANCINE e nas Juntas Comerciais; a essas propostas são atribuídas notas, sopesados alguns quesitos, conforme a linha de ação.<sup>39</sup> Além dessas notas, são atribuídas pontuações relativas ao retorno financeiro de investimentos anteriormente realizados pelo Fundo em projetos da empresa ora proponente, sendo negativas as avaliações quando não alcançado o montante referente à recuperação prioritária, também denominada de retorno mínimo. A alíquota, para fins desse retorno, incide sobre a Receita Líquida do Produtor (RLP), auferida sobre segmentos de mercado e janelas de exploração, licenciamento de marcas e imagens, e contratos de transferência de direitos patrimoniais da obra e derivados (ANCINE, 2012). Com essa nova política setorial, o desempenho precedente das empresas passou a ser considerado, assim como o potencial de mercado dos projetos. Sendo assim, ao dispor de recursos reembolsáveis, e participar dos direitos de comercialização das obras, o governo atua como sócio das empresas. Vânia Catani, produtora da Bananeira Filmes, e uma das primeiras contempladas pelas Chamadas Públicas do FSA, faz referência a um novo momento para o setor audiovisual: “todos nós que atuamos como produtores durante a Retomada tivemos que ser convertidos em empresários, de modo que essa nova equação de equilíbrio é o desafio” (FILME B, 2012). Em números, no quadro abaixo seguem os projetos inscritos, habilitados e contemplados nas quatro linhas de ação, nos anos 2008, 2009 e 2010.

---

<sup>39</sup> Aspectos artísticos e adequação ao público; qualificação de diretor, roteirista e elenco; capacidade gerencial e desempenho de produtora ou distribuidora; e planejamento e adequação do plano de negócios figuram entre os quesitos.

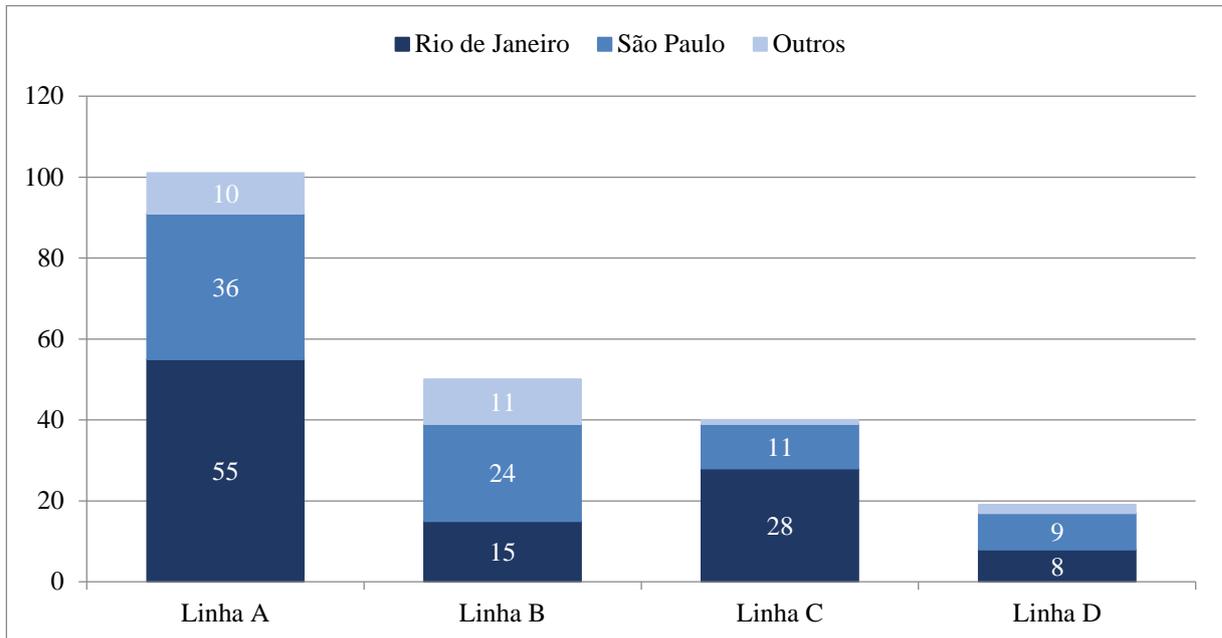
**Tabela 4. Projetos por Linhas de Ação: 2008 – 2010**

Chamadas Públicas						
Ano	Linhas de Ação	Linha A Produção Cinematográfica	Linha B Produção para TV	Linha C Aquisição de Direitos	Linha D Comercializaçã o	Total
2008	Inscritos	220	46	15	18	299
	Habilitados	144	24	10	12	190
	Contemplados	18	5	8	7	38
2009	Inscritos	207	57	26	12	302
	Habilitados	191	39	22	12	264
	Contemplados	45	23	16	10	94
2010	Inscritos	189	57	24	4	274
	Habilitados	174	41	23	4	242
	Contemplados	41	21	16	2	80

Fonte: ANCINE, FINEP, 2012.

Após longo período de financiamentos públicos fundados em mecanismos de incentivos fiscais, não obstante a recuperação da produção cinematográfica no país, para a efetiva inserção do cinema nacional no mercado audiovisual, outra política cultural, mais consistente e abrangente, despontou com a instauração do FSA (BAHIA, 2012). A eficácia dessa política depende de uma lógica mais ampla, para além da produção de filmes de longa-metragem, requer voltar a atenção para a complexa e dinâmica rede de relações que envolvem a cadeia produtiva do audiovisual (MATTA, 2010). Ao aferir os projetos selecionados pelas linhas de ação, apesar de contemplados os distintos elos dessa cadeia, assim como diversos gêneros e empresas, notou-se uma concentração de projetos oriundos da Região Sudeste, mais especificamente, dos estados do Rio de Janeiro e de São Paulo. Esmiuçando os dados mostrados no quadro anterior, do total de projetos contemplados, 106 foram procedentes do Rio de Janeiro, 80 de São Paulo, e 24 de outros estados.

**Gráfico 12. Projetos Contemplados por Estados: 2008 – 2010**



Fonte: ANCINE, 2012.

Com a promulgação da Lei 12.485,<sup>40</sup> sancionada pela Presidente Dilma Rousseff, em setembro de 2011, resultado de longa tramitação no Congresso Nacional, e de intensos diálogos e negociações entre parlamentares, representantes do setor audiovisual, agentes econômicos e representantes da sociedade civil, novos contornos foram traçados para a cadeia produtiva do setor audiovisual no país e, nessa tessitura, outras abrangências e recursos para o FSA. Convergência de mídias, transformações tecnológicas, novos modos de consumo de informação e de conteúdo audiovisual engendraram novos delineamentos normativos. Em um cenário marcado pelo aumento das demandas dos serviços de TV por Assinatura, e pela imbricação entre *economia criativa*, economia do audiovisual e economia da informação, a Lei 12.485 figura como um marco regulatório para a comunicação audiovisual. Considerando os avanços trazidos pelo texto legislativo, três grandes inovações merecem destaque, quais sejam, a unificação de tecnologias, a obrigatoriedade de cotas de conteúdo brasileiro e independente nas programações das TVs por Assinatura, e o ingresso de novos agentes econômicos nesse mercado. A partir dessas inovações, novos recursos, advindos da

<sup>40</sup> São finalidades desta Lei: aumentar a competitividade e a garantia da sustentabilidade do setor audiovisual; ampliar o acesso às obras audiovisuais brasileiras e aos canais brasileiros de programação; induzir a sustentabilidade das produtoras e das programadoras brasileiras independentes, através da geração de receitas provenientes das atividades de produção e de programação, resguardada a detenção do poder dirigente sobre o patrimônio da obra; promover ampla, livre e justa competição, estendendo a oferta de serviços e estimulando a redução do preço final ao assinante; estimular o aumento da produção e da veiculação de obras audiovisuais que promovam a diversidade cultural brasileira; entre outras.

arrecadação da nova CONDECINE, foram destinados ao setor audiovisual, mais especificamente, ao FSA.

A partir da edição da Lei 12.485, a CONDECINE foi estendida às concessionárias, permissionárias e autorizadas de serviços de telecomunicações, efetiva ou potencialmente, distribuidoras de conteúdos audiovisuais, de acordo com a redação dada pelo Artigo 26, dessa lei, ao inciso II, do Artigo 32, da Medida Provisória 2.228-1/01.<sup>41</sup> Outrossim, ao instituir outra redação ao Artigo 4 da Lei 11.437/06, o Artigo 27 da Lei da TV por Assinatura determinou que dos recursos advindos da nova CONDECINE, no mínimo, 30% devem ser reservados a produtoras brasileiras situadas nas regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste e, no mínimo, 10% devem ser reservados ao fomento de produções audiovisuais independentes, com veiculação prioritária em canais comunitários, universitários e de programadoras brasileiras independentes.<sup>42</sup> Essas novas destinações estão alinhadas com os princípios informadores da comunicação audiovisual de acesso condicionado. Dentre esses princípios, vale sublinhar a promoção da *diversidade cultural* e das fontes de informação, produção e programação, assim como o estímulo à produção independente e regional. Igualmente, nos termos do Parágrafo Único, do Artigo 3 dessa lei, vale realçar o aditamento de outros princípios, nomeadamente aqueles constantes na Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais. Com a Lei 12.485 e com o FSA, houve uma redefinição dos fundamentos do financiamento público para o setor audiovisual. Um dessas redefinições refere-se ao montante dos recursos. É estimado em R\$ 400 milhões anuais o volume adicional de recursos para o mercado audiovisual, consideradas, em conformidade com a lei, as novas

---

<sup>41</sup> A redação do Artigo 32 era “A Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional - CONDECINE terá por fato gerador 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. A nova redação do Artigo 32 passou a ser “A Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional - CONDECINE terá por fato gerador: 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”. Disponível em [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/mpv/2228-1.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/mpv/2228-1.htm) Acesso em Novembro de 2013.

<sup>42</sup> Estabelece o Artigo 27 da Lei da TV por Assinatura que “O art. 4º da Lei 1.437, de 28 de dezembro de 2006, passa a vigorar com a seguinte redação: § 3º As receitas de que trata o inciso III do caput do art. 33 da Medida Provisória 2.228-1, de 6 de setembro de 2001 (prestadores de serviços que se utilizem de meios que possam, efetiva ou potencialmente, distribuir conteúdos audiovisuais) deverão ser utilizadas nas seguintes condições: I - no mínimo, 30% (trinta por cento) deverão ser destinadas a produtoras brasileiras estabelecidas nas regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste, nos critérios e condições estabelecidos pela Agência Nacional do Cinema – ANCINE, que deverão incluir, entre outros, o local da produção da obra audiovisual, a residência de artistas e técnicos envolvidos na produção e a contratação, na região, de serviços técnicos a ela vinculados; II - no mínimo, 10% (dez por cento) deverão ser destinadas ao fomento da produção de conteúdo audiovisual independente veiculado primeiramente nos canais comunitários, universitários e de programadoras brasileiras independentes de que trata a lei que dispõe sobre a comunicação audiovisual de acesso condicionado”. Disponível em [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2011-2014/2011/Lei/L12485.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2011/Lei/L12485.htm) Acesso em Novembro de 2013.

operações para televisão, cinema e outras mídias. O montante mencionado representa o quádruplo dos recursos disponíveis anteriormente no FSA, assim como supera os valores captados via mecanismos de incentivo para o setor. A seguir, são exibidos os valores dos investimentos em audiovisual, o orçamento anual do FSA, assim como os valores investidos em cada linha de ação do Fundo.

**Tabela 5. Investimentos em Audiovisual: 2007 – 2011 (R\$)**

Ano	Lei 8.313/91	Lei 8.685/93*	FUNCINES	Art. 39 MP 2228-1/01	Total
2007	9.176.087,56	126.241.552,47	1.923.000,00	20.904.037,31	158.244.677,34
2008	7.760.011,32	134.813.510,95	8.185.000,00	16.843.996,05	167.602.518,32
2009	8.549.600,00	115.329.971,10	1.850.000,00	11.801.379,34	137.530.950,44
2010	2.889.790,00	155.300.929,02	9.799.550,00	12.474.573,78	180.464.842,80
2011	5.187.692,22	143.319.035,47	6.500.000,00	20.488.914,57	175.495.642,26
<b>Total</b>	<b>33.563.181,10</b>	<b>675.004.999,01</b>	<b>28.257.550,00</b>	<b>82.512.901,05</b>	<b>819.338.631,16</b>

Fonte: ANCINE, 2012.

\* Inclusive os incentivos referentes aos Artigos 1º, 1º A, 3º e 3º A.<sup>43</sup>

<sup>43</sup> **Artigo 1º** - Até o exercício fiscal de 2016, os contribuintes poderão deduzir do imposto de renda devido, as quantias referentes a investimentos feitos na produção de obras audiovisuais cinematográficas brasileiras de produção independente, mediante a aquisição de quotas representativas de direitos de comercialização sobre as referidas obras, desde que esses investimentos sejam realizados no mercado de capitais, em ativos previstos em lei e autorizados pela Comissão de Valores Mobiliários - CVM, e os projetos de produção tenham sido previamente aprovados pela ANCINE; **Artigo 1º A** - Até o ano-calendário de 2016, inclusive, os contribuintes poderão deduzir do imposto de renda devido as quantias referentes ao patrocínio à produção de obras cinematográficas brasileiras de produção independente, cujos projetos tenham sido previamente aprovados pela ANCINE, do imposto de renda devido apurado; **Artigo 3º** - Os contribuintes do Imposto de Renda incidente nos termos do art. 13 do Decreto-Lei nº 1.089, de 1970, alterado pelo art. 2º desta Lei, poderão beneficiar-se de abatimento de 70% (setenta por cento) do imposto devido, desde que invistam no desenvolvimento de projetos de produção de obras cinematográficas brasileiras de longa-metragem de produção independente, e na co-produção de telefilmes e minisséries brasileiros de produção independente e de obras cinematográficas brasileiras de produção independente;

**Artigo 3º A** - Os contribuintes do Imposto de Renda incidente nos termos do art. 72 da Lei nº 9.430, de 27 de dezembro de 1996, beneficiários do crédito, emprego, remessa, entrega ou pagamento pela aquisição ou remuneração, a qualquer título, de direitos, relativos à transmissão, por meio de radiodifusão de sons e imagens e serviço de comunicação eletrônica de massa por assinatura, de quaisquer obras audiovisuais ou eventos, mesmo os de competições desportivas das quais faça parte representação brasileira, poderão beneficiar-se de abatimento de 70% (setenta por cento) do imposto devido, desde que invistam no desenvolvimento de projetos de produção de obras cinematográficas brasileira de longa-metragem de produção independente e na co-produção de obras cinematográficas e videofonográficas brasileiras de produção independente de curta, média e longas-metragens, documentários, telefilmes e minisséries.

Disponível em [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/18685.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18685.htm) Acesso em Janeiro de 2014.

**Tabela 6. Orçamento Anual FSA: 2007 – 2013**

Ano	Crédito Suplementar	FSA (Total)
2007	0,00	37.963.007,00
2008	0,00	56.160.628,00
2009	0,00	97.825.804,00
2010	0,00	63.437.792,00
2011	90.000,00	216.305.011,00
2012	450.000,00	562.360.348,00
2013*	120.000,00	989.995.525,00

Fonte: ANCINE, 2014. \* Até Junho de 2013.

**Tabela 7. Recursos disponibilizados pelo FSA: 2008 – 2012 (R\$)**

Linhas de Ação					
Ano	Linha A Produção Cinematográfica	Linha B Produção para TV	Linha C Aquisição de Direitos	Linha D Comercialização	Total
2008	15.000.000,00	7.000.000,00	10.000.000,00	5.000.000,00	37.000.000,00
2009	33.757.261,00	17.757.261,00	22.500.000,00	7.500.000,00	81.514.522,00
2010	38.000.000,00	20.000.000,00	25.000.000,00	5.000.000,00	88.000.000,00
2012	90.000.000,00	55.000.000,00	50.000.000,00	10.000.000,00	205.000.000,00
<b>Total</b>	<b>176.757.261,00</b>	<b>99.757.261,00</b>	<b>107.500.000,00</b>	<b>27.500.000,00</b>	<b>411.514.522,00</b>

Fonte: ANCINE, 2013.

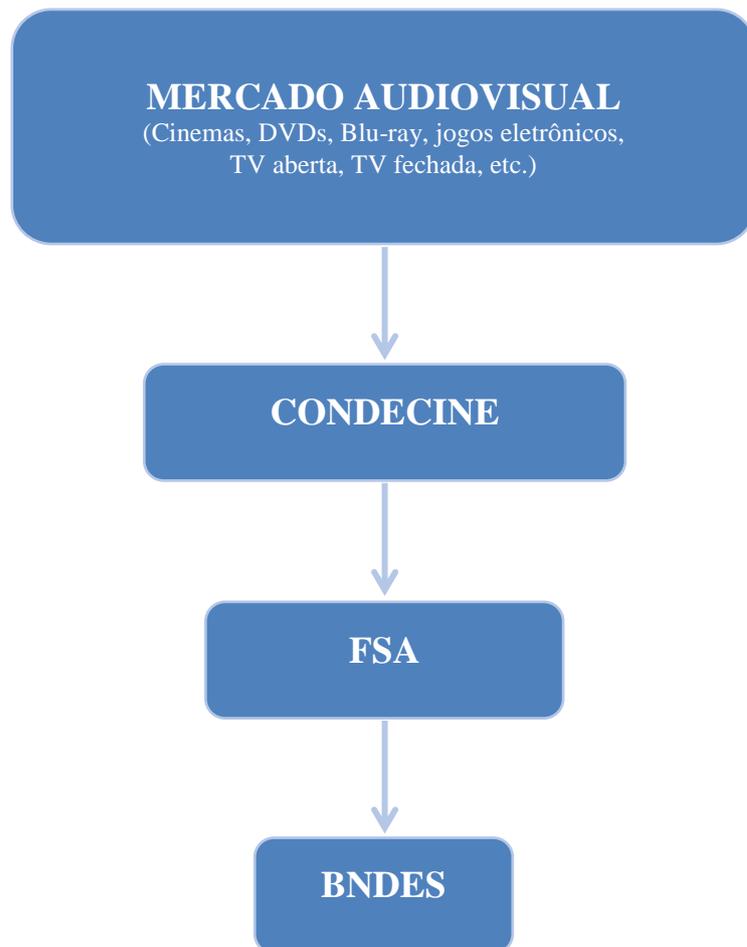
Em 2012, o orçamento do FSA correspondeu a R\$ 112.360.348 e, com o crédito suplementar de R\$ 450 milhões, fez um total de mais de R\$ 560 milhões, ou seja, fez uma quantia superior à soma do orçamento total do FSA, considerados os anos anteriores. Já em 2013, até o mês de junho, o orçamento do FSA correspondeu a R\$ 869.997.525, com um crédito suplementar de R\$ 120.000.000, perfazendo um orçamento total de R\$ 989.997.525. Frente ao aumento de recursos e demandas audiovisuais, decorrentes das inovações urdidas

pela Lei 12.485, mediante contrato firmado pela ANCINE, Secretária-Executiva do FSA, e a partir de indicação do Comitê Gestor (CGFSA) – formado por dois representantes do MinC, um representante da ANCINE, um dos agentes financeiros credenciados e dois representantes do setor audiovisual –, o Fundo está sob os auspícios do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES). Como declara Manoel Rangel, essa escolha foi ancorada na “*expertise* na administração de mecanismos financeiros” apresentada pelo BNDES ao longo dos anos (ANCINE, 2012). Outrossim, a referida escolha reflete o entrelaçamento entre agentes econômicos e agentes culturais no campo cultural contemporâneo. O viés dinâmico das atividades econômicas referentes à cultura, e a conseqüente expansão do mercado de bens culturais, motiva agentes econômicos, como o BNDES, a voltar o olhar para a seara cultural. Nesse sentido, é de destacar-se o entrelaçamento entre o “tema da *economia criativa*, o crescimento do mercado audiovisual de conteúdos brasileiros e a atuação político-financeira do BNDES”. Por um lado, o banco tem “institucionalizado e fortalecido os seus mecanismos de financiamento dos bens culturais em razão do relevo econômico assumido pelos mercados culturais em todo o mundo, cujo um dos resultados foi o surgimento do conceito/tema da *economia criativa* e sua família conceitual”. Por outro lado, “ao institucionalizar o conceito/tema da *economia criativa*, mediante ações, programas e, sobretudo, a gestão financeira do FSA, o banco dinamiza a própria *economia criativa*, os mercados culturais e, por conseguinte, o *capitalismo cultural brasileiro*” (ALVES, 2013, p. 4-5).

Dada a relevância econômica e o potencial de crescimento do setor cultural, em 2006 a economia da cultura foi incorporada à estrutura operacional do BNDES. Em um primeiro momento, com o enfoque no setor audiovisual e nos elos produtivos correlatos, foi lançado o Programa de Apoio à Cadeia Produtiva do Audiovisual (PROCULT). Para atender a esse recorte setorial, “soluções criativas” foram tecidas através do “uso articulado de diferentes instrumentos financeiros – não reembolsáveis, reembolsáveis e de renda variável”. De uma visão de patrocínio, adotada nas ações anteriores, praticadas desde 1995, especialmente por meio de edital público de seleção de projetos cinematográficos – o Edital de Cinema, e “afeita às ações de comunicação institucional do Banco” (BNDES, 2012), outra visão foi adotada, norteadas pelo desenvolvimento e fortalecimento da cadeia produtiva do setor audiovisual. Recentemente, para estender os financiamentos a outros nichos da economia da cultura, foi lançado o Programa BNDES para o Desenvolvimento da Economia da Cultura (BNDES/PROCULT). Em 2009, o Banco foi contratado para operar diretamente no Programa *Cinema Perto de Você*, com recursos associados do FSA e do PROCULT. Com a promulgação da Lei

12.485 e com os novos recursos da CONDECINE, incumbiu ao BNDES, desde dezembro de 2011, operar como agente financeiro central do FSA; de modo específico, o BNDES passou a gerir os recursos destinados ao desenvolvimento de um mercado de conteúdos para televisão, cinema e outras mídias, previsto o repasse de R\$ 2 bilhões, até o exercício fiscal de 2015, a bancos de desenvolvimento, agências de fomento e/ou bancos públicos. Em maio de 2012, o Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul (BRDE) foi credenciado pelo CGFSA, e contratado pelo BNDES, para atuar como novo agente financeiro para as linhas de produção e distribuição de obras para cinema e televisão.<sup>44</sup> Esses desígnios realçam o reconhecimento do BNDES e do BRDE como importantes agentes econômicos, e mais, como agentes econômicos que transitam como agentes culturais pelo setor audiovisual.

**Gráfico 13. Dinâmica de Arrecadação do FSA**

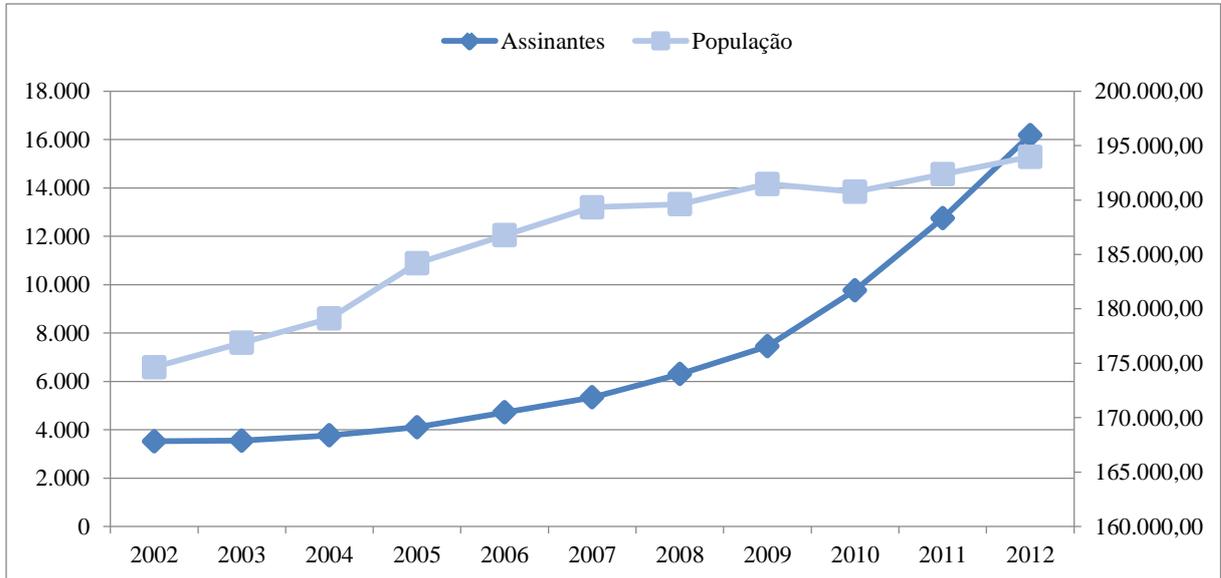


Fonte: ALVES.

<sup>44</sup> A Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP), empresa pública vinculada ao Ministério de Ciência e Tecnologia (MCTI), responsável pelas chamadas públicas do FSA no período compreendido entre os anos de 2008 a 2010, e a Caixa Econômica Federal, responsável pela estruturação do Projeto Cinema da Cidade, inserido no Programa Cinema Perto de Você, são outros agentes financeiros do FSA, credenciados nos anos de 2007 e 2010, respectivamente.

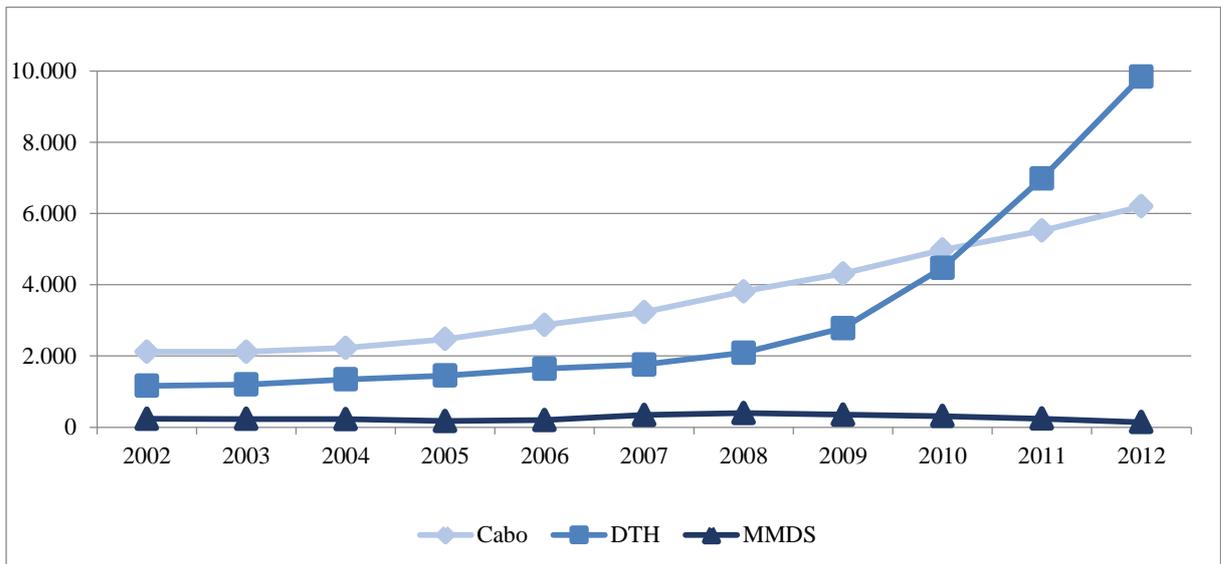
Nova legislação, novo fundo público, novos recursos estão inseridos em um contexto de ampliação e sedimentação do mercado audiovisual brasileiro. Em 2011, as receitas desse mercado, centralizadas principalmente nas TVs Aberta e por Assinatura, corresponderam a cerca de R\$ 33 bilhões (PDM, 2012). Entre os segmentos do mercado em destaque, a TV por Assinatura apresentou a taxa de crescimento mais elevada. Dados da ANATEL registraram que o ano de 2012 foi encerrado com mais de 16 milhões de assinaturas: de 4.583.125 de assinantes em dezembro de 2006, o número foi elevado para 16.188.957 de assinantes em dezembro de 2012, estimado, ainda, um aumento de 35 milhões em um período de cinco anos. Os gráficos a seguir trazem esses números, que apontam para um dos impactos das inovações mencionadas, e corroboram os altos índices de consumo de bens e serviços culturais realizado no ambiente doméstico brasileiro, que no período 2002/2003 representava 3% do orçamento familiar, e em 2008/2009 já alcançava o percentual de 4,5%. Em dezembro de 2012, 222 mil adições líquidas foram registradas, e 16,2 milhões de domicílios brasileiros com serviços de TV por Assinatura foram contabilizados. Isso significa 3,4 milhões de novas assinaturas em 2012, e um aumento de 27 % na base de assinantes. De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), considerado o número médio de 3,3 pessoas por domicílio, esses serviços são distribuídos para 53,4 milhões de brasileiros, e estão presentes em mais de 27% dos domicílios. Apesar do crescimento desses serviços nas regiões Norte (17,1%), Nordeste (12,4%) e Centro-Oeste (24,0%), a região Sudeste lidera em números, com a presença dos serviços em 38,6% dos domicílios (ANATEL, 2013).

**Gráfico 14. Evolução do Número Total de Assinantes (Mil): 2002 – 2012**



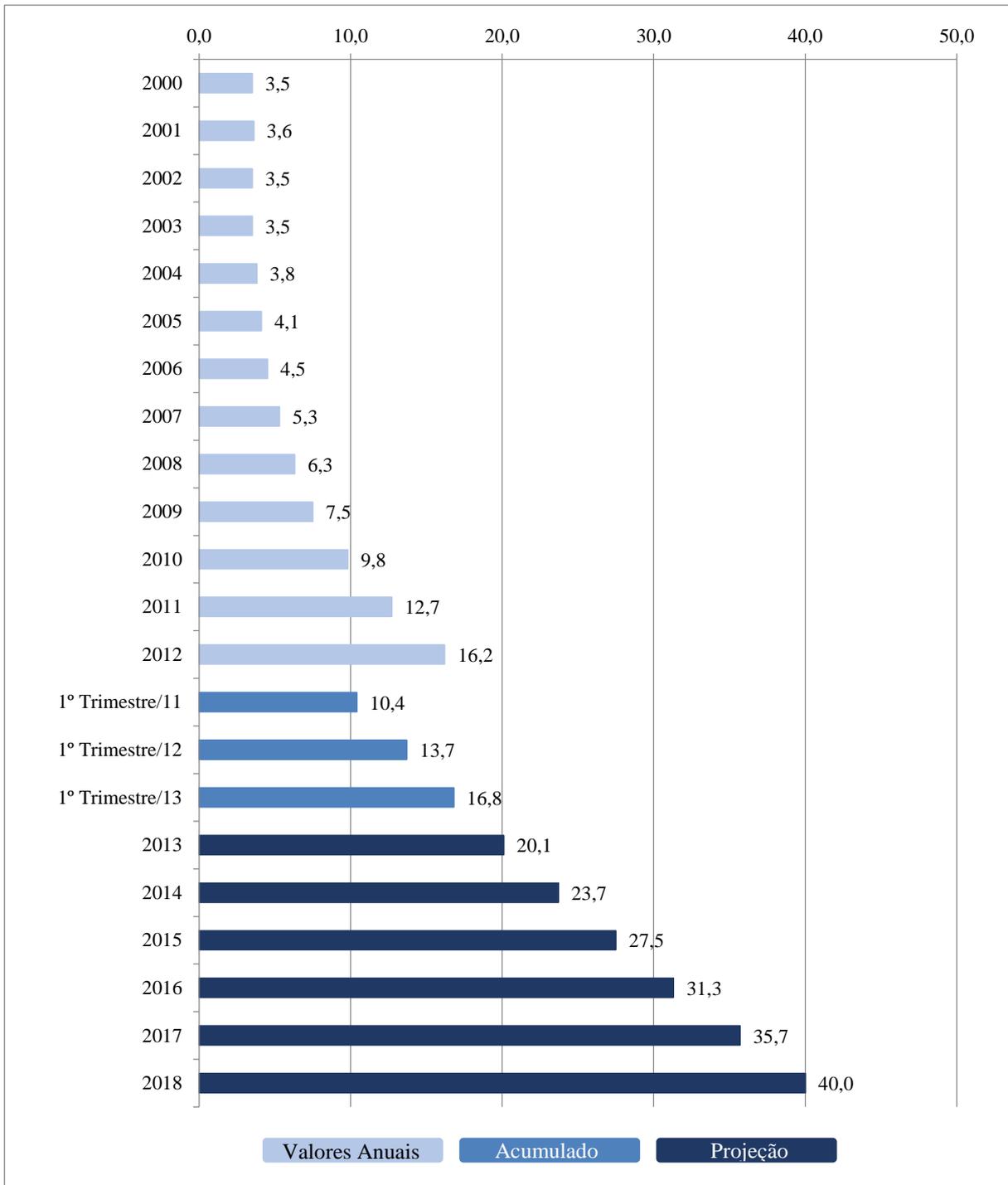
Fontes: ABTA/ ANATEL, 2013.

**Gráfico 15. Assinantes por Tecnologia (Mil): 2002 – 2012**



Fontes: ABTA/ ANATEL, 2013.

**Gráfico 16. Evolução do Número de Domicílios Assinantes por Ano, Trimestre e Projeções (em milhões)**



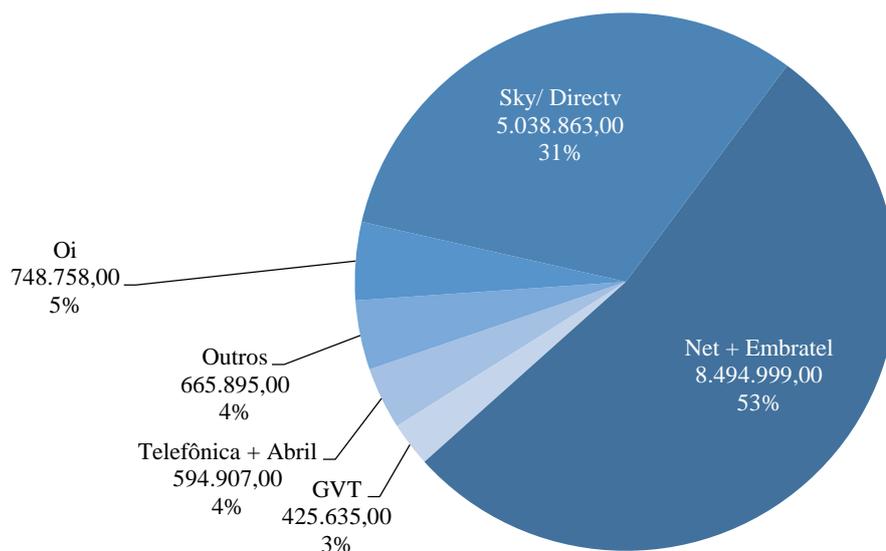
Fonte: ANATEL, 2013\*; ABTA, 2013\*\*.

\* Dados 2000 ao 1º trimestre de 2013.

\*\* Projeções.

Ao unificar as normas da TV por Assinatura, a Lei 12.485 dispôs sobre a regulamentação das atividades de produção, programação, empacotamento e distribuição de conteúdo audiovisual no Serviço de Acesso Condicionado (SeAc). É da competência da ANCINE e da ANATEL a regulamentação das normas infralegais, observadas as áreas de atuação de cada agência. A ANCINE, por meio das Instruções Normativas 100 e 101, de 29 de maio de 2012, objetos de audiências e consultas públicas, regulamenta as atividades de programação e de empacotamento; já a ANATEL, por meio de resoluções, regulamenta as atividades de distribuição. Além disso, a lei versa sobre a outorga de serviços de comunicação por assinatura para empresas de telecomunicações, com fins de reduzir barreiras quanto à entrada de novos prestadores e estimular a competição e a pluralidade. Atualmente, há 154 operadoras desses serviços no país, organizadas em 84 grupos econômicos. Em dezembro de 2012, o número de assinaturas do grupo econômico Net/Embratel correspondia a 8.494.999, seguida pelo número de assinaturas do grupo Sky/Directv que correspondia a 5.038.863. Aberto o mercado para novos agentes econômicos, novas disputas são esperadas. No próximo gráfico, são mostrados os números de assinaturas dos principais grupos econômicos que prestam esses serviços no Brasil.

**Gráfico 17. Distribuição das Assinaturas por Grupo Econômico: Dezembro/ 2012**



Fonte: ANATEL, 2013.

Esses serviços são prestados através do emprego de distintas tecnologias: por meios físicos confinados (Serviço de TV a Cabo – TVC); via espectro radioelétrico em micro-ondas (Serviço de Distribuição de Canais de Multiponto Multicanal MMDS – *Multichannel Multipoint Distribution System*); por meio de frequência UHF – *Ultra High Frequency* (Serviço Especial de Televisão por Assinatura – TVA); e via satélite (Serviço de Distribuição de Sinais de Televisão e de Áudio por Assinatura Via Satélite DTH – *Direct to Home*). Em conformidade com os dados da ANATEL, com o ingresso de concessionárias de telefonia no mercado de TV por Assinatura, esse último serviço alcançou 60,8% das assinaturas em dezembro de 2012, e ultrapassou os serviços a cabo, que alcançou 38,3% no mesmo período. A ascensão da atividade audiovisual encontra respaldo em alguns eventos. Analisados os 20 canais de maior audiência nesses pacotes, 9 deles apresentam uma vasta programação de filmes e séries, sendo tal programação um dos principais motivos especificados pelos usuários para a assinatura desses serviços (PDM, 2012). Outrossim, houve um aumento da renda da população, mais especificamente, houve um crescimento da classe C e a inserção dessa classe na sociedade de consumo, assim como um aumento do consumo cultural no ambiente doméstico. Outro evento está relacionado com a propagação de serviços de telefonia móvel e de internet banda larga, assim como com a difusão de equipamentos e tecnologias como *tablets*, *smartphones*, e outras, que tecem novas possibilidades de formatos, modelos de negócio e distribuição de conteúdos audiovisuais.

A publicação da Lei 12.485, aliada ao credenciamento do BNDES para a gerência do FSA, produziu uma expectativa de reorganização do mercado audiovisual, com uma maior abrangência de projetos, sobretudo independentes (PFEIFFER, 2012). Um modelo de negócios ancorado em uma integração vertical de produção, programação e provimento, com financiamentos publicitários, assinalou a trajetória da televisão no país (ORTIZ RAMOS, 2004), também demarcada pelo distanciamento das produções independentes, pelo óbice ao ingresso de novos competidores, e pela estagnação da TV por assinatura, somente em expansão nos tempos atuais. Nos pacotes de TV por Assinatura, os poucos canais disponíveis eram programados até então, em grande parte, por grupos internacionais (PDM, 2012). A partir da articulação entre o FSA e a Lei 12.485, programadoras nacionais adquiriram mais espaço nesse mercado, e abriram espaço para produtoras em consolidação e já consolidadas como a O2 Filmes, entre outras. Fernando Meirelles, sócio da empresa citada, corrobora a informação, registrando o aumento imediato das demandas por conteúdos audiovisuais com a

publicação da Lei da TV por Assinatura.<sup>45</sup> Na mesma direção, Roberto Oliveira, diretor da TX Filmes, confirma que é nítido o aumento da demanda por conteúdo audiovisual, e assevera que a preparação de muitos canais para cobrir essa cota adveio da promulgação já anunciada dessa legislação, durante a longa tramitação do projeto de lei. Marco Altberg, presidente da Associação Brasileira das Produtoras Independentes de TV (ABPI-TV), afirma que essas inovações conferem à produção independente “um valor dentro do mercado”, e a elas são creditadas o aumento do número de produtoras associadas, de 170 para 265. Luiz Noronha, diretor-executivo de TV, da Conspiração Filmes, diz que os estímulos da nova lei se estendem, também, a investimentos nos próprios serviços. Como se vê, as produtoras falam em uma “explosão de demanda”, ou até mesmo em uma “pequena revolução”.<sup>46</sup>

Uma das principais inovações trazidas pela Lei 12.485/11 foi a obrigatoriedade de cotas de conteúdo brasileiro nas programações das TVs por Assinatura. Essa determinação envolve a veiculação de conteúdos nacionais – entendidos como aqueles produzidos por empresas brasileiras registradas na ANCINE, ou produzidos por essas empresas em associação ou co-produção com empresas de outros países –, nos *horários nobres*<sup>47</sup> dos *canais de espaço qualificado*<sup>48</sup> da TV por Assinatura, excetuados os canais da TV Aberta, canais esportivos, canais jornalísticos, assim como envolve um aumento do número de canais nacionais nos pacotes por assinatura. Com a implementação dos dispositivos dessa lei, novas dinâmicas são estabelecidas para o campo audiovisual brasileiro, e distintos segmentos desse mercado podem ser contemplados. Similar sistema de cotas já vigora e resta consolidado nos países da Comunidade Europeia, no Canadá, na Austrália e na Coreia do Sul. Na esteira desses países, produtores de conteúdos e exportadores de formatos audiovisuais, a Lei 12.485 busca alçar o Brasil a essas mesmas condições. Essa política de veiculação de conteúdos nacionais e independentes e, mais, da oferta de canais nacionais nos pacotes da TV por assinatura, está sendo implementada de forma progressiva, e configura um importante meio para assentar espaços para a cultura brasileira nesse mercado.

---

<sup>45</sup> Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/1101792-nova-lei-da-tv-paga-fara-industria-ser-mais-forte-diz-fernando-meirelles.shtml> Acesso em Dezembro de 2012.

<sup>46</sup> Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/1211461-cota-de-conteudo-nacional-estimula-producao-para-tv-e-cria-pequena-revolucao.shtml> Acesso em Janeiro de 2013.

<sup>47</sup> Como prescreve a Instrução Normativa 100, da ANCINE, o horário nobre, nos canais direcionados para crianças e adolescentes, compreende o período das 11h às 14h e das 17h às 21h; para os demais canais, o período das 18h às 24h.

<sup>48</sup> De acordo com a Lei 12.485/2011, são aqueles canais que exibem, predominantemente, filmes, séries, animações, documentários, e similares.

A “revolução” desencadeada pelo FSA e pela Lei 12.485, aponta para a ampliação do mercado audiovisual brasileiro, e pode ser visualizada pelos primeiros impactos na dinâmica desses mercados. Em um primeiro balanço da aplicação da Lei 12.485, realizado por Manoel Rangel no evento *Rio Content Market*, em janeiro de 2013, o diretor-presidente da ANCINE mencionou que ao longo do ano de 2012, houve um aumento significativo da presença de conteúdo brasileiro nos canais de TV por Assinatura e, para além disso, houve uma “efervescência da atividade da produção, com incremento de receitas, de qualidade, de salários, entre outros; novos canais brasileiros nasceram disponibilizando mais conteúdo, e houve ainda uma maior demanda por conteúdo brasileiro com mais canais comprando produções nacionais”. Conforme estudo do Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (OCA), da ANCINE, a partir da aprovação da Lei da TV por Assinatura, o volume de conteúdo nacional na TV paga praticamente dobrou. A maior oferta dos *canais de espaço qualificado* contribuiu significativamente para tal tessitura: em 2012 foram criados 6 canais novos nesse formato. Igualmente, o estudo mostra um substancial aumento da quantidade de conteúdos brasileiros veiculados na TV paga. Em um conjunto de 17 *canais de espaço qualificado* com predominância de conteúdo estrangeiro, o espaço para atrações nacionais mais que dobrou no referido ano: de 144 horas para 336 horas mensais.

As inovações trazidas pela Lei 12.485 ao FSA, ratificaram o FSA como o principal instrumento de política pública para o desenvolvimento do setor audiovisual no país. As chamadas públicas para as linhas de ação do Fundo – produção cinematográfica (Linha A); produção independente de obras audiovisuais para televisão (Linha B); aquisição de direitos para distribuição de obras cinematográficas (Linha C); e comercialização de obras cinematográficas (Linha D) – foram lançadas pelo BRDE, em maio de 2012. Ao olhar para os projetos inscritos na Linha B, já é possível perceber os efeitos decorrentes da lei, mediante a demanda por recursos para projetos de emissoras e programadoras. Além de contemplar projetos de obras seriadas (ficção, animação e documentários), essa linha também passou a contemplar projetos de obras não seriadas de documentários com duração superior a 52 minutos. Considerando os valores destinados aos projetos dessa linha, R\$ 50 milhões foram disponibilizados para as obras seriadas, e R\$ 5 milhões para os documentários, conforme tabela abaixo. As 4 obras seriadas selecionadas pela Linha B serão destinadas ao mercado de TV por Assinatura, sendo que as séries de ficção *As Canalhas*, *Amor Mata* e *Beleza S/A* (ex-*4Ever Young*) foram licenciadas para a Globosat Programadora Ltda, com exibição prevista

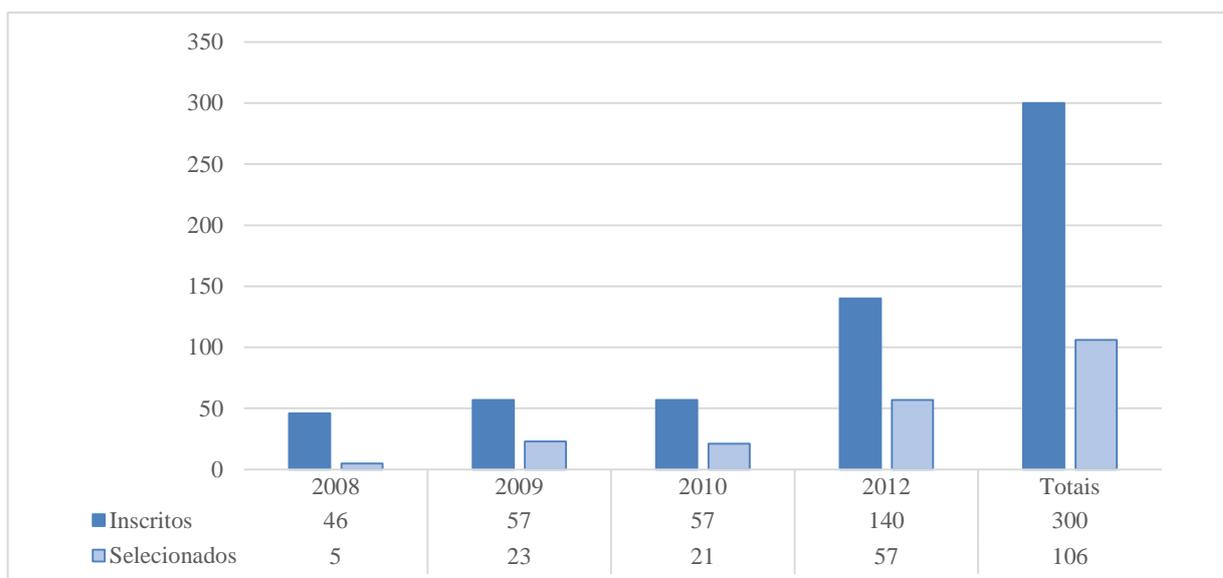
no canal GNT, e a série documental *Cale-se – A Censura Musical* foi licenciada para o Canal Brasil (ANCINE, 2014).

**Tabela 8. Chamadas Públicas: 2012**

Linha	Chamada Pública	Seleção	Valores Disponibilizados
Linha A Produção Cinematográfica	PRODECINE	Concurso	R\$ 50 milhões
	PRODECINE	Fluxo Contínuo	R\$ 40 milhões
Linha B Produção para TV	PRODAV	Fluxo Contínuo	R\$ 55 milhões
Linha C Aquisição de Direitos	PRODECINE	Fluxo Contínuo	R\$ 50 milhões
Linha D Comercialização	PRODECINE	Fluxo Contínuo	R\$ 10 milhões

Fonte: ANCINE, 2014.

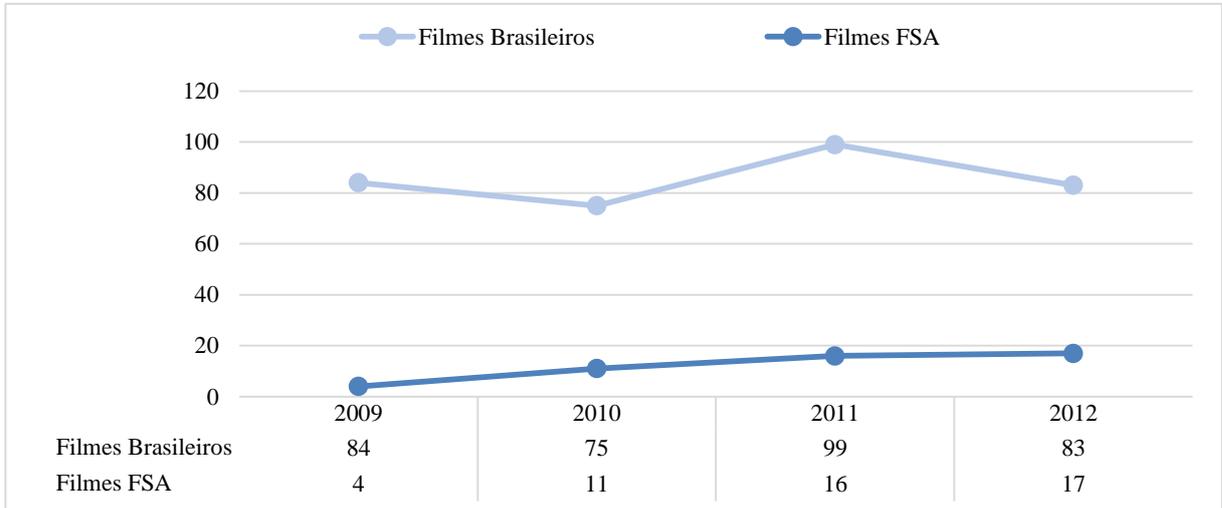
**Gráfico 18. Projetos Inscritos e Selecionados na Linha B - Produção Independente de Obras Audiovisuais para Televisão: 2008 – 2012**



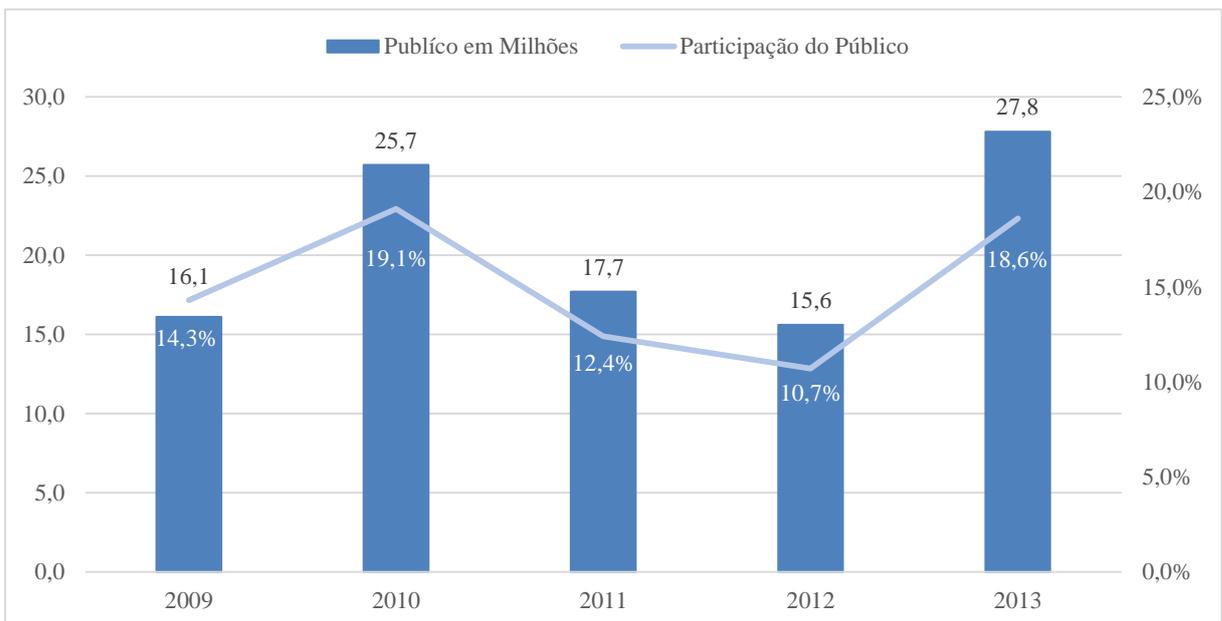
Fonte: ANCINE, 2014.

Dos 83 filmes nacionais lançados comercialmente em 2012, 17 deles foram projetos selecionados pelo FSA. No aludido ano, a participação de projetos contemplados pelo FSA aumentou para 20,2% em relação ao total das obras lançadas. A arrecadação das salas de cinema atingiu R\$ 1,6 bilhão, com um aumento de 12,13% em relação ao ano anterior. Os filmes lançados pelo FSA foram responsáveis por 60% do total dessa receita, demonstrando uma correlação positiva entre a quantidade de obras lançadas pelo Fundo e a participação sobre a renda total dos filmes nacionais. O público total de cinema alcançou 146,4 milhões de espectadores, e a participação de público no tocante aos filmes nacionais alcançou 10,62%, sendo 5,12% no primeiro semestre do ano, e 15,2% no segundo. No total, o público de filmes brasileiros correspondeu a 15,5 milhões de espectadores. Cinco filmes nacionais superaram 1 milhão de espectadores. Estes filmes – *E aí, comeu?*; *Até que a sorte nos separe*; *Gonzaga – De pai para filho*; *Os Penetras*; e *De Pernas pro Ar* – foram contemplados e comercializados pelas linhas de ação do FSA. Além desses dados, outros podem ser destacados, como a expansão do parque exibidor e o aumento do número de salas destinadas a lançamento de filmes nacionais. De 48 salas em 2011, o número foi elevado para 63 salas em 2012.

Em 2013, os números revelam o maior público desde a Retomada: 27,8 milhões de espectadores, com a participação de público de filmes nacionais correspondente a 18,6%; bem como revelam o maior número de lançamentos da historiografia do cinema brasileiro: 127 estreias nacionais. O mercado de salas de exibição atingiu 149,5 milhões de ingressos vendidos, com uma renda de mais de R\$ 1,7 bilhão, o maior patamar das últimas duas décadas. Ainda, no ano em relevo, 10 filmes brasileiros ultrapassaram a marca de um milhão de bilhetes vendidos, e 24 filmes brasileiros ultrapassaram a marca de 100 mil espectadores. *Minha Mãe é uma Peça*; *De Pernas pro Ar 2*; *Vai que Dá Certo*; *Somos tão Jovens*; *Faroeste Caboclo*, foram alguns filmes que contaram com financiamento do FSA, e que figuram no rol de filmografias que alcançaram mais de um milhão de espectadores. Esses números indicam o início da ocupação do cinema nacional no mercado cultural, e uma ampla participação do FSA nesse cenário, ainda marcado pela grande inserção das produções norte-americanas (ANCINE, 2013). Abaixo seguem algumas dessas referências em gráficos.

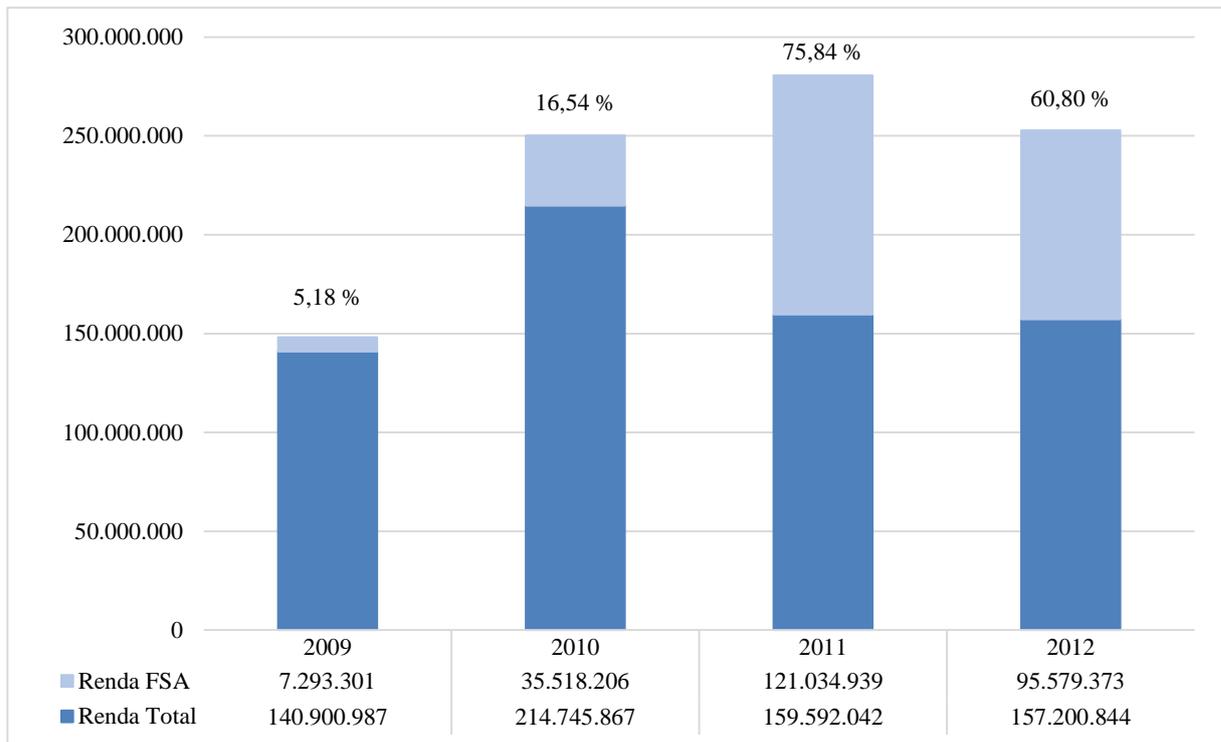
**Gráfico 19. Lançamento de Filmes Nacionais com e sem FSA: 2009 – 2012**

Fonte: FILME B, 2012; ANCINE, 2013.

**Gráfico 20. Público de Filmes Nacionais: 2008 – 2012**

Fonte: FILME B, 2012; ANCINE, 2013.

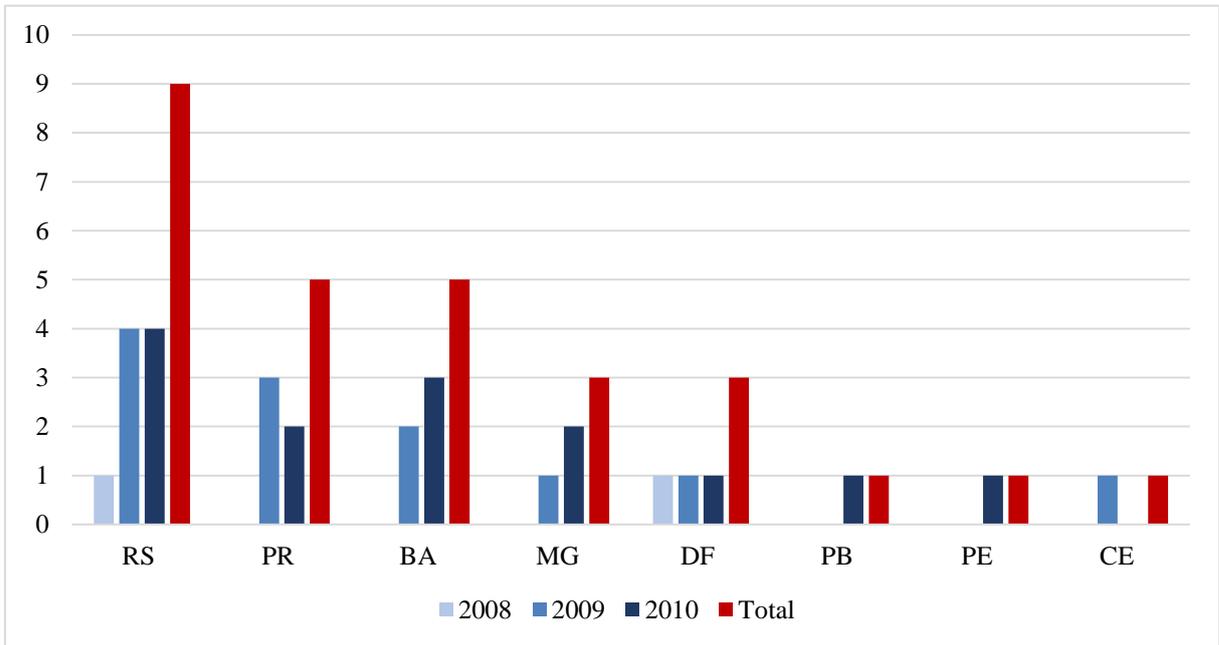
**Gráfico 21. Participação dos Projetos do FSA no Total de Renda dos Filmes Nacionais: 2009 – 2012**



Fonte: ANCINE, 2014.

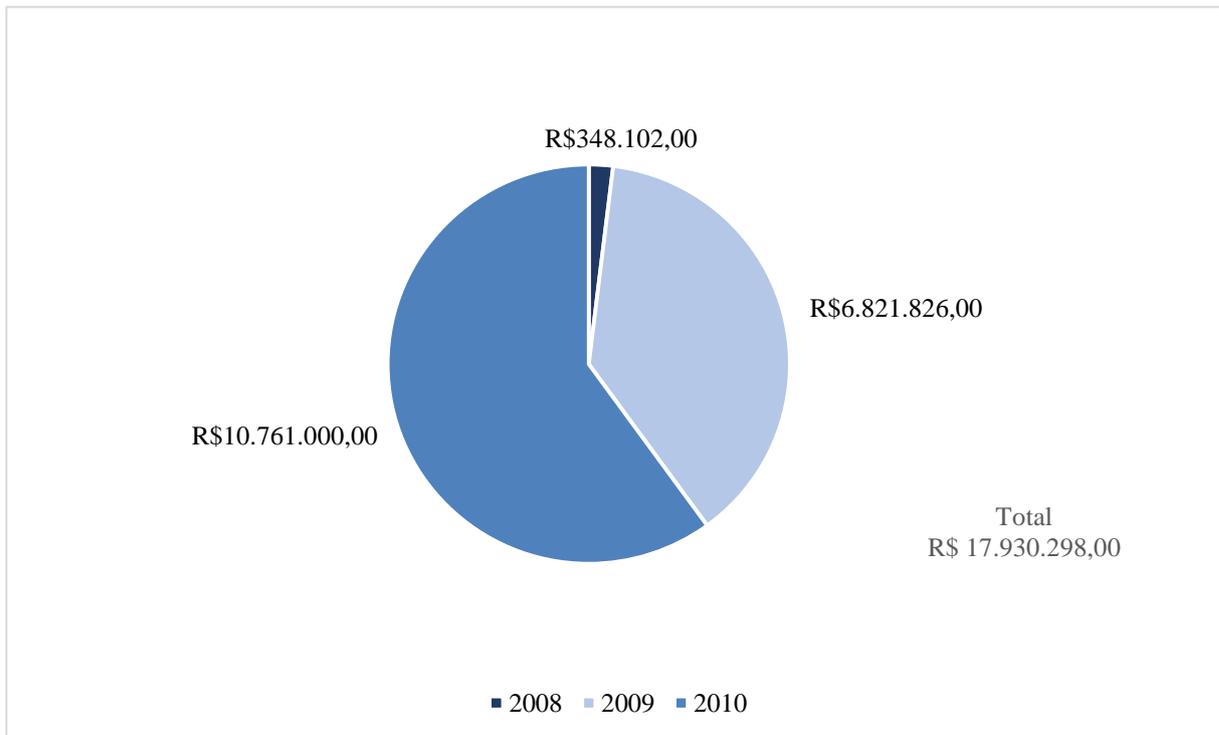
Quanto à regionalização estipulada pela Lei nº 12.485, diante da parca participação das produtoras sediadas em outras regiões, para além da região Sudeste, mais especificamente, fora do eixo Rio|São Paulo, ainda permanece o desafio. No entanto, como se observa no gráfico que segue, houve um aumento da distribuição de recursos entre as unidades da federação fora desse eixo. Quanto aos projetos, até dezembro de 2012, foram inscritos nas chamadas públicas do FSA, 203 (81,2%) advindos de produtoras sediadas no Rio de Janeiro e em São Paulo; 5 projetos de Minas Gerais, e 1 do Espírito Santo, respondendo tal região por 83,5% das inscrições. A seguir, a região Sul respondeu por 8,4% das inscrições, com 11 projetos do Rio Grande do Sul, 9 do Paraná e 1 de Santa Catarina. Já o Nordeste, respondeu por 5,6% das inscrições, e o Centro-Oeste por 2%, restando ao Norte a inscrição de apenas 1 projeto, do Amazonas.

**Gráfico 22. Distribuição de projetos entre as unidades da federação fora do eixo Rio|São Paulo: 2008 – 2011**



Fonte: ANCINE, 2014.

**Gráfico 23. Distribuição de recursos entre as unidades da federação fora do eixo Rio|São Paulo: 2008 – 2011**



Fonte: ANCINE, 2014.

Nesse texto, algumas nuances que conformam os traços da configuração contemporânea do mercado audiovisual no Brasil foram apresentadas e, a partir disso, uma reorganização dos negócios e dos mercados culturais foi percebida. Nesse novo âmbito, assinalado pelo entrelaçamento entre *cultura, desenvolvimento e criatividade*, o audiovisual pode ser considerado uma via para a valorização da cultura brasileira, para o aumento da produção e circulação de conteúdos audiovisuais nacionais, para a possibilidade de crescimento de diversos segmentos desse mercado. Na luta mundial de conteúdos, uma batalha é travada pelo controle da informação, pelo domínio dos formatos audiovisuais, pela conquista de novos mercados. Nessa batalha de mídias e culturas, o Brasil busca uma identidade em prol da *diversidade cultural* (MARTEL, 2012). As relações políticas, financeiras e estéticas firmadas entre o FSA e a Lei 12.485 são alguns fios que tecem a nova urdidura audiovisual brasileira, demarcada, cada vez mais, pela articulação entre cinema e televisão. Embora a partir do final dos anos 1990 essa integração já viesse acontecendo com a expansão da Globo Filmes, com as novas relações referidas, outras abrangências e formatos são contemplados. Entretanto, esse consórcio não se dá por meio da TV Aberta, fenômeno econômico e cultural da modernização brasileira, mas sim por meio da TV por Assinatura, o que revela outras interfaces entre novos agentes políticos, econômicos e culturais. Na contemporaneidade, transformações simbólicas, tecnológicas, econômicas, culturais, suscitam uma reinvenção do campo audiovisual nacional, com novos produtos, formatos e circuitos frente à centralidade da cultura.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesse trabalho, foram tecidas reflexões sobre a economia do audiovisual no contexto brasileiro contemporâneo. A pesquisa sobre essa questão foi motivada pela densidade adquirida pela cultura e, particularmente, pelo audiovisual, enquanto meio de desenvolvimento econômico e social, nas novas agendas político-culturais. Essas reflexões foram voltadas para as nuances que perpassaram as relações entre cinema e televisão, desde a constituição desses meios até as suas configurações atuais. Em um primeiro momento, dado os distintos códigos ético-estéticos adotados por tais meios, essa relação foi marcada pelo divórcio estético-político. Não obstante as tentativas de aproximação entre cinema e televisão, seja via estatal, através da EMBRAFILME, seja via empresarial, através da TV Globo, hierarquias e dicotomias perduraram: de um lado, a televisão, com traços de um negócio de teor empresarial-comercial, com trânsito entre o público e o privado; de outro, o cinema, de teor artístico-cultural, dependente do apoio estatal. Nos anos finais de 1990, apesar da tentativa de articulação entre cinema e televisão, mediante instrumentos regulatórios e institucionais, o meio televisivo não restou contemplado pelo texto da Medida Provisória 2.228-1/2001, e pelo âmbito de atuação da Agência Nacional do Cinema (ANCINE). Já pela via privada, a criação da Globo Filmes, e o crescimento desse departamento de filmes da TV Globo, acenou para a articulação em comento.

Experiências contemporâneas revelam uma integração, mesmo que parcial, entre cinema e televisão em outro âmbito. Em um contexto específico, as movimentações supramencionadas colocaram o tema do entrecruzamento de mídias em debate; em um contexto mais amplo, os novos contornos e alcances de alguns conceitos, assim como avanços tecnológicos, multiplicidade de mídias, transformações de linguagens e formatos, entre outros fatores, engendraram uma reorganização do campo audiovisual. Para a conjuntura brasileira, a movimentação no mercado interno também merece destaque, com o aumento da renda, a incorporação de novos consumidores no mercado, a expansão da classe C, o aumento do consumo cultural doméstico e, nessa demanda, a inserção dos serviços de TV por Assinatura. A instauração do Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) e a promulgação da Lei 12.485/2011 reverberam essas novas práticas e discursos, em outros termos, figuram como demarcadores

do desenvolvimento de novas perspectivas para políticas públicas para o audiovisual no Brasil.

Considerando o diálogo com continuidades, rupturas e contradições históricas locais, o consórcio entre cinema e televisão ocorreu por meio da TV por Assinatura, revelando outras interfaces entre agentes políticos, econômicos e culturais. Ao longo dos anos, além das dificuldades de distribuição, a produção cinematográfica brasileira manteve-se afastada da TV Aberta, ancorada em um modelo de negócios de integração vertical das atividades de produção e programação. Apesar da universalização do serviço e da realização de formatos e obras de referência, a televisão acarretou um distanciamento da produção independente e um óbice à entrada de outros agentes nesse mercado. A implementação dos preceitos trazidos pela Lei 12.485 define novos rumos para o setor audiovisual. As novas receitas destinadas ao FSA, advindas da ampliação da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional (CONDECINE), o ingresso de novos agentes no setor; a exibição de conteúdos nacionais e independentes nas programações da TV por Assinatura, sinalizam uma nova configuração para economia do audiovisual.

## REFERÊNCIAS

ALVES, Elder P. Maia. *Economia criativa, negócios culturais e gestão financeira: o BNDES e a integração do mercado audiovisual brasileiro*. 2013. Disponível em <http://culturadigital.br/politicaculturalcasaderuibarbosa/files/2013/11/Elder-Patrick-Maia-Alves.pdf>. Acesso em Janeiro de 2014.

\_\_\_\_\_. A economia criativa do Brasil: modernização cultural, criação e mercado. *Revista Latitude*. Maceió, vol. 6, n. 2, p. 11-47, 2012.

\_\_\_\_\_. *A Economia Simbólica da Cultura Popular Sertanejo-Nordestina*. Maceió: EDUFAL, 2011.

\_\_\_\_\_. Crítica e resignação. O trânsito constante entre categorias nativas e categorias analíticas: a força política e estética da categoria *indústria cultural*. *Revista Latitude*. Maceió, vol. 2, n.1, p. 82-105, 2008.

AMANCIO, Tunico. *Artes e manhas da Embrafilme: cinema estatal brasileiro em sua época de ouro (1977-1981)*. 2ª edição. Niterói: EdUFF, 2011.

AZULAY, Jom Tob. Por uma política cinematográfica brasileira para o século XXI. In: MELEIRO, Alessandra (org.), *Cinema no Mundo – indústria, política e mercado – América Latina*. Vol. II. São Paulo: Escrituras Editora, 2007.

BAHIA, Lia. *Discursos, políticas e ações: processo de industrialização do campo cinematográfico brasileiro*. São Paulo: Rumos Itaú Cultural, 2012.

BERTINI, Alfredo. *Economia da Cultura: a indústria do entretenimento e o audiovisual no Brasil*. São Paulo: Saraiva, 2008.

BEZERRA, Laura; MOREIRA, Fayga; ROCHA, Renata. A Secretaria do Audiovisual: Políticas de cultura, políticas de comunicação. In: RUBIM, Antônio Albino C. (Org.) *Políticas culturais no Governo Lula*. Salvador: EDUFBA, p. 133-158, 2010.

BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 1992.

BUTCHER, Pedro. *A dona da história: Origens da Globo Filmes e seu impacto no audiovisual brasileiro*. Dissertação de Mestrado. Rio de Janeiro, 2006.

\_\_\_\_\_. *O cinema brasileiro hoje*. São Paulo: Publifolha, 2005.

CANCLINI, Néstor Garcia. *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: EDUSP, 2006.

\_\_\_\_\_. *Consumidores e cidadãos*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.

CARDENUTO, Reinaldo. A sobrevivência da dramaturgia comunista na televisão nos anos de 1970: O percurso de um realismo crítico em negociação. In: NAPOLITANO, Marcos; CZAJKA, Rodrigo; MOTTA, Rodrigo Patto Sá (Orgs.). *Comunistas brasileiros: cultura política e produção cultural*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2013.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CEVASCO, Maria Elisa. *Para ler Raymond Williams*. São Paulo: Paz e Terra, 2001.

DELEUZE, Gilles. *Conversações*. Rio de Janeiro: Editora 34, 1992.

FECHINE, Yvana. Núcleo Guel Arraes: formação, influências e contribuições para uma TV de qualidade. In: FIGUEIRÔA, Alexandre; FECHINE, Yvana (Orgs.). *Guel Arraes: um inventor do audiovisual brasileiro*. Recife: CEPE, 2008.

FORNAZARI, Fabio Kobol. Instituições do Estado e políticas de regulação e incentivo ao cinema no Brasil: o caso ANCINE e ANCINAV. *Revista. Administração Pública*. Rio de Janeiro, vol. 40, n. 4, p. 647-677, Julho/Agosto, 2006.

GALVÃO, Maria Rita; BERNARDET, Jean-Claude. *O nacional e o popular na cultura brasileira: cinema*. São Paulo: Brasiliense, 1983.

GATTI, André Piero. *Embrafilme e o cinema brasileiro*. São Paulo: Centro Cultural São Paulo, 2007.

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

IKEDA, Marcelo. *Lei da ANCINE comentada (Medida Provisória 2.228-1/01)*. Rio de Janeiro: WSET Multimídia, 2012.

JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph, 2008.

KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia*. Bauru: Edusc, 2001.

LEITE, Sidney Ferreira. *Cinema brasileiro: das origens à Retomada*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2005.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. *A tela global: Mídias culturais e cinema na era hipermoderna*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

MATTA, João Paulo Rodrigues. Políticas públicas federais de apoio à indústria cinematográfica: Um histórico de ineficácia na distribuição. In: MELEIRO, Alessandra (Org.). *Cinema e mercado*. Vol. III. São Paulo: Escrituras Editora, 2010.

MARSON, Melina Izar. *Cinema e Políticas de Estado: da Embrafilme à ANCINE*. São Paulo: Escrituras Editora, 2009.

MATTELART, Armand. *Diversidade cultural e mundialização*. São Paulo: Parábola, 2005.

MATTELART, Armand & Michèle. *História das teorias da comunicação*. 8ª edição. São Paulo: Edições Loyola, 2005.

MARTEL, Frédéric. *Mainstream: A guerra global das mídias e das culturas*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012.

MARTIN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.

MELEIRO, Alessandra; FONSECA, Fábio. Economia Criativa: uma visão global. *Revista Latitude*. Maceió, vol. 6, n. 2, p. 241-265, 2012.

MICELI, Sérgio (Org.). *Estado e cultura no Brasil*. São Paulo: Difel, 1984.

NAPOLITANO, Marcos. *Cultura brasileira: utopia e massificação (1950-1980)*. São Paulo: Contexto, 2006.

ORTIZ, Renato. *A moderna tradição brasileira*. São Paulo: Brasiliense, 1994.

\_\_\_\_\_. *Cultura brasileira e identidade nacional*. São Paulo: Brasiliense, 1994.

ORTIZ RAMOS, José Mário. *Cinema, televisão e publicidade: Cultura popular de massa no Brasil nos anos 1970-1980*. 2ª ed. São Paulo: Annablume, 2004.

\_\_\_\_\_. *Cinema, estado e lutas culturais*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

PFEIFFER, Daniela. Coordenadora de Projetos da Associação Brasileira de Produtores Independentes de Televisão (ABPI-TV). Entrevista concedida à autora, em 2012.

REIS, Ana Carla Fonseca. *Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento*. São Paulo: Itaú Cultural: Garimpo de Soluções, 2008.

RIDENTI, Marcelo. *Brasilidade revolucionária: um século de cultura e política*. São Paulo: Ed. UNESP, 2010.

\_\_\_\_\_. Artistas e intelectuais no Brasil pós-1960. *Revista Tempo Social*. São Paulo, vol. 17, n. 1, p. 81-110, 2005.

\_\_\_\_\_. *Em busca do povo brasileiro: artistas da revolução, do CPC à era da TV*. Rio de Janeiro: Record, 2000.

ROCHA, Glauber. *Revolução do Cinema Novo*. São Paulo: Cosac Naify, 2004.

\_\_\_\_\_. *Revisão Crítica do Cinema Brasileiro*. São Paulo: Cosac Naify, 2003.

ROSSINI, Miriam. Dois olhares sobre a identidade latino americana. *IN: ADAMI, Antonio; HELLER, Barbara; CARDOSO, Haydée Dourado de Faria (Orgs.). Mídia, Cultura, Comunicação 2*. São Paulo: Arte e Ciência, p.173-183, 2003.

RUBIM, Antônio Albino Canelas, *As políticas culturais e o governo Lula*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2011.

\_\_\_\_\_. Políticas culturais do governo Lula/Gil: desafios e enfrentamentos. *In: RUBIM, Antonio Albino Canelas; BAYARDO, Rubens. (Orgs.). Políticas culturais na Ibero-América*. Salvador: EDUFBA, 2008.

RUBIM, Antônio Albino Canelas; RUBIM, Lindinalva Silva Oliveira. Televisão e políticas culturais no Brasil. *Revista USP*. São Paulo, n.61, p. 16-29, Março/Maio 2004.

SACRAMENTO, Igor. Por uma teledramaturgia engajada: a experiência de dramaturgos comunistas com a televisão dos anos 1970. *In: NAPOLITANO, Marcos; CZAJKA, Rodrigo; MOTTA, Rodrigo Patto Sá (Orgs.). Comunistas brasileiros: cultura política e produção cultural*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2013.

SANTOS-DUISEMBERG, Edna. A economia criativa e a indústria cinematográfica na sociedade contemporânea. *In: MELEIRO, Alessandra (org.), Cinema e Economia Política*. São Paulo: Escrituras Editora, 2012.

SCHVARZMAN, Scheila. *Humberto Mauro e as imagens do Brasil*. São Paulo: UNESP, 2004.

SCHWARTZMAN, Simon (Org.). *Tempos de Capanema*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.

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

SODRÉ, Muniz. *O monopólio da fala: Função e linguagem da televisão no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 1984.

VIANY, Alex. *O Processo do Cinema Novo*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 1999.

XAVIER, Ismail. *Sertão mar: Glauber Rocha e a estética da fome*. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

\_\_\_\_\_. *O cinema brasileiro moderno*. São Paulo: Paz e Terra, 2001.

\_\_\_\_\_. *O desafio do cinema: a política do estado e a política dos autores*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1985.

\_\_\_\_\_. *Sétima arte: um culto moderno*. São Paulo: Perspectiva, 1978.

### **Sítios Eletrônicos Consultados**

<http://www.abpityv.com.br>

<http://www.anatel.gov.br>

<http://www.ancine.gov.br>

<http://www.bndes.gov.br>

<http://www.culturaemercado.com.br>

<http://www.cultura.gov.br/site>

<http://www.filmeb.com.br>

<http://www1.folha.uol.com.br/>

<http://www.planalto.gov.br>

<http://www.pnud.org.br>

<http://www.tcu.gov.br>

<http://www.unesco.org>