

DISCURSOS, DISPUTAS E FORMULAÇÕES POLÍTICAS NO CAMPO AUDIOVISUAL BRASILEIRO CONTEMPORÂNEO

Lia Bahia¹

Resumo: Este artigo irá apresentar algumas notas sobre as transformações políticas, discursivas e os impactos para o campo audiovisual brasileiro nos anos 2000. Os debates sobre leis de incentivos, o resgate do Estado na atividade, a relação entre cinema e televisão, as coproduções internacionais são pontos constitutivos das mudanças que atravessam e modificam o campo audiovisual nacional. Estes merecem ser destacados e problematizados para avançar na vivacidade do pensar e fazer audiovisual nos anos 2000 no Brasil.

Palavras-chave: audiovisual, política cultural, Estado, Brasil.

É notório o crescente interesse pelas pesquisas sobre políticas culturais para o audiovisual no Brasil e seus conseqüentes desdobramentos socioculturais e econômicos. Estas conformam um campo de estudo recente no campo audiovisual brasileiro que tem por objetivo voltar os olhos para uma lacuna histórica de estudos que, como afirma Jean-Claude Bernardet (Bernardet in SIMIS, 1996), é essencialmente relativa às narrativas sobre a arte cinematográfica: sua estética, linguagem, diretores, realizadores e atores. As políticas públicas, o mercado, a legislação os espectadores, e a relação com a produção, distribuição e exibição quase sempre ficaram à margem das investigações sobre a o cinema, televisão e outros.

O campo audiovisual brasileiro é vivo e está em constante transformação mediante seus discursos, políticas e ações. O audiovisual nacional não está isolado das dinâmicas socioeconômicas do país e do mundo. O desenvolvimento ou recuo do campo guarda relação direta com as políticas culturais, econômicas e sociais globais e locais. Longe de encerrar quaisquer questões, o presente artigo tem por objetivo analisar as transformações recentes nos discursos, disputas e formulações políticas no campo audiovisual brasileiro.

¹ Doutoranda Programa de Comunicação Universidade Federal Fluminense (UFF).
liabahia79@gmail.com



A partir dos anos 2000 instauraram-se tempos de agitação e politização do campo audiovisual através da mobilização de seus agentes e iniciativas do Estado. A criação e atuação da Agência Nacional do Cinema (Ancine) foi o resultado mais visível de um processo de reestruturação do cinema circunscrito pelas tensões políticas e alinhamentos a vertentes culturais, forças internacionais e singularidades locais.

A continuidade dos debates e alterações na institucionalização da atividade audiovisual explicita a existência de novos questionamentos sobre a natureza, intensidade e direcionalidade da intervenção estatal. Tendo como pressuposto a mobilidade do campo gostaria de tecer algumas notas sobre conquistas, entraves e desafios que considero relevantes para aprofundar e ampliar o pensamento sobre o campo audiovisual brasileiro.

Anos 1990: foco na produção através de leis de incentivo

O projeto para cultura apoiado nas leis de incentivo revelou o espírito do tempo marcado pelos ideais liberais e individualistas da modernidade, personificados na privatização cultural e pretensa ausência de intervenção estatal na cultura. Este mecanismo de apoio à cultura atendeu a duas demandas da época: por um lado o Estado se isentou de quaisquer interferências diretas nas produções culturais –, ação que apavorou os agentes culturais durante a ditadura militar no Brasil - por outro se inseriu no projeto de globalização neoliberal no início da década de 1990.

Com estes mecanismos, o Estado concede o recurso financeiro, mas desloca a gerência da cultura para a iniciativa privada. O Estado garante o recurso, por meio de renúncia fiscal das empresas que investirem no campo cultural, mas é a lógica do mercado que decide que projetos devem ser financiados, portanto, quais os rumos culturais do país.

As leis de incentivo foram criadas para ter um caráter emergencial e provisório, estando previstas para vigorar por um período de dez anos. O projeto era que o setor cultural pudesse caminhar de forma independente e não dependesse mais dos recursos do Estado.

Este modelo de política cultural carrega consigo contradições e afeta diretamente o espaço audiovisual brasileiro: por um lado, os incentivos fiscais garantem a todos o direito de produzir, por outro, mimetizam um modelo liberal para o audiovisual, uma vez que se delega a decisão às grandes empresas. Em consequência, o mercado é dominado por um pequeno número de empresas produtoras, não havendo avanço nem

em um projeto industrial em de inovação e diversidade. O foco excessivo na produção audiovisual acompanha a construção da relação entre cinema e Estado no país. O fomento à produção o eixo do projeto de governo, no entanto, simples o aumento da produção não desenvolveu uma indústria audiovisual brasileira.

Um dos mais veementes questionamentos ao modelo brasileiro de incentivos ao audiovisual é que este “(...) aponta sua incapacidade de englobar a atividade cinematográfica em seu todo. Ele não percebe que produzir apenas é insuficiente para gerar a auto-sustentabilidade da atividade cinematográfica e, por fim, uma indústria” (ALMEIDA e BUTCHER, 2003, p. 32).

Outra crítica à atividade é o fato de quase 100% do financiamento de um filme brasileiro ser público, pois tira qualquer compromisso do produtor e do cineasta de procurar resultados e ainda eleva muito o orçamento das produções nacionais. O objetivo deveria ser diversificar as fontes de investimento, a fim de criar um mecanismo de re-investimento permanente na atividade, visando a um cinema auto-sustentável no Brasil.

E ainda, a política pública baseada no mecanismo de renúncia fiscal, apoiada no ideal de igualdade e liberdade, se mostra bastante desigual na distribuição dos investimentos nas regiões do Brasil. Há expressiva concentração de valores aportados nas empresas produtoras de regiões geográficas do Brasil na última década (Rio e SP).

Assim, o tão sonhado projeto integrado para o audiovisual no Brasil não logrou contornar os interesses privados e particularistas. Optou-se por patrocinar a produção e não abrir conflito com os poderosos agentes do mercado audiovisual (televisão, distribuidores e exibidores).

O mercado cinematográfico

O número de títulos nacionais lançados e o investimento crescem a cada ano no país apoiados nas leis de incentivos que garantem a verba para a realização da produção da obra. Os gastos com produção, via leis de incentivos federais, ultrapassa R\$ 140 milhões por ano. Observamos um aumento expressivo da quantidade de filmes nacionais lançados comercialmente no Brasil nos anos 2000, após o amadurecimento do mecanismo e a criação da Ancine.

No entanto, o mercado (distribuição e exibição) não absorve esse crescimento de número de títulos nacionais. O mercado incorpora poucos filmes brasileiros, se concentrando naqueles que tenham uma visão mais comercial, geralmente aqueles co-

produzidos pela Globo Filmes e distribuídos pelas *majors*. Resultado disso é que o público não acompanha o crescimento da produção nacional dos últimos anos.

Existe uma incapacidade de se absorver a quantidade e diversidade de lançamentos nacionais com a estrutura e modelo de mercado cinematográfico no Brasil, que é em sua essência capitalista. A queda de público para filmes nacionais é consequência de fatores internos à atividade cinematográfica, mas também é reflexo de mudanças tecnológicas e sociais diante das novas formas de consumo audiovisual que ultrapassam o espaço das salas de cinema.

A hegemonia das *majors* estrutura o mercado cinematográfico: elas ditam a programação anual de aproximadamente 85% dos conteúdos nas salas de cinemas, exercem controle sobre as políticas cinematográficas e audiovisuais de cada país, criam novos produtos, públicos e consumo. A distribuição de filmes brasileiros pelas *majors* é tímida, apesar de dominarem o mercado de cinema no país.

Os grandes sucessos de público nacionais no Brasil estão associados à forma de distribuição e comercialização internacionais. Um filme distribuído por uma *major* tem mais chance de se tornar um sucesso de público. Junto à concentração de público em filmes nacionais distribuídos por *majors* (e não de variedade de títulos) ocorre uma defasagem entre os elos da cadeia produtiva no cinema nacional.

Muitos filmes nacionais chegam a ser finalizados, mas não são exibidos nas telas de cinema por falta de distribuidor. E, quando o produto brasileiro chega ao cinema, ele não consegue seguir a cadeia produtiva, que se subdivide nas seguintes janelas: cinema; *home-video*, televisão paga, televisão aberta e outras mídias. O filme brasileiro fica restrito ao mercado interno e raramente chega às televisões abertas e fechadas; este é exibido, em sua maioria, em salas de arte.

A exibição no Brasil, como toda a cadeia produtiva do cinema, é dotada de contradições. As dinâmicas do audiovisual contemporâneas acabam por criar novas formas de comunicação e novos hábitos culturais. A cadeia comunicacional dos filmes se alonga, transmitindo o valor simbólico do produto para um maior número de pessoas. A tela de cinema é hoje “(...) apenas a vitrine mais luxuosa de um grande conjunto que ainda passa por vídeo, televisão por assinatura e TV aberta. Essas múltiplas possibilidades de exploração de um filme se inter-relacionam” (ALMEIDA e BUTCHER, *idem*, p. 19).

Ao mesmo tempo em que se abrem novas janelas para a divulgação da obra audiovisual, o setor de exibição e toda sua cadeia – como a distribuição no Brasil – está

concentrado na forte participação das empresas estrangeiras. A chegada dos *multiplex* no país, em 1997 – depois da vertiginosa diminuição das salas de cinemas nos anos de 1980 –, proporciona novo vigor ao cinema. O advento dos *multiplex* é acompanhado por uma queda abrupta dos cinemas de rua e pela concentração das salas em localidades centrais do país. Na afirmação de Silva, “o cinema torna-se um negócio não apenas urbano como dirigido para os grandes centros urbanos” (2007 p. 107).

O desenvolvimento do setor está relacionado ao poder de consumo da população local, por isso, o mercado cinematográfico não consegue chegar e nem se sustenta em cidades menores de baixo poder aquisitivo. Diante da concentração de renda do país, o hábito de ir ao cinema se torna privilégio da elite.

Somente 8,7% dos municípios brasileiros têm salas de exibição de cinema (Munic, IBGE, 2006). O desenvolvimento do setor cinematográfico está diretamente relacionado ao desenvolvimento socioeconômico e, portanto, ao poder de consumo da população. O parque exibidor brasileiro está concentrado na região Sudeste, que dispõe de 58,8% do total de salas.

Nos anos 2000, fica evidente o novo papel das salas de exibição tradicionais: o de vitrine de luxo. Elas continuam sendo a janela principal do filme, porque são elas que determinam a performance nos demais meios de exibição. A sobrevivência do cinema não depende apenas das projeções nas grandes telas de cinema, mas do desempenho conjunto do campo audiovisual (representam aproximadamente 22% da receita total de um filme).

A alta concentração de mercado e reiteradas críticas do meio cinematográfico às políticas fragmentadas para o cinema, que estiveram focadas na ausência de um projeto sistêmico para orientar a intervenção governamental, motivaram o retorno do Estado para a atividade.

O resgate do Estado nos anos 2000: avanços e atualização da política federal

A intervenção estatal, através da criação da Ancine², pautou-se por um projeto nacional para a cultura, cujas diretrizes imersas no contexto e ideário da inevitabilidade da redução das atribuições do Estado perante a globalização cultural e econômica, convergem em torno da criação de uma agência reguladora. A agência é criada para desenvolver, proteger, regular, fiscalizar e fomentar o mercado cinematográfico, almejando à construção de uma indústria nacional auto-sustentável. A partir da

² A Agência Nacional do Cinema é fruto do III Congresso Brasileiro de Cinema (anos 2000) que reuniu o setor para pensar na repolitização do cinema brasileiro.

institucionalização da agência e amadurecimento do mercado, é possível observar avanços nas políticas federais nesses últimos anos.

O desgaste e incoerência do modelo das leis de incentivos fazem com que o Estado resgate seu papel decisório na política para o cinema no país. A diversificação de ações como lançamento de editais públicos e criação de programas e fundos especiais para fomento da cadeia do cinema refletem o processo de expansão da atuação do Estado na atividade cinematográfica. A produção, o projeto fílmico, continua protagonizando as ações governamentais, através das leis de incentivo federais. No entanto, os resultados advindos das normatizações e regulamentações dos Fundos de Financiamento da Indústria Cinematográfica (Funcines), em 2003, do Prêmio Adicional de Renda (PAR) e Fundo Setorial do Audiovisual (FSA), em 2007, indicam investimento gradual do Estado em outros elos da cadeia: distribuição e exibição.

O Estado desenvolveu um conjunto de medidas para atender a totalidade da cadeia produtiva. Estes dispositivos ou são originárias da Embrafilme e reavivadas nos anos 2000, ou são inspiradas no projeto final do Grupo Executivo de Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica (GEDIC)³. Cada um dos mecanismos tem sua especificidade e por isso se coadunam aos estímulos a um ou outro elo da cadeia. Não cabe aqui esmiuçar as características e pormenores dos mesmos, mas somente apontar que a Ancine avança, ainda que de maneira gradual, para além da esfera da produção. Parece ter ficado claro que a existência de uma indústria cinematográfica vai além dos limites da produção e da gestão privada. Para a efetivação de um mercado deve haver troca e articulação entre seus agentes e a política pública deve atuar neste sentido.

A política pública aciona um novo agente: o consumidor. Este é incorporado no processo produtivo do audiovisual através da criação do Projeto de Lei do Governo Federal, MinC,⁴ *Vale Cultura*. Nos anos 2000, as políticas públicas de cultura parecem atentar, ainda que de forma tímida, para a circularidade da cultura invertendo o eixo privilegiado de investimento⁵.

O Programa do Governo Federal foi discutido pela classe artística e pela sociedade civil e está inserido no programa de desenvolvimento socioeconômico do governo. Em sua redação, o Programa se dirige prioritariamente para trabalhadores que

³ Decreto de 13 de setembro de 2000.

⁴ Projeto de Lei Nº 5.798 de 2009.

⁵ Privilegiando o deslocamento de poder do produtor para o consumidor, existem programas específicos direcionados ao consumo de cinema em salas de exibição a partir dos anos 2000. O programa *Vá ao Cinema* (Governo do Estado de São Paulo), o programa *Cinema Para Todos* (Governo do Estado do Rio de Janeiro) e o Projeto de Lei do Governo Federal *Vale Cultura* explicitam esse deslocamento da direção da produção para a esfera do consumo.

recebem até cinco salários mínimos. Cada trabalhador receberá um vale cultura de cinquenta reais mensais que se destinará às seguintes áreas culturais: artes visuais; artes cênicas; audiovisual; literatura e humanidades; música; e patrimônio cultural. Assim, o Estado reconhece o papel central (e quase vital) da cultura na contemporaneidade, ao redigir um projeto de lei para a criação do *Vale Cultura* no Brasil (assim como há o vale-refeição/alimentação e o vale-transporte).

Ainda que não tenha sido regulamentado até 2011, o ideal que orienta o Projeto é garantir à cultura papel central e expandir o circuito produtivo ao destinar recurso público para o consumidor. O *Vale Cultura* tem por objetivo beneficiar toda a cadeia cultural, só que invertendo a direção da cadeia produtiva clássica, que tem o consumidor como último elo da cadeia. O que o projeto propõe é começar pelo consumo, através do incentivo ao consumidor, no caso do cinema: consumidor – distribuidor - exibidor - produtor. A tentativa de botar a relação produção-consumo de cabeça para baixo, ancorado nas linguagens clássicas, herdeiras da alta cultura carrega consigo uma concepção restrita de cultura.

Assim, o governo federal amplia seu escopo de atuação, mas continua tendo dificuldade de articular o discurso e a execução da industrialização do cinema. O campo cinematográfico é fruto de disputas históricas materializadas nos paradoxos e desencaixes da performance da Ancine. A instituição tem como objetivo precípuo a construção de um projeto viável de industrialização para o cinema brasileiro inserido nas diretrizes do MinC⁶

A política pública para o cinema no Brasil, e suas diversas instituições, tem dificuldade de congregar as disputas culturais e industriais em seu discurso político e na atuação executiva. A geração de ações e programas concentrados em apenas um dos vértices do campo cinematográfico pressupõe domar e estabilizar processos conflitivos que resultam na negação dos processos vivos e circulares do audiovisual. Ao implementar dispositivos anti-sistêmicos restringe-se os limites de atuação das políticas públicas. Alternativamente, ao colocar em cena a dimensão do fluxo, ou seja, a interdependência do campo audiovisual, exige-se que as políticas públicas entrelacem questões conceituais, discursivas e políticas.

⁶ O PNC em vigor foi instituído pela Lei 12.343, de 02 de dezembro de 2010. É composto de um conjunto de diretrizes, estratégias e ações que nortearão as políticas culturais pelo prazo de 10 anos. Foi resultado da sistematização de propostas elaboradas e pactuadas entre Estado e sociedade, por meio da realização de pesquisas e estudos e de debates e encontros participativos como as Conferências Nacionais de Cultura, Câmaras Setoriais, Fóruns e Seminários. Todos estes momentos geraram um conjunto de elementos que nortearam o executivo e o legislativo federais na construção do documento final.

Interface cinema e televisão

Nos anos 2000, as abordagens baseadas na polarização entre cinema e televisão parecem ter perdido potência explicativa diante das demandas do capitalismo contemporâneo e do discurso da convergência transmidiática⁷. A matriz de interdependência fundamental entre os meios está na base do processo produtivo do audiovisual global. Existe uma reorganização importante de bases transnacionais, no entanto, tais mudanças estão moduladas pela formação sociocultural do audiovisual brasileiro. As inovações mundiais ganham roupagem singular no país, dialogando com continuidades e contradições históricas locais e demandas e tendências globais.

O movimento contemporâneo de entrecruzamento dos meios audiovisuais, principalmente cinema e televisão, se apresenta no cenário contemporâneo como um recurso para viabilizar o tão sonhado projeto de industrialização do campo audiovisual brasileiro e, assim, potencializar os produtos nacionais no mercado local e global. Assim, encarar cinema e televisão como meios isolados e dicotômicos torna-se artificial. Espaços midiáticos que até então se encontravam segregados dentro de hierarquia cultural se misturam, através do processo da hibridação, gerando produtos de trânsito.

Como consequência há alargamento de fronteiras do culto e popular na produção de filmes, séries e programas de televisão. Canclini afirma que mais do que a dissolução das categorias tradicionais do culto e do popular no mercado cultural, o que se rompe é a pretensão de cada campo se considerar como autônomo (2006). Um dos desdobramentos mais conspícuos do fenômeno da convergência cultural, tecnológica, mercadológica, de linguagens e de formatos, que tem caracterizado de maneira cada vez mais acentuada o campo audiovisual brasileiro, situa-se no desconforto de críticos, especialistas e pesquisadores, acostumados a lidar com o cinema e a televisão como formas de expressão audiovisual isolados.

Historicamente os meios audiovisuais têm recebido no Brasil tratamentos distintos na análise teórica e nas formulações políticas. Enquanto o olhar sobre a televisão é dirigido para a indústria, o enfoque sobre o cinema volta-se para o artístico; enquanto a televisão é um negócio empresarial-comercial, o cinema é majoritariamente política estatal. Essas dicotomias observadas entre cinema e televisão se estendem para outras mídias e fundamentam os estudos sobre o campo audiovisual brasileiro. Contudo,

⁷ Convergência representa uma transformação cultural, para além de avanços tecnológicos (JENKINS, 2008).

as experiências contemporâneas de processos de intermediação do campo audiovisual e a geração produtos mesclados deslocaram os rígidos lugares historicamente estabelecidos.

Henry Jenkins analisa o processo contemporâneo através da cultura da convergência: “a cultura da convergência é aquela, na qual novas e velhas mídias colidem, onde mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis” (2008, p. 27). Novos e velhos meios de comunicação passam a conviver e interagir uns com os outros, de maneira que não há substituição dos meios mais antigos, mas suas funções e status são transformados pela introdução de novas tecnologias. O autor defende que “se o paradigma da revolução digital presumia que as novas mídias substituiriam as antigas, o emergente paradigma da convergência presume que novas e antigas mídias irão interagir de formas cada vez mais complexas” (idem, p. 30).

Estes processos são recentes no país e ainda estão em consolidação; contudo, já apontam mudanças nos discursos e práticas. Os agentes do campo audiovisual parecem despertar para a importância da televisão para a industrialização e desenvolvimento do campo audiovisual brasileiro. A criação de grupos de trabalho, articulações manifestações de classe e a oferta de dispositivos de fomento voltados à televisão são cada vez mais recorrentes e estabelecem novas demarcações para o audiovisual nos anos 2000.

Em 2004, foi divulgado o projeto de lei de criação da Agência Nacional do Cinema e Audiovisual (Ancinav). O projeto suscitou o intenso debate de agentes do mercado audiovisual ao prever a inclusão da regulação e da taxação das emissoras comerciais. A Ancinav se tornou um marco importante da relação cinema e televisão no país uma vez que a discussão ultrapassou os fóruns especializados e chegou à grande mídia, colocando a discussão na arena pública.

Junto à formação de grupos de trabalho e projeto de lei, há progressiva implantação de mecanismos públicos de fomento voltados para integração dos meios. As séries televisivas para programadoras internacionais⁸ como Mandrake (2005 e 2007) de José Henrique Fonseca, Cláudio Torres e outros diretores e Alice (2008) de Karim Aïnouz e Sérgio Machado foram realizadas via mecanismo de incentivo fiscal e foram

⁸ Programadora internacional é aquela gerada, disponibilizada e transmitida diretamente do exterior para o Brasil por satélite ou qualquer outro meio de transmissão ou veiculação, pelos canais, programadoras ou empresas estrangeiras, destinada às empresas de serviço de comunicação eletrônica de massa por assinatura ou de quaisquer outros serviços de comunicação que transmitam sinais eletrônicos de som e imagem.

exibidas para toda a América Latina. São séries televisivas destinadas a programadoras internacionais que são realizadas por produtoras independentes brasileiras com incentivo do governo federal, através do Artigo 39 da MP 2228-1⁹, e escancaram e problematizam as relações entre cinema e televisão no Brasil no contexto transnacional.

Em 2008 foi regulamentado o artigo 3ºA da Lei nº 8.685, de 1993 (Lei do Audiovisual). De acordo com a Ancine, o artigo 3ºA foi criado com o objetivo de estimular a associação entre cinema, televisão e produção independente no Brasil, abrindo mais espaço para a veiculação de obras audiovisuais nacionais nas grades de programação brasileiras e também no exterior. O mecanismo autoriza empresas de TVs abertas e programadoras de TV por assinatura (nacionais ou estrangeiras) a investirem parte do imposto devido sobre a remessa de recursos enviados ao exterior – derivados da aquisição de direitos de transmissão de obras audiovisuais ou eventos internacionais – na coprodução de obras audiovisuais brasileiras de produção independente¹⁰.

O mecanismo tem gerado efeitos positivos para os canais, como a Globo, que é o canal que mais recolhe pelo incentivo. O filme *Tropa de Elite 2* (2010) teve R\$ 3 milhões de seu orçamento de artigo 3ºA, por exemplo. Outras emissoras como a HBO Brasil, Fox Latin American Channels do Brasil, Record, Fox Film do Brasil, ESPN do Brasil, Telecine, Turner, Topsports, Elo Audiovisual e Sky Brasil também conseguem recursos via artigo 3ºA para coproduzir com produtoras independentes e realizar, principalmente, série ou longa-metragem.

Nos anos 2000, o Estado, que sempre concentrou esforços no cinema, parece atentar à importância da televisão e à colaboração entre os campos audiovisuais. O diretor-presidente da Ancine, em exercício, explicou a política do órgão:

Há várias formas de se promover a integração da produção audiovisual independente e do cinema com a televisão. O caminho que temos percorrido até aqui é o do estímulo a esta integração e vamos operar o aprofundamento dessas relações. Acreditamos que num futuro próximo teremos mais produção independente na televisão brasileira e mais parcerias entre emissoras e programadoras de TV com produtores independentes brasileiros, como já faz a Globo Filmes, declarou o diretor-presidente da ANCINE, Manoel Rangel (site Ancine, em 29.03.2011)

⁹ Artigo 39 da MP nº 2.228-1 (Condecine 3%) – ANCINE isenta do pagamento da CONDECINE 11% as Programadoras estrangeiras de TV por Assinatura que invistam 3% do valor da remessa ao exterior na co-produção de obras audiovisuais brasileiras de produção independente.

¹⁰ O contribuinte estrangeiro pode investir até 70% do imposto devido e os recursos podem ser aplicados no desenvolvimento de projetos de produção de obras cinematográficas de longa metragem brasileiras de produção independente, e na co-produção de obras cinematográficas e videofonográficas brasileiras e de produção independente de curta, média e longas-metragens, documentários, telefilmes e minisséries.

Após cinco anos de discussão no Congresso foi aprovada em setembro de 2011 a Lei Nº 12.485 e se destaca por criar novos marcos legais para a televisão por assinatura¹¹. A lei abre o mercado para as operadoras de telefonia e estabelece cotas e obrigatoriedade de exibição de conteúdo brasileiro independente na grade de programação, entre outras medidas benéficas para a produção independente nacional que sempre ficou marginalizada da televisão.

O instrumento legal estabelece entre outras normalizações: 1. que os canais de espaço qualificado¹² reserve no mínimo 3h30 (três horas e trinta minutos) semanais dos conteúdos veiculados no horário nobre deverão ser brasileiros; 2. em todos os pacotes ofertados ao assinante, a cada 3 (três) canais de espaço qualificado existentes no pacote, ao menos 1 (um) deverá ser canal brasileiro de espaço qualificado; 3. da parcela mínima de canais brasileiros de espaço qualificado pelo menos 1/3 (um terço) deverá ser programado por programadora brasileira independente; 4. dos canais brasileiros de espaço qualificado a serem veiculados nos pacotes, ao menos 2 (dois) canais deverão veicular, no mínimo, 12 (doze) horas diárias de conteúdo audiovisual brasileiro produzido por produtora brasileira independente, 3 (três) das quais em horário nobre.

O Presidente da Associação Brasileira de Produtoras Independentes de TV (ABPITV), Marco Altberg explica que nada vai mudar da noite para o dia:

É como se estivéssemos iniciando um novo momento no negócio de TV por assinatura. Estamos diante de uma chance de se fazer uma programação de conteúdo brasileiro voltada também para um novo consumidor, a chamada classe C (...) Somos da corrente que quer que dê certo e que entende que vai haver uma margem de experimentação e acomodação de mercado. Todos cederam e todos saem ganhando com a lei. A cota de conteúdo brasileiro é mínima e só a metade cabe às produtoras independentes (Rio Show, O Globo, 10.03.2012).

A lei representa um ganho político do setor audiovisual e promete gerar expansão e conexão do campo audiovisual brasileiro independente com a televisão por assinatura. No entanto, a regulamentação da lei já é alvo de críticas de parte de agentes

¹¹ Serviço de Acesso Condicionado: serviço de telecomunicações de interesse coletivo prestado no regime privado, cuja recepção é condicionada à contratação remunerada por assinantes e destinado à distribuição de conteúdos audiovisuais na forma de pacotes, de canais nas modalidades avulsa de programação e avulsa de conteúdo programado e de canais de distribuição obrigatória, por meio de tecnologias, processos, meios eletrônicos e protocolos de comunicação quaisquer (Lei 12.485).

¹² Espaço Qualificado: espaço total do canal de programação, excluindo-se conteúdos religiosos ou políticos, manifestações e eventos esportivos, concursos, publicidade, televentas, infomerciais, jogos eletrônicos, propaganda política obrigatória, conteúdo audiovisual veiculado em horário eleitoral gratuito, conteúdos jornalísticos e programas de auditório ancorados por apresentador (Lei 12.485).

do mercado que acusam a Ancine de fiscalização e burocratização sufocante, e apontam uma possível incapacidade da agência de dar agilidade à cadeia do audiovisual¹³.

Para além da Ancine, o Ministério da Cultura (MinC) lançou o Programa de Fomento à Produção e Teledifusão do Documentário Brasileiro (DOC TV), em 2003 e publicou diversos editais para produção de pilotos e séries de televisão nos últimos anos, evidenciando a entrada da televisão na pauta da política estatal. Por fim, a criação da emissora pública, TV Brasil (2007) seria a realização do grande projeto estatal para o campo televisivo¹⁴. As ações localizadas do Governo Federal não instituíram um processo sistêmico de integração entre cinema e televisão no interior da política pública. Existem marcos pontuais e isolados de colaboração entre os meios que não garantem sequer a presença do filme brasileiro na programação televisiva que ainda é um dos obstáculos a ser superado pela política pública. Em 2010, das oito emissoras de TV aberta apenas 13,3% da programação foi de filmes nacionais, com exibição de 233 títulos. Nos canais de TV por assinatura o quadro é ainda mais grave. O filme nacional corresponde a 7,0% do total da programação de quinze canais. (Dados 2010, fonte: OCA, Ancine, 2011).

O discurso passa a se organizar no trânsito, mas esbarra em velhas amarras constitutivas e disputas políticas e culturais. Há inevitável mediação entre os processos históricos passados com as tendências do campo audiovisual mundial que transparece na atual política pública de conexão e circulação entre cinema e televisão.

Apesar de avanços pontuais importantes, ainda não foi enunciada uma política pública orgânica de integração entre cinema e televisão. Existem medidas isoladas da Ancine e da Secretária do audiovisual (SAV) de colaboração entre os meios, como criação de instruções normativas, regulamentações de artigos da MP2228-01 e lançamento de editais.

No entanto, se a institucionalização entre meios não veio de política pública, emergiu de iniciativas privadas: a Globo Filmes é o principal expoente do processo contemporâneo de entrecruzamento entre os meios audiovisuais nacionais, ao criar uma metodologia própria para produção de produtos declaradamente híbridos e de trânsito

¹³ A lei, em fase de regulamentação, se torna arena de disputa política no cenário audiovisual brasileiro na mídia e em seminários e fóruns especializados.

¹⁴ A transformação de TV estatal para um modelo de TV pública foi alvo de críticas e gerou calorosos debates na mídia, em reflexão sobre a própria condição da televisão pública no país. A TV Brasil foi acusada de dirigista e instrumentalista do Governo Federal, já que o canal público está vinculado à Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Secom).

com destaque midiático, de público e renda. A criação da Globo Filmes confere adensamento dos discursos públicos sob a lógica da prática privada. É esse contexto, no qual as ações públicas e privadas são elaboradas para integração do cinema e da televisão, que convoca o Estado a se posicionar e executar mecanismos colaborativos entre os meios. Guel Arraes, diretor de cinema e televisão, em entrevista, pondera os papéis dos meios e defende que a atuação conjunta para desenvolver o campo audiovisual no país:

A exigência que a televisão preste um serviço público me parece correta. Mas, acho que a discussão não pode ficar por aí. Do modo como se fala da televisão, parece até que o cinema brasileiro tem um prestígio incrível, que faz filmes geniais, que é uma indústria florescente e maravilhosa, e que a televisão é uma coitadinha que só faz coisa ruim. Se você observar historicamente, a situação é bem outra. Desde os anos 60, a televisão não parou de crescer, de revelar e formar bons artistas. Na TV não foram só criadas coisas popularescas, foram criadas também coisas incríveis. É preciso olhar também para o que é bom. Se você fizer uma contabilidade do que realmente tem de bom na televisão brasileira, você vai encontrar uma quantidade de obras muito boas, provavelmente muito maior do que no cinema brasileiro, até porque a televisão produz muito mais, e é muito mais rica. Não se trata apenas de defender a televisão, mas se trata de defender uma atuação conjunta, capaz de contribuir para os dois. Para mim a combinação Cidade dos Homens na TV e Cidade de Deus no cinema foi uma dar coisas mais importantes que aconteceram na televisão e no cinema do Brasil (ARRAES in FIGUEIRÔA, e FECHINE, 2008, p. 318).

O projeto de industrialização do audiovisual no Brasil é interdependente da institucionalização da circulação e colaboração do cinema e da televisão, meios já consolidados no imaginário nacional. O debate está aberto e, neste sentido, parece não haver retorno. A intermediação entre os meios audiovisuais marca uma nova etapa de fazer e pensar audiovisual no Brasil.

Coprodução internacional

A estratégia de coprodução internacional configura um discurso e uma prática cada vez mais utilizados para o desenvolvimento do audiovisual no mundo globalizado de economia capitalista. A coprodução como recurso é uma tendência mundial contemporânea e se apresenta no cenário cultural como fundamental para ampliação da produção, circulação e consumo de obras audiovisuais. Os produtos realizados em coprodução seriam resultados de trocas econômicas e simbólicas, e teriam como benefício a ampliação do espectro de exploração comercial das obras. Ainda como elemento positivo, as coproduções abririam espaços para promoção, exibição e difusão

da cultura nacional fora do país de origem e alargariam o público consumidor dos produtos audiovisuais.

Os acordos de livre comércio e integração supranacional nos anos 2000 conferem novas dinâmicas institucionais para o audiovisual, que propiciam a interface do nacional e global, do próprio e alheio. Nesta estrutura global, os acordos transnacionais são defendidos por profissionais e pesquisadores como ferramenta de sustentabilidade da produção e difusão das cinematografias dos países latino-americanos. Os discursos atrelados aos acordos de coprodução prometem benefícios como o aumento e a circulação de capital, trocas simbólicas e expansão do consumo dos produtos cinematográficos.

O mercado internacional deixa de ser apenas uma janela de exibição para se tornar parceiro de realização através de acordos de coprodução. O intercâmbio com outros países e culturas tem por objetivo principal potencializar o filme no mercado internacional. A coprodução como recurso próprio da interculturalidade levaria assim a uma intermediação cultural e econômica.

No Brasil, a coprodução é apontada como potente e promissor mecanismo de expansão de mercado para além das fronteiras nacionais que mobiliza a Ancine, a SAV e o Ministério de Relações Exteriores (MRE). Está na agenda das políticas internacionais para o cinema brasileiro uma ampla e diversificada rede de possibilidades de negociação que inclui cinematografias da Europa e América Latina.

Há crescimento gradual de coproduções brasileiras¹⁵, no entanto, a política brasileira ainda é deficitária de mecanismos e investimentos sistêmicos para a coprodução internacional. A simples troca de capital não é garantia de interculturalidade, circulação e promoção cultural de um filme no espaço global. O país avança no discurso, mas ainda carece de instrumentos concretos de estímulo à política de coprodução internacional.

Procurei apontar algumas notas fundamentais para se pensar o campo audiovisual brasileiro contemporâneo. Avanços e contradições irresolutas pautam os discursos, as políticas e as ações de agentes, empresas e Estado. O tempo real está na frente do institucional. As práticas indicam dinâmicas audiovisuais que têm a

¹⁵ Portugal é o país com maior número de coprodução com o Brasil, totalizando 27 parcerias, entre 2000 a 2009, seguido pelo Chile, com 12 projetos, e Argentina, somando 5 filmes. Com os outros países o Brasil possui no máximo 3 obras realizadas em sistema de coprodução (Fonte: OCA, Ancine, acesso em 21.01.11).

circularidade e o alargamento de fronteiras históricas como condição produtiva. Frente a um cenário de transformações de ordem internacional, é preciso problematizar as negociações, possibilidades, limites e tensões do campo audiovisual nacional, atentando para as rupturas, continuidades e singularidades históricas e para o futuro deste, que está em constante (re)formulação.

Bibliografia:

ALMEIDA, Paulo Sérgio e BUTCHER, Pedro. *Cinema, desenvolvimento e mercado*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2003.

BRASIL. IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD)*, 2005.

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

FIGUEIRÔA, Alexandre e FECHINE, Yvana (editores). *Guel Arraes: um inventor no audiovisual brasileiro*. Recife: CEPE, 2008.

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

RANGEL, Manoel. *site Ancine*, acesso em 13 de julho de 2011.

SILVA, Denise Mota da. *Vizinhos Distantes: Circulação cinematográfica no Mercosul*, SP: Annablume, 2007.

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

Anais de Congressos, Leis e projetos de leis

Anais III Congresso Brasileiro de Cinema, Porto Alegre, 2000.

Anteprojeto de Lei que criaria a Agência Nacional do Cinema e do Audiovisual (ANCINAV).

BRASIL. MP 2228-01, Ancine, 2001.

_____. *Lei N° 12.485*, 2011.

GEDIC, *Pré-Projeto de Planejamento Estratégico Sumário Executivo*, 23.03.2001.

Jornal:

ALTBERG, Marco. *Já em vigor, Lei da TV Paga muda as regras da produção nacional*. Rio Show, O Globo, 10.03.2012.

Sites

Site Ancine, OCA, 2012.

Site Globo Filmes, 2012.