

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS**

PATRÍCIA MASSIGNAN

**A INDÚSTRIA CINEMATOGRAFICA E O BEM-ESTAR: UMA ANÁLISE DAS
POLÍTICAS CULTURAIS CONTEMPORÂNEAS**

**PORTO ALEGRE
2018**

PATRÍCIA MASSIGNAN

**A INDÚSTRIA CINEMATOGRAFICA E O BEM-ESTAR: UMA ANÁLISE DAS
POLÍTICAS CULTURAIS CONTEMPORÂNEAS**

Trabalho de conclusão submetido ao Curso de Graduação em Ciências Econômicas da Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), como requisito parcial para obtenção do título de Bacharela em Economia.

Orientador: Prof. Dr. Stefano Florissi.

PORTO ALEGRE

2018

CIP - Catalogação na Publicação

Massignan, Patricia

A INDÚSTRIA CINEMATOGRAFICA E O BEM-ESTAR: UMA
ANÁLISE DAS POLÍTICAS CULTURAIS CONTEMPORÂNEAS /

Patricia Massignan. -- 2018.

53 f.

Orientador: Stefano Florissi.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) --
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade
de Ciências Econômicas, Curso de Ciências Econômicas,
Porto Alegre, BR-RS, 2018.

1. Indústria cinematográfica. 2. Cinema . 3. Bem-
estar. 4. Políticas Culturais. I. Florissi, Stefano,
orient. II. Título.

PATRÍCIA MASSIGNAN

**A INDÚSTRIA CINEMATOGRAFICA E O BEM-ESTAR: UMA ANÁLISE DAS
POLÍTICAS CULTURAIS CONTEMPORÂNEAS**

Trabalho de conclusão submetido ao Curso de Graduação em Ciências Econômicas da Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharela em Economia.

Porto Alegre, 02 de julho de 2018.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Stefano Florissi – Orientador
UFRGS

Prof. Dr. Glaison Augusto Guerrero
UFRGS

Prof. Dr. Júlio César de Oliveira
UFRGS

DEDICATÓRIA

A minha família, pelos bons valores.

AGRADECIMENTOS

Inicialmente, agradeço a minha família. Ao meu pai – escrevo no dia em que completaria 69 anos de idade – que, apesar da breve jornada, ensinou bons valores, que se pode consertar quase tudo, com capricho e cuidado; a minha mãe, por ser tão determinada, empreendedora, por ter uma força mais que admirável, sem deixar um segundo de ser carinhosa, minha amiga, confidente, meu exemplo de mulher, e a minha irmã, por sempre estar ao meu lado, mesmo que à distância, por me incentivar e inspirar com seu capricho e atenção aos singelos detalhes. Enfim, sem eles, sem o orgulho que sinto deles, o caminho seria muito menos leve.

Agradeço à UFRGS e à Faculdade de Ciências Econômicas por proporcionar uma educação de qualidade, apesar de todas as limitações que nosso arranjo social impõe, por dispor professores de excelente formação, alguns dos quais certamente levarei como exemplo profissional e pessoal.

Minha imensa gratidão ao meu paciente orientador, por ser esse profissional inspirador, com amplo conhecimento, com quem pude conviver um pouco e aprender o quão maravilhoso é poder conversar sobre os mais variados assuntos, de forma simples e, ao mesmo tempo, com uma visão arrojada e criativa. Por todos os cafés, conversas, conselhos, por ser esse ser humano inspirador.

Aos meus colegas de trabalho pela amizade, incentivo, apoio e compreensão, e principalmente, por esta instituição (BANRISUL) ter-me instigado a ideia de que compreender a economia poderia, sim, ser um bom curso.

Aos meus amigos, a todos aqueles que passaram pela minha vida nesses cinco anos, mas especialmente aos que ficaram, aos que fizeram desse curso uma forma de ver a vida, não apenas compartilhando o conhecimento ou estudando juntos por algumas horas ou madrugadas. Àqueles que dividiram a emoção de tirar o melhor conceito até o momento de estar em recuperação. Se a experiência se bastasse disso, a caminhada já teria valido muito a pena por tê-los ao lado, porém, fomos longe. Tão longe que muitos não compreendem nossa cumplicidade, o que compartilhamos. São imagens que nunca esquecerei e, se pudesse, colocá-las-ia em um filme para deixá-las intactas. Cinco anos que começaram com um “guardo lugar pra ti na aula de Cálculo I, Rodrigo”, “vamos estudar pra recuperação de Estatística na biblioteca do Direito, Ana e Satiro”, vamos comemorar todos aniversários juntos, andar de bicicleta nos próximo final de semana, fazer do

apartamento 309 um lugar melhor que a biblioteca para estudos e para simplesmente fazer nada, juntos. Sinto-me abençoada por ter entrado no curso no mesmo semestre que vocês, por ver nossa evolução, não só academicamente, mas principalmente no lado humano, pessoal. Obrigada Rochelle pela maturidade com que vê a vida, pelos conselhos tão diretos, espontâneos, por desabar em lágrimas na biblioteca após apresentar teu TCC; outra memória indelével que reflete o comprometimento que compartilhamos. Por fim, agradeço a pessoa que me acompanhou bem de perto, que teve a coragem de mudar de curso, que admiro pela obstinação, dedicação com que cumpre todos os compromissos. Bruno, eu achei que ninguém ia sentir o cheiro de cloro da piscina, mas você sentiu. E assim começamos nossa amizade, com muita sinceridade, transparência, e descobrimos o quão parecido somos! Obrigada por me cuidar, seja em pós-operatórios, seja com seus conselhos, com nossas festas, nossos passeios culturais; obrigada por nunca estar tão longe, mesmo com todas as mudanças.

Certamente o que nos une — e que permaneça nos unindo! — são os bons valores, o bom coração que carregamos, reconhecemos e admiramos uns nos outros. Uma generosa parte dessa conquista devo a vocês, por todos os momentos em que estiveram dispostos a ouvir, ajudar ou apenas estarem ali.

Por todas as praias que fizemos e por todos os momentos que ainda passaremos juntos, um muito obrigada, de todo coração!

“Remember no man is a failure who has friends. Thanks for the wings! Love,
Clarence.” (It's a Wonderful Life, 1946).

RESUMO

Considerando o desenvolvimento da indústria cinematográfica nos últimos anos, assim como a crescente preocupação com o bem-estar da população, este trabalho tem como objeto de estudo as políticas culturais praticadas na Europa, especialmente na França, como forma de resistência à hegemonia hollywoodiana, além das políticas implantadas recentemente no Brasil. Inicialmente, foram revisitados conceitos econômicos para fundamentar a intervenção pública nesse mercado, além da discussão acerca do conceito de bem-estar de Amartya Sen, especialmente as ideias relacionadas às liberdades substantivas. Uma reflexão histórica é apresentada com o intuito de salientar as diversas formas com que o cinema já foi percebido e utilizado e, em um último momento, o estudo dos dados do setor cinematográfico e das políticas culturais praticadas na França — país europeu com maior destaque em produção, distribuição, exibição e consumo — e no Brasil embasam a importância que tais políticas possuem quando relacionadas ao bem-estar, à conservação da cultura e, especialmente, à promoção da diversidade.

Palavras-chave: Indústria cinematográfica. Cinema. Bem-estar. Políticas culturais.

ABSTRACT

Considering the development of the film industry in recent years, as well as the growing concern for the well-being of the population, this work has as object of study the cultural policies practiced in Europe, especially in France, as a form of resistance to Hollywood hegemony, in addition to of policies recently implemented in Brazil. Initially, economic concepts were revisited to support public intervention in this market, as well as discussion of Amartya Sen's welfare concept, especially ideas related to substantive freedoms. A historical reflection is presented with the intention of highlighting the different ways in which the cinema has already been perceived and used and, at the last moment, the study of the data of the cinematographic sector and of the cultural policies practiced in France - European country with more emphasis in production, distribution, exhibition and consumption - and in Brazil they are based on the importance that such policies have when related to the well-being, the conservation of the culture and, especially, the promotion of diversity.

Keywords: Film industry. Cinema. Welfare. Cultural policies.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Produção mundial de títulos em 2000 por estúdio	19
Tabela 2 – Distribuidores na França e percentual da receita bruta	20
Tabela 3 - Participação do público dos títulos nacionais em países selecionados (2016)	32

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Quantidade de títulos lançados na França entre 2002 e 2017	35
Gráfico 2 - Evolução do público na França de 2002 a 2017	36
Gráfico 3 - Percentual de <i>market share</i> na França de 2008 a 2017	37
Gráfico 4 - Parque cinematográfico francês entre 2002 e 2016	38
Gráfico 5 - Evolução do setor audiovisual de 2011 a 2014	39
Gráfico 6 - Participação da produção independente brasileira na programação da TV Paga de 2012 a 2016	41
Gráfico 7 - Quantidade de filmes brasileiros lançados de 1971 a 2016.....	42
Gráfico 8 - Produção cinematográfica de 2002 a 2016.....	43
Gráfico 9 - Público brasileiro de 2002 a 2016 (market share).....	44
Gráfico 10 - Quantidade de salas de exibição de 1971 a 2016	45

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
2 DA ECONOMIA DA CULTURA AO INTERVENCIONISMO	15
2.1 A formação de oligopólios na Sétima Arte	18
2.2 Falhas de mercado e as externalidades positivas	21
2.3 Definições de bem-estar	22
3 HISTÓRICO DA INDÚSTRIA CINEMATOGRAFICA	26
3.1 O cinema em tempos de guerra	26
4 AS POLÍTICAS CULTURAIS NO MUNDO E O CASO BRASILEIRO	29
4.1 Observações sobre o mercado cinematográfico francês	32
4.2 Análise do mercado brasileiro e as políticas culturais após 1990	38
5 CONCLUSÃO	46
REFERÊNCIAS	49

1 INTRODUÇÃO

A inspiração para esse trabalho vem da perspectiva de destaque que o cinema, especialmente o independente, tem ganhado nos últimos tempos, amparado pelo maior conhecimento ou acesso da população aos festivais independentes; pelo destaque que algumas produções fora do eixo hollywoodiano têm atingido, como indicações ao Oscar, especialmente com filmes de menor orçamento quando comparados às produções americanas. Além disso, salienta-se que a Sétima Arte consolidou-se como um poderoso veículo de formação de opinião e difusão cultural desde a sua criação no fim do século XIX pelos Irmãos Lumière. Entretanto, a análise econômica da indústria cinematográfica, juntamente com o estudo das políticas culturais que a permeiam, geralmente é deixada em segundo plano, apesar do reconhecimento do peso que essa indústria possui na economia mundial.

Ao encontro desse viés secundário, surge o questionamento sobre a relação entre a grande e a pequena produção cinematográfica e o impacto gerado por essa, sendo delimitada como objetivo principal a caracterização da importância do cinema e das políticas culturais associadas à geração de bem-estar para a população. O objetivo secundário é analisar as políticas culturais consideradas relevantes em relação a sua intenção de promover a diversidade e a pluralidade cultural, bem como sua preservação.

O conceito de indústria cultural, em que o cinema está inserido, vai além do proposto por Theodor Adorno, deixando de lado o viés do lucro econômico proposto pela escola de Frankfurt. Ainda que o trabalho apresente conceitos econômicos consolidados, a intenção é relacionar o cinema, enquanto atividade econômica, com o conceito de Sen (2011, p. 311) para economia do bem-estar, “[...] que lida com o bem-estar das pessoas, como um assunto de interesse e como um guia para formulação de políticas”. Com esse olhar voltado para a variável qualitativa, e não apenas buscando uma análise monetária desse mercado, por meio dessa revisão de conceitos pretende-se associar as definições de bem-estar à produção e ao consumo de cinema, além de observar as possíveis dificuldades que a indústria cinematográfica apresenta, em uma perspectiva histórica dessa dicotomia, e discutir tais políticas culturais, tanto a nível global, quanto nacional.

A relevância do estudo converge com Farani (2009) e a ideia de que o cinema não pode ter seu viés político desconsiderado, levando em conta seu alcance, inclusive internacional, que perpassa sua ideia cultural, artística e econômica, ou seja, cabe a análise da dimensão de bem-estar que essa indústria pode dissipar. Além disso, Meleiro (2007) ressalta a importância de uma análise econômica da indústria cinematográfica, porém amparada na economia política, tomando-a como uma “entidade econômica”.

A metodologia adotada neste trabalho consiste em uma revisão bibliográfica da literatura, com atenção aos conceitos econômicos relacionados aos bens culturais, juntamente com uma explanação histórica da indústria do cinema. Serão, ainda, apresentadas as políticas culturais adotadas pelos países com maior relevância nesse setor na Europa, bem como as políticas praticadas contemporaneamente no Brasil, conjuntamente com uma análise de dados da indústria cinematográfica, selecionados de qualificadas fontes como European Audiovisual Observatory, Centre National Du Cinéma et de l’image Animée (CNC) e Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (OCA).

O trabalho está dividido em três capítulos, além desta introdução e das considerações finais. No primeiro capítulo, são apresentados os conceitos de economia, fundamentando a análise do cinema como um bem parapúblico, revisando a concepção de bem-estar e embasando o argumento de intervenção estatal nessa indústria, além de uma breve descrição sobre a ideia de cinema independente. No segundo capítulo, propõe-se uma retomada histórica da indústria cinematográfica, salientando a dualidade entre a pequena e a grande produção. Considerando a vastidão do setor, o apanhado histórico limitou-se à divisão em grandes centros de produção de cinema, como Europa e Estados Unidos, qualificando pontualmente os países que se destacam nesses grupos. Por fim, o último capítulo será dedicado a enumerar e discutir as políticas culturais adotadas nos principais expoentes da Sétima Arte e discutir o atual cenário brasileiro a partir dos dados apresentados pelos principais observatórios de audiovisual do mundo.

2 DA ECONOMIA DA CULTURA AO INTERVENCIONISMO

A cultura, além de ser objeto de estudos sobre a sua preservação, possui importância quando analisada como promotora de crescimento econômico, de acordo com Valiati e Florissi (2007), além de ter a função de tornar o ambiente mais equitativo, a partir do momento que os indivíduos se tornam empáticos ao fazerem parte desse processo. Por outro lado, esse processo geralmente é moroso. Trata-se de uma mudança social e, certamente, educacional, pois, “[...] para transformar um frequentador ocasional em um apreciador regular de cultura, é preciso pensar a prazo mais longo. E dar-lhe educação artística.” (DURAND, 2001, p. 67-68). O impacto da cultura nas decisões econômicas, dessa forma, ressalta a dinâmica que possui, ou seja, o desenvolvimento econômico não é apenas mensurado pelo produto interno bruto (PIB).

De acordo com Baumol (1966), as atividades culturais são qualitativamente benéficas para a sociedade, consideradas, então, bens coletivos e indivisíveis, justificando os subsídios públicos; ou seja, a quantidade ótima de bens culturais oferecidos apenas é alcançada por meio de políticas públicas, como por exemplo, as leis de incentivo, uma das formas de política cultural. Conceitualmente, Pindyck (2006, p. 278) complementa o argumento de Baumol, pois, “[...] o efeito do subsídio sobre a quantidade produzida é exatamente o oposto do efeito de um imposto, ou seja, a quantidade aumenta.”.

Com o intuito de explicar os efeitos positivos promovidos pela indústria cinematográfica, que por vezes não são considerados durante sua produção, de acordo com Valiati e Florissi (2005), a cultura seria considerada um bem semi-público ou parapúblico, ou seja, traria consigo características de bens públicos¹ e privados e, portanto, o cinema seria analisado sob esse viés, tendo o objetivo de ratificar os seus efeitos positivos perante a sociedade em geral. Alinhado a isso, David Throsby (2001) qualifica a existência per se dos bens culturais como benéfica

1 Bens públicos atendem a duas características necessariamente: a não excludência, ou seja, ele pode ser utilizado sem a necessidade de pagamento direto, e a não disputabilidade, não rivalidade, se o custo marginal de sua produção é zero para cada consumidor adicional, para qualquer nível de produção, segundo Valiati e Florissi (2007).

a todos, usuários ou não desse bem. Dito de outra forma, o provimento de bens culturais gera externalidades positivas na sociedade em geral. Similar a essas ideias Valiati e Florissi definem:

[...] os bens culturais são bens públicos com forte componente de não rivalidade e, em sua maioria, com irradiação de benefícios não levados em conta por seus produtores e benéficos à sociedade em geral, o que indica que os benefícios externos à sua função de produção acarretam em fornecimento pelos mecanismos de mercado abaixo do que seria socialmente ótimo. (CRIBARI, 2009, p. 69).

Dado o ideário de bens culturais, cabe salientar que o conceito de indústria cultural aqui utilizado acaba por se distanciar do proposto pela escola de Frankfurt, cuja classificação de Adorno assemelha-se a de uma indústria tradicional em que o único objetivo é o lucro econômico e, como exposto anteriormente, desconsidera os demais benefícios promovidos quando da sua produção.

A classificação do cinema como um produto da indústria cultural está atrelada, de acordo com o prefácio de Gustavo Dahl (VALIATI, 2010), à ideia de reprodutibilidade característica dessa atividade. A primeira indústria teria sido, então, a imprensa, sendo a fotografia e o cinema suas evoluções subsequentes. O negativo, o filme, uma gravação de imagens sucessivas, possibilitou a reprodução dessas imagens em qualquer lugar do mundo, estratificando, assim, a globalização do cinema. Essa nova indústria moderna passaria de um cenário de escassez para outro de relativa abundância, dada a possibilidade de clonagem do conteúdo, e a sua exibição teceria redes de distribuição ao redor do mundo. Ainda, segundo Valiati (2010, p. 17), e seguindo a lógica descrita, os bens culturais teriam as mesmas condições dos demais bens produzidos em uma economia, “[...] maculada pela mercantilização da arte [...]” pelo consumo massificado, ou seja, o entretenimento seria apenas um produto.

Apesar da grande capilaridade que possui o setor audiovisual, o cinema não pode ser considerado um bem público puro. Ele apresenta características públicas e privadas de acordo com Valiati e Florissi (CRIBARI, 2009). Seria então classificado como um bem semi-público ou bens de clube, por seu viés excludente, já que apenas por meio da aquisição é possível ter o benefício do bem; o que é um meio de impossibilitar seu consumo. Entretanto, o caráter não rival, não excludente do cinema é atendido “[...] uma vez que aumentar o acesso, na maioria dos casos, não implica em custo adicional. O custo de um filme visto por 100 ou 1.000.000 de

pessoas é exatamente o mesmo.” (VALIATI, FLORISSI, 2007, p. 34). Em outras palavras:

[...] seu consumo por parte de um indivíduo não exclui o consumo da mesma quantidade do mesmo bem por outro indivíduo [...] quando vão ao cinema ou ao teatro, seja numa visita a um museu, várias pessoas podem desfrutar do acesso ao bem cultural. (BENHAMOU, 2007, p. 148-149).

Considerando o âmbito privado dos bens de clube e a ideia de que o mercado não pode prover as quantidades necessárias, salienta-se a formação de externalidades que, segundo os autores anteriormente citados, justificaria a intervenção do Estado na provisão desses bens. Esses efeitos — externalidades — são citados tanto por Benhamou (2007) como por Valiati e Florissi (2007) apenas como positivos, ou seja, a atividade econômica e as pessoas seriam afetadas pela simples existência desse bem cultural. Uma vez que o mercado não considera essa externalidade como positiva e não é beneficiado diretamente por sua produção, esta ficaria abaixo do nível ótimo. Isso justificaria o financiamento da produção desses bens por parte do Estado, caso quem seria diretamente impactado não o faça.

Um exemplo desse financiamento com intuito promotor, segundo Benhamou (2007), é o patrocínio de festivais por parte da indústria da música, incrementando a renda das cidades, gerando empregos, confluindo para um conceito de efeito multiplicador com efeitos positivos tanto em curto como longo prazo. Segundo a autora, os gastos públicos culturais teriam efeito multiplicador sobre a economia e poderiam ser qualificados em três fluxos, descritos como: os diretos, com salários, gastos locais; os indiretos, efetuados por quem frequenta, consome cultura e os induzidos, que seriam retornos positivos no longo prazo.

Valiati e Florissi (2007) apontam como um dos motivos para a subprodução dos bens culturais a carência de estabelecimento de direitos autorais, sem incentivo da produção pela iniciativa privada. Quanto às externalidades positivas, exemplificam que, por meio do cinema, poderiam ser recriados padrões de consumo, incentivos ao turismo etc.

A intervenção do Estado nesses mercados, então, está embasada no aumento da oferta de bens culturais, já que os subprodutos do desenvolvimento dessas atividades não são levados em conta pelo setor privado. Especificamente em relação à indústria cinematográfica, a proteção à indústria nacional também é referida por Valiati e Florissi (2007, p. 33) como outro motivo para a ação do Estado, pois

[...] além de a indústria cinematográfica americana (que domina o mundo) apresentar retornos crescentes de escala, este tipo de indústria [...] consegue diluir seus custos fixos no mercado interno, podendo repassar o produto ao mercado externo a custos marginais baixos e, além disso, decrescentes.

No caso brasileiro, ainda segundo os autores, a produção estaria prejudicada pela falta de recursos próprios, além de o mercado interno não formar demanda suficiente para diluir os custos fixos. Quanto ao mercado externo, a barreira da língua seria um dos grandes entraves.

A intervenção estatal, de acordo com os autores anteriormente mencionados, pode ser feita na economia de duas formas. Uma direta, em que o Estado produziria atividades ou bens culturais ou contrataria esse serviço da iniciativa privada. Entretanto, há que se salientar que essa forma poderia carregar viés governamental, com intuito propagandístico e limitando a liberdade de expressão. Outra forma, a indireta, baseia-se na ideia de incentivos fiscais (isenções, subsídios) para que esses bens sejam providos por empresas e, assim, atingindo maior eficiência.

2.1 A formação de oligopólios na Sétima Arte

Além do olhar cultural sobre o cinema, cabe ressaltar a aproximação desse setor com o conceito industrial. Segundo Benhamou (2007), a rentabilidade da indústria cinematográfica nos Estados Unidos pós Segunda Guerra era comparada à automobilística. Isso impulsionou a concentração desse mercado e, em 1940, menos de 10 empresas detinham 90% das receitas. A inspiração para a organização desse setor era a indústria manufatureira e o fordismo, com claras divisões entre a criação e a produção. Essa concentração de mercado também é observada na França, que desde a Primeira Guerra tem seu mercado centrado em poucas empresas, especialmente no setor de distribuição.

Essa alta rentabilidade da indústria cinematográfica é elencada como um dos atrativos para as empresas e/ou investidores constituírem grandes grupos. Além disso, o dispendioso capital necessário para se estabelecer nesse setor fortalece o caráter oligopolístico, diferindo, segundo Pindyck (2006), da competição monopolística e da concorrência perfeita, já que ambas as estruturas de mercado possuem muitas empresas e a entrada de novas não é limitada, por exemplo.

Alguns exemplos sobre o grau de concentração no mercado cinematográfico são expostos por Benhamou (2007), tanto no setor de produção quanto no de distribuição dos filmes. Na produção, em 2000, conforme a tabela a seguir, 90% dos títulos pertencia a cinco empresas, sendo que, três dessas detinham mais de 67% desse mercado.

Tabela 1 – Produção mundial de títulos em 2000 por estúdio

Estúdio	Quantidade de títulos	Percentual (%)
Warner Bros	4.500	24,3
MGM	4.000	21,6
Universal	4.000	21,6
Sony	2.400	13,0
Twentieth Century Fox	2.000	10,8
Paramount	1.000	5,4
Disney	600	3,2
Total	18.500	

Fonte: BENHAMOU (2007, p. 126).

Ainda segundo a autora, na França, em 2001, o setor de distribuição (Tabela 2) era dominado por oito empresas que detinham 82,7% da renda bruta dessa indústria. Além dessa análise, quando se soma a participação das quatro maiores empresas, depreende-se um percentual de 55,8, conformando um mercado concentrado.² Dito de outra forma, os dados de 1940, levantados pela autora e citados anteriormente, e os de 2001 são análogos. Benhamou (2007, p. 133)

² A Razão de Concentração $CR(k)$ é um índice que apresenta a informação sobre o poder de mercado das k maiores empresas do setor industrial observado, calculado de acordo com a equação $CR(k) = \sum_{i=1}^k Si$, onde k é o número das maiores empresas e Si é a parcela de mercado da empresa i . Quanto maior esse índice, maior o poder de mercado dessas empresas. Para a análise da indústria cinematográfica acima, utilizou-se as razões de concentração para $k=4$ e $k=8$, cujas faixas de critério para concentração nos $CR(4)$ e $CR(8)$, devido a sua diferenciação, são apresentadas abaixo:

Tabela de classificação de concentração dos mercados segundo índice CR(k)

Mercado	CR(4)	CR(8)
Muito concentrado	>75%	>90%
Concentrado	50%<CR(4)<75%	70%<CR(8)<90%
Baixa concentração	25%<CR(4)<50%	45%<CR(8)<70%
Ausência de concentração	<25%	<45%

Fonte: KUPFER; HASENCLEVER (2013).

argumenta, ainda, que ao longo da cadeia produtiva do cinema (que parte da produção, distribuição e encerra na exibição) ocorre “[...] o aumento do grau de concentração à medida que se chega à etapa final do processo [...]”.

Em um comparativo entre os graus de concentração da indústria cinematográfica francesa e da americana, notam-se similaridades. Isso é uma característica dessa indústria e, apesar das diferenças entre o modelo americano de incentivo indireto e o intervencionismo francês, pode-se presumir que ambas as formas de atuação do Estado não têm sucesso na redução do grau do oligopólio na indústria cinematográfica.

Tabela 2 – Distribuidores na França (2001) e percentual da receita bruta

Distribuidores	Receita bruta (%)
UFD	15,5
Gaumont Buena Vista	14,0
UIP	13,7
Warner Bros	12,6
Metropolitan	10,3
Bac	6,9
Mars	4,9
Pathé Distribution	4,8
TOTAL	82,7

Fonte: BENHAMOU (2007, p. 126).

De acordo com Benhamou, outro aspecto que perpetua a concentração desse mercado são as inovações, cujos segmentos podem ser classificados em “[...] alto grau de inovação (a literatura geral considera difícil o filme de autor³ etc.) e segmentos menos inovadores ([...] o filme popular).” (2007, p. 113). Delegadas às empresas de menor porte, por vezes até criadas pelas grandes companhias, são apropriadas por essas assim que um novo mercado é criado. Apesar de haver obstáculos para a entrada no mercado cinematográfico, a autora qualifica como quase inexistentes as barreiras à saída daquelas empresas que conseguem

3 Meleiro (2007) qualifica como predominante o cinema autoral na Europa.

sobreviver. A venda do acervo a um grupo seria um dos exemplos de saída do mercado e, ao mesmo tempo, uma ratificação do oligopólio.

Com a obtenção de lucro apenas por poucas companhias, a consequência imediata será a formação de falhas de mercado e uma delas estará relacionada ao preço, pois essas empresas ofertantes vendem

[...] seus produtos por preços superiores ao custo médio mínimo e ao custo marginal, ou seja, a um nível de produção que lhe(s) proporciona lucros maiores do que elas teriam num mercado de concorrência perfeita [...]. Contudo, essa quantidade produzida não coincide com a que otimizaria a alocação dos recursos para sociedade. Essa coincidência entre maximização dos lucros e otimização do bem-estar social só é atingida em situações de concorrência perfeita, com a ação do Estado em áreas de estrangulamento ou falhas de mercado. (VALIATI, 2010, p. 22).

Um pouco mais além da concepção do valor de um produto que tem base na utilidade ou em seus preços determinados pelos custos, está a ideia de valor cultural de um bem, no enfoque do trabalho, o cinema. Seus valores, segundo Florissi e Valiati (2009, p. 67), “[...] escapam ao cálculo econômico e, contudo são importantes para a tomada de decisões acerca da alocação de recursos por parte de indivíduos e da sociedade.”; ou seja, na construção desse valor, são levados em conta, segundo os autores, as ideias, crenças e tradições de um grupo. Dito em outras palavras, a acumulação de valor, em um filme, por exemplo, perpassam as décadas, de certa forma conformando um patrimônio cultural que permite a manutenção da história em movimento, do ideário de determinado povo, por exemplo.

Em suma, além da dificuldade de ajustar o preço, seu valor econômico, dada a condição de oligopólio nessa mensuração, também há que se levar em conta o valor cultural e o peso deste nas decisões econômicas da sociedade.

2.2 Falhas de mercado e as externalidades positivas

Decorrente do processo de oligolização e de sua ineficiência econômica anteriormente salientada, em que os preços não estão adequados aos produtores e aos consumidores, esse mercado apresentará falhas — assimetria de informação e/ou externalidades — cabendo, então, a regulamentação, a intervenção do Estado.

Quando pensada a intervenção pelo lado da demanda e da formação de externalidades positivas, ela seria razoável, segundo Benhamou (2007, p. 148), para “[...] reduzir as desigualdades sociais mediante a democratização do acesso à

cultura [...] para assegurar que as gerações futuras desfrutem de um patrimônio conservado e enriquecido.”. Ainda segundo a autora, poderiam ser desencadeadas externalidades positivas privadas, como a promoção do turismo, e/ou públicas, como a melhoria no nível de civilização de uma nação, sem que necessariamente o produtor de tal bem fosse diretamente beneficiado ou pago, atrelado ao valor simbólico ou cultural do bem, sua face imaterial. Outro exemplo, citado por Shape (2004), é o de que as experiências de assistir a um bom filme e ir ao cinema são valoradas pelo consumidor e acrescidas de acordo com o local de exibição. Ainda sob a ótica da demanda, as externalidades positivas ratificam a presença do Estado ao passo que, por meio de subsídios, ele “[...] diminui preços percebidos pelos consumidores e acaba por realizar uma política de inclusão de uma parcela da população que, caso os preços refletissem os reais custos, estaria sendo excluída [...]” (VALIATI; FLORISSI, 2007, p. 34).

Todavia, essa intervenção do Estado na economia abre espaço para a discussão sobre as consequências que isso causaria. As críticas são embasadas no argumento da alocação eficiente dos escassos recursos públicos, que poderiam ser direcionados para outras áreas, como por exemplo, educação.

2.3 Definições de bem-estar

Além dos conceitos econômicos já citados, outra ideia importante que tange às escolhas, tanto do consumo individual (dado que a cultura é classificada como um bem) quanto das políticas culturais, o conceito de bem-estar há que ser discutido.

A economia do bem-estar, para Sen (2011, p. 306), “[...] é a parte da economia que se preocupa com a avaliação da bondade dos estados de coisas e a apreciação das políticas [...]”; em outras palavras, essa parte da economia se debruça sobre o bem-estar das pessoas e, conseqüentemente, impactará a formulação de políticas. Entretanto, não há unicidade na análise econômica do bem-estar, que então se apresenta em duas abordagens: a “Welfarista” ou utilitarista e a “não Welfarista”.

A mais tradicional delas, a “Welfarista”, tem suas bases formadas na escola utilitarista, com Bentham e Marshall, ou seja, na escola clássica. A ideia central dessa visão é a maximização da utilidade e, por conseguinte, do bem-estar. Além

disso, o crescimento econômico sanaria todos os problemas sociais, da pobreza à infelicidade; mas, tudo isso é constituído, analisado sob o ponto de vista do indivíduo, na ordenação das preferências. O bem-estar social total seria, então, o somatório do bem-estar de todos os indivíduos, de suas utilidades individuais maximizadas na busca por um nível ótimo de felicidade.

Por outro lado, a abordagem “não Welfarista” repensa alguns pressupostos da ortodoxia. Por exemplo, a inexistência da ordenação racional das preferências pelo homem, a ideia de que o desenvolvimento pode ser qualificado pelo aumento do PIB. Essa nova e recente concepção de economia do bem-estar tem seu número de adeptos aumentado nos últimos anos e, seu maior expoente, Amartya Sen, propõe uma abordagem multidisciplinar de bem-estar. As críticas de Sen (1999, p.63) à concepção “Welfarista” são de que “[...] o bem-estar não é a única coisa valiosa [...]”, e que “[...] a utilidade não representa adequadamente o bem-estar”; além disso, considera prejudicial o afastamento das questões éticas e morais que essa vertente da economia suporta. Para o autor, a ética seria uma das ferramentas para compreender o comportamento humano e a utilidade não pode ser tida como único meio de mensurar o bem-estar dos indivíduos.

De acordo com Sen (1999), dois aspectos — o de agente e o de bem-estar — guiam as ações das pessoas. O primeiro está relacionado com valores, cultura, sentimento de comprometimento e objetivos individuais. O segundo refere-se à própria busca do bem-estar individual. Entretanto, esses dois fatores não se dissociam, pois fazem parte do indivíduo. A teoria clássica de bem-estar, então, desconsideraria as particularidades do “agente”, agindo apenas sob seu interesse e relevando o contexto social, por exemplo, o que é imponderável para Sen.

O desenvolvimento humano, para o autor, seria um processo de expansão das liberdades reais que as pessoas possuem. Sen (2010 apud Giacomelli; Marin; Feiste, 2017, p.101) entende que “[...] a liberdade de escolha de uma forma de vida que cada indivíduo acredita como o ‘melhor modo de viver’, com base em seus valores, características sociais, culturais e individuais, é a finalidade última do processo de desenvolvimento humano.”. Sintetizando, o autor salienta que:

O crescimento do PNB ou das rendas individuais obviamente pode ser muito importante como um meio de expandir as liberdades desfrutadas pelos membros da sociedade. Mas as liberdades dependem também de outros determinantes, como as disposições sociais e econômicas (por exemplo, os serviços de educação e saúde) e os direitos civis (por exemplo,

a liberdade de participar de discussões e averiguações públicas). (SEN, 2010, p. 16).

Consolidando seu arcabouço sobre a nova análise do bem-estar, Sen (2010) argumenta que, quanto menores as privações das liberdades substanciais dos indivíduos, maiores serão os níveis de bem-estar dessa sociedade. Além desse fator de liberdade, a diversidade também é elencada pelo autor como relevante, ao propor que a realização dos indivíduos ocorre diante da “diversidade de bens” e não pode ser atribuída por uma “cesta específica de bens”. A partir desse ideário de bem-estar, atrelado à liberdade e à diversidade, o trabalho analisará a dinâmica da atividade cinematográfica.

2.4 Reflexões sobre o cinema independente

Em uma primeira análise, o termo “cinema independente” transmite a ideia de uma produção que confronta um sistema dominante, com autonomia. Entretanto, dada a estrutura econômico-social existente, a total independência passa a ser um pensamento utópico, cabendo apenas alguns graus de autonomia para esse ramo da indústria cultural.

Segundo Insdorf (2004), outra característica dessa categoria, além da busca de independência dos recursos provenientes dos grandes estúdios, está na distinção do elenco, do estilo, do cunho social, moral e regional da obra e, principalmente, qualifica-se por tratar de assuntos raramente vistos em filmes comerciais. Além da ideia de oposição às obras produzidas, distribuídas e exibidas por Hollywood, por exemplo, a denominação “cinema independente” liga-se às arbitrariedades que alguns diretores e cineastas possuem, como uma espécie de autonomia artística.

Segundo Gerbase e Ruy, na América, essa categoria de cinema tem o início da sua difusão

[...] na imprensa especializada dos Estados Unidos. [...] Em artigo publicado na *American Film* em 1981, Annette Insdorf defende como independente as obras não comerciais e que compartilhassem elementos dos filmes de arte. Em publicação mais recente, ela reafirma seu ponto de vista sobre a influência do cinema de autor e do estilo europeu na concepção de cinema independente. (GERBASE; RUY, 2015, p.2).

A partir de 1950, nos Estados Unidos, essa categoria começa a se destacar, devido à mudança na regulação dessa indústria, além do processo de concentração de recursos em poucas produções.

As medidas tomadas no pós-guerra teriam outro formato, dado o alto grau de concentração dessa indústria, citado anteriormente. Teria sido o decreto antitruste de 1948 que

[...] levou as grandes empresas a dedicar-se fundamentalmente à distribuição e a contribuir apenas ocasionalmente para a produção, através da compra de direitos. Foi então que se desenvolveu a produção independente. No entanto, esses recém-chegados, que respondem por dois terços dos filmes norte-americanos produzidos na década de 1990, não conquistaram grande solidez. (BENHAMOU, 2007, p. 124).

A existência dessas lacunas na indústria cinematográfica possibilitou a exploração de gêneros, as produções e as distribuições alternativas. Segundo Benhamou (2007, p. 127), as pequenas companhias serviriam como “viveiro da criação” e adotariam “[...] estratégias de nicho, especializando-se em áreas pouco ocupadas pelos grupos, de maneira a atrair uma clientela e firmar sua reputação.”. Contudo, ainda segundo a autora, as companhias independentes que acabam se destacando nesse contexto, em geral são adquiridas pelas grandes empresas.

3. HISTÓRICO DA INDÚSTRIA CINEMATOGRAFICA

A história do cinema inicia em dezembro de 1895, em Paris, a partir da exibição do produto de um invento que os irmãos Lumière chamariam de “cinematógrafo”. Inicialmente, o intuito não estava alinhado com o que acabou sendo qualificada como “a Sétima Arte”, mas sim com uma engenhoca, um experimento laboratorial. Agora, era possível exibir imagens em movimento, e esse foi o objeto central do primeiro filme exibido comercialmente. “L'Arrivée d'un train à La Ciotat” (A chegada do trem à estação) foi a primeira projeção dos irmãos, causando espanto ao pequeno público devido à ilusão da aproximação do comboio.

Temporalmente, as produções seguiram no molde de cinema mudo, dadas as dificuldades de sincronizar som e imagem. Ícones como Georges Méliès e sua obra-prima “Le Voyage dans La Lune” (Viagem à Lua), de 1902, começam a incorporar maior duração às gravações e outros, como Charles Chaplin, consolidam o cinema mudo como obra de arte.

3.1 O cinema em tempos de guerra

O cinema, até então majoritariamente bem desenvolvido na Europa, começa a declinar nesse continente devido ao primeiro conflito mundial. O viés comercial americano se estabelece desde a migração de produtores independentes para colonizar o que hoje é Hollywood, até a fundação de importantes estúdios como a MGM, Paramount e Warner Brothers. Ou seja, o cinema originado na França ganhava conotação de produto e, mais que isso, o interesse americano de configurar um meio de comunicação de massa. Segundo Fraser (2005), apoiados por grandes bancos, os irmãos Pathé e Léon Gaumont produziam grande quantidade de filmes (mudos), os quais eram importados pelos americanos para serem exibidos em pequenas salas, ao custo de 1 níquel a sessão, os chamados *nickelodeons*.

A história da utilização do cinema como ferramenta de influência data de antes da Primeira Guerra e os primeiros registros de uso político centram-se nos Estados Unidos e na Grã-Bretanha. Com o primeiro conflito mundial, suas atribuições ganham proporções maiores, já que os

[...] líderes políticos descobriram a grande influência que este novo meio de comunicação exercia sobre as massas e não tardaram em utilizá-lo como arma de propaganda política, enquanto os seus respectivos governos criavam departamentos de censura e leis que regulamentavam a produção, distribuição e exibição cinematográfica, numa tentativa de preservar a produção nacional frente à concorrência estrangeira. (PEREIRA 2005, p.2).

Durante os regimes totalitários europeus, segundo Lange e Westcott (2007, p.35), a intervenção estatal nesse setor econômico “[...] não ficou livre dos objetivos relacionados à propaganda e envolviam uma certa censura.”.

Além desse intuito político, existe a construção da representação das guerras como uma hibridização homem-máquina-cinema. Em um esforço de documentar os dois grandes conflitos, mais especialmente o segundo, a indústria bélica aliou-se à indústria cinematográfica. Segundo Virilio

É conhecida a importância da representação pictórica nas seitas militares orientais, em que a mão do guerreiro passava facilmente do manejo do pincel à arma branca, assim como, tempos depois, a mão do piloto disparava uma câmera ao acionar uma arma. (VIRILIO, 2005, p. 49).

Quando analisada a evolução histórica do cinema, nota-se a importância que o olhar do Estado tem no seu desenvolvimento, a partir do momento em que percebe, nesse bem cultural, perspectivas maiores, dado seu alcance. Virilio (2005) enfatiza que os cineastas que sobreviveram ao primeiro conflito evoluíram do campo de batalha para a produção de cinejornais ou filmes de propaganda e, mais tarde, para os “filmes de arte”. A ligação entre o cinema e a guerra está presente nos termos. Por meio da mira da arma ou da lente da câmera, os incipientes cineastas da Primeira Guerra a viram como propulsora para inovações. A dinâmica muda e o cinema passa de estático, majoritariamente térreo, para associar-se à força aérea, indicando, assim, uma ideia de oligopolização do setor. Precursora desse movimento estava a fotografia de reconhecimento, utilizada largamente no primeiro conflito mundial, mas que deixa lugar para os registros filmados.

A tomada de consciência da importância do cinema pode ser ilustrada quando se comparam os dois conflitos. No primeiro, apenas um cineasta americano (D.W. Griffith) estava autorizado a ir ao *front* e registrar um filme de propaganda para os aliados com apenas uma câmera Pathé de madeira e pouquíssimos assistentes. Em contraponto com o segundo conflito, em que “[...] a produção cinematográfica era acompanhada atentamente pelo Alto Comando militar, quando o próprio pentágono

não se tornava diretamente produtor e distribuidor de filmes de propaganda” (VIRILIO, 2005, p. 30). A intenção dessas obras era de tirar a população da apatia diante do conflito. Em “*Why we fight*”, a agressividade das cores salientava essa concepção ambiciosa em um conjunto de sete filmes de propaganda produzidos pelo Major Frank Capra em conjunto com o Departamento de Guerra dos Estados Unidos, com intuito de abonar a sua entrada no conflito. Ainda segundo o autor, após a Guerra Fria, da Coréia e do Vietnã, a produção desse tipo de propaganda é abandonada.

Considerando as intenções políticas, o cinema em cores expande-se avidamente durante a Segunda Guerra. No outro eixo da Guerra, especificamente na Alemanha, Goebbels — ministro da propaganda e patrono do cinema que já havia travado contato com o cinema americano — proibiu a exibição de filmes que considerava “uma vergonha” por suas cores. Esse fato provocou o aperfeiçoamento do setor, a tal ponto que, em 1943, seria apresentado um filme contendo inclusive efeitos especiais. Essa inovação, migração do cinema alemão do preto e branco para o cinema a cores (similar ao *technicolor* americano) estava embasada na rivalidade de Goebbels e Hitler com a produção norte-americana. A ofensiva alemã na França ratifica essa oposição à cultura americana quando “[...] desapareceram as revistas, os jornais e, sobretudo os filmes norte-americanos [...]” (VIRILIO, 2005, p. 29). Essa mensuração de valor do cinema, um luxo da percepção (Bergson), é descrita como “[...] absolutamente distinto de outros tipos de espetáculo e diversão, um luxo abstrato, semanal [...]” (VIRILIO, 2005, p. 29), cuja privação é associada à pena. Cientes desse poder, dirigentes alemães mantiveram diretores e atores em um regime de terror, rodando filmes de altíssimo orçamento (quase ilimitados), dada a importância que percebiam nessa ferramenta de guerra.

Observando mais recentemente a indústria cinematográfica europeia, a união política do continente também pode apresentar parcialidades. Embora tenha ocorrido a formação de um bloco com interesses convergentes, as particularidades culturais e linguísticas dificultam o trânsito das obras, perpetuando um mercado fragmentado, impactando, principalmente, o setor de distribuição. Apesar do interesse pelas produções de outros países, em 2000, de acordo com Meleiro (2007), somente 20% dos 500 filmes produzidos anualmente na Europa foram distribuídos fora do país onde foram produzidos.

4 AS POLÍTICAS CULTURAIS NO MUNDO E O CASO BRASILEIRO

Apesar de a formalização de políticas culturais ser considerada contemporânea, as atribuições das obras cinematográficas exibidas pela primeira vez em na virada do século XIX para o século XX — considerando sua invenção enquanto instrumento — ocorrem já na Primeira Guerra Mundial, aliando-se ao nascente fordismo para gerar uma produção massiva de imagens a fim de documentar o conflito e transformá-lo de algo absolutamente bélico para algo psicológico. De acordo com Virilio (2005, p. 42), “[...] abater o adversário é menos capturá-lo do que cativá-lo, é infringir lhes, antes da morte, o pavor da morte.”. Ou seja, o cinema passará a ser utilizado como ferramenta, muito além de um simples bem cultural, demandando interesse na promoção de políticas culturais e apresentando aspectos além do bem-estar.

A ideia de política cultural, segundo Durand (2000, p. 53), é considerada “[...] de última geração, visto o caráter relativamente recente da presença governamental na área, situada em geral nos últimos cinquenta anos, ou seja, a partir do último pós-guerra.”. Apesar de contemporânea, “[...] a legitimidade da intervenção pública em favor da cultura é um produto, então, das falhas do mercado [...]” (BENHAMOU, 2007, p. 148), o que se contrapõe à ideia de livre mercado. Os gastos públicos culturais, afirma ainda a autora, teriam efeito multiplicador sobre a economia, ratificando, dessa forma, que os dispêndios em cultura têm retornos não apenas em um cenário imediato, de curto prazo. Consoante ao argumento da autora:

Bennett segue a justificação da importância econômica, que argumenta em prol da capacidade que teriam as atividades culturais de gerar efeitos econômicos positivos: criação de empregos, o mais direto deles; turismo, talvez o mais importante dentre os indiretos, sem falar na recuperação urbana, através de estratégias de uso cultural para áreas decadentes. (BENNETT, 1995 apud DURAND, 2000, p. 57).

O interesse em esclarecer os modelos de políticas culturais e suas eficiências é a base para justificar qual seria a melhor forma de prover a cultura, os bens culturais à população. O trabalho enfatiza um período após o que Durand (2000, p. 55) cita como “[...] surto neoliberal e do recuo do estado em matéria de políticas sociais.”. A partir desse período — anos 1990 — “[...] as políticas culturais ficam

investidas de uma função de glorificar o nacional e o popular [...]” (VOLKERLING, 1996 apud DURAND, 2000, p. 56).

Dessa forma, devem-se expor as diferentes formas de política cultural. A distinção entre o modelo americano e o modelo europeu, por exemplo, centra-se na forma como o financiamento à produção cultural é realizado e também está na estrutura desse repasse. De acordo com Benhamou (2007), o modelo americano, em uma primeira observação, tem um caráter pouco intervencionista se analisarmos apenas o subsídio público direto. Porém, no caráter indireto (como, por exemplo, as deduções fiscais), a participação do Estado americano amplia-se consideravelmente. Outra característica peculiar, segundo a autora, é em relação à organização desse repasse, que é direcionada a órgãos independentes que farão a distribuição desse subsídio. No modelo europeu, mais precisamente o francês, o maior volume de financiamento é feito de forma direta, ou seja, o intervencionismo acaba sendo maior, inclusive quando analisada a estrutura de distribuição da verba estatal que é administrada pelo Ministério que direciona esses incentivos. Quanto aos subsídios indiretos, esses estão pouco presentes, em pequeno volume no modelo francês.

Benhamou (2007) salienta que o ideário de intervenção francês é caracterizado pelo mecenato, instituído por Francisco I, como forma de proteger a classe artística da época. A sucessão desse consentimento vem com Luís XIV, que teria concedido pensões aos artistas e aos escritores. Essa proteção não é abandonada ao longo do tempo, muito pelo contrário. Segundo Benhamou (2007, p.159), “O Preâmbulo da Constituição de 1946, retomado em 1958, estipula que ‘a nação garante acesso igual da criança e do adulto à instrução, à formação profissional e à cultura’.”. Logo, a autora classifica como “a tradição francesa de intervenção”, ou seja, a proteção aos bens culturais perpassa a humanidade por mais de 500 anos e, de diferentes formas, permanece até hoje.

Segundo Meleiro (2007), a tradição de intervencionismo europeu precede a década de 1930; entretanto, o financiamento desse setor consolida-se após a Segunda Guerra Mundial. Inicialmente, segundo os autores, essa intervenção se dava a partir de cotas de tela (no final dos anos 1920, por exemplo, na Itália, na Alemanha e no Reino Unido) e evoluiu para o financiamento econômico direto, sendo a estatal a primeira forma nos governos totalitários europeus.

Apesar de as produções, naquela época, terem objetivos de promover seus governos, a censura, como já citado, a intervenção estatal

[...] beneficiava filmes produzidos no setor privado. Depois da Segunda Guerra Mundial, a justificativa econômica para este tipo de intervenção, uma vez que a censura e a propaganda tinham sido eliminadas, não foi questionada pelos regimes democráticos. (LANGE, WESTCOTT, 2007, p. 36).

O cenário que se estabeleceu após a Segunda Guerra Mundial na Europa foi a dispersão do financiamento público à indústria cinematográfica. Os autores mencionados citam, como exemplo, a garantia de créditos bancários para esse setor, por parte da República Federativa da Alemanha, a partir de 1952.

Em uma análise contemporânea, a indústria cinematográfica europeia é tida como pouco competitiva em relação à americana, por basear-se em obras autorais que, conforme já citado, têm no diretor o principal nome, mas cujo público atraído não é o suficiente para quitar os investimentos. De acordo com Meleiro (2007), os subsídios diretos — quando deveriam se utilizar dos incentivos — acabam favorecendo mais a produção cinematográfica em detrimento da distribuição; porém, isso está longe de ser um sinal de distanciamento das políticas culturais, pois

No decorrer dos últimos dez anos, o velho continente testemunhou um nível surpreendente de atividade, em que investimentos e produção dispararam, e indústria e Estado uniram forças para promover os filmes europeus de forma mais incisiva que nunca. (PARDO, 2007, p. 17).

Apesar de ser avaliada como pouco competitiva, quantitativamente, na década de 1990, a produção americana e europeia esteve muito próxima e, na virada da década, segundo Meleiro (2007) a produção europeia ultrapassa a americana em quase 600 títulos. A ressalva da autora tange aos orçamentos dos filmes, cuja discrepância consolida a liderança americana. Durante o período (meados dos anos 1990 a 2006) o gosto médio dos filmes europeus se manteve estável, porém o dispêndio americano disparou, ou seja, os estúdios de Hollywood passaram a produzir menos títulos, todavia com maior aporte, maior investimento.

A prevalência do cinema americano atinge, além da produção, o consumo interno desses títulos. Dito em outras palavras, e conforme a Tabela 3, os títulos americanos são apreciados por mais de 90% do público que frequenta os cinemas nos EUA. A receita gerada pelas produções nos EUA é, segundo Meleiro (2007), em

média, o dobro da receita da indústria europeia, e essa superioridade americana também se estende ao número de salas de exibição.

4.1 Observações sobre o mercado cinematográfico francês

De acordo com o enfoque deste trabalho em analisar as políticas culturais voltadas para o setor audiovisual, os dados apresentados no *Yearbook keytrends 2017/2018* (editado pelo European Audiovisual Observatory), além do disposto na Tabela 3, direcionam o estudo para os mecanismos criados na França contemporânea que a consolidaram como o país com mais produções e coproduções no continente e o maior consumidor de produção nacional na Europa. De certa forma, isso pode ser considerado um modelo de resistência aos avanços hollywoodianos na Europa e de valorização da cultura nacional, considerando a dominância americana na maior parte dos setores que compõe a indústria cinematográfica.

Tabela 3 – Participação do público dos títulos nacionais em países selecionados (2016)

País	Participação (%)
EUA	93,6
Japão	63,1
China	58,3
França	35,8
Alemanha	22,7
Espanha	18,5
Rússia	17,6
Brasil	16,5
Argentina	14,4
México	10
Colômbia	7,8
Chile	6,4
Portugal	2,3
Venezuela	2,3
Austrália	1,9

Fonte: Anuário Estatístico do Cinema Brasileiro 2016, p. 11.

Sob outro âmbito da intervenção estatal, a proteção às produções audiovisuais é tida como uma das políticas culturais mais disseminadas no velho continente, alicerçada no argumento de preservação à cultura nacional. Em geral, o artifício da obrigação de veiculação (cotas) da produção doméstica é praticado em toda Europa, e em outros países, como Austrália, Canadá e Coreia do Sul.

Além do orçamento, segundo Benhamou (2007, p. 172), a atenção à produção nacional é promovida através da legislação, como por exemplo, a aplicação, a partir de 1989, da “*Directive Télévisions sans Frontières*”, afastando a liberalização do mercado audiovisual e protegendo o arcabouço cultural francês. Tal medida, segundo a autora, impôs “[...] aos canais de televisão cotas de difusão de cinquenta por cento de obras audiovisuais e cinematográficas europeias, das quais quarenta por cento de obras de expressão original francesa.”

Essa reserva de mercado pode ser considerada um dos primeiros passos para que a indústria cinematográfica francesa despontasse, tanto no mercado europeu como no mundo. As cotas de difusão, muito mais do que preservar a cultura nacional, estão relacionadas diretamente ao incentivo e incremento à produção francesa e são “[...] ao produtor local, a garantia de um mercado cativo.” (BENHAMOU, 2007, p. 173).

Segundo Benhamou (2007), o ideário de que os gastos culturais são responsabilidades do Estado é fortemente estabelecido na França. Apesar da destinação direta de um pequeno percentual à cultura, o Estado francês estrutura seu amparo a esse setor de forma pulverizada, ou seja, o orçamento provém dos governos central, regional, em uma forma de proteger contra eventuais cortes ocasionados por mudanças políticas.

Sob o viés institucional, vinculado ao Ministério da Cultura da França, o CNC centraliza o amparo ao cinema, atingindo os diversos segmentos dessa indústria. O órgão atua na regulamentação, tem objetivo de proteção e de promoção dos filmes franceses, mas seu maior impacto é no financiamento.

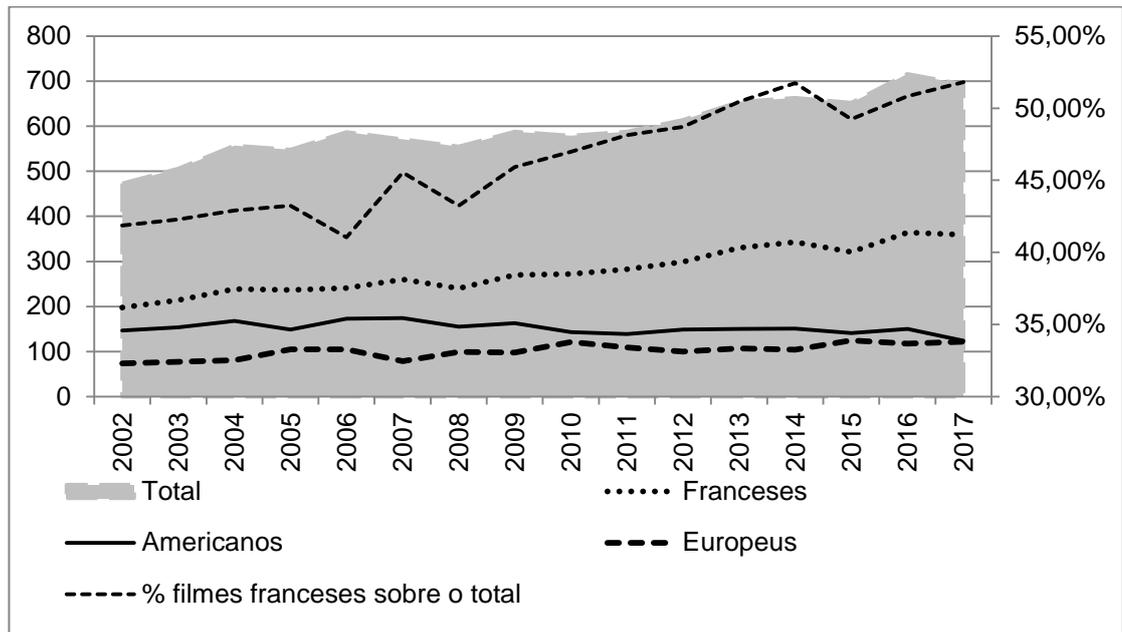
Como já exposto, os recursos diretos do governo são baixos, então

[...] as receitas da conta de apoio à indústria cinematográfica, administrada pelo [...] CNC, provêm basicamente de uma taxa sobre o faturamento dos canais de TV, e de outra sobre o preço do ingresso em cinema; o restante são receitas de uma taxa sobre videogramas. (BENHAMOU, 2007, p. 164).

Segundo dados disponibilizados no *site* do CNC, a taxa sobre o faturamento dos canais de televisão (*Taxe sur la valeur ajoutée* [TVA]) sofreu um considerável aumento. De 5,5%, entre 2004 e 2011, para 7,0%, de 2012 a 2013 e, a partir de 2014, chegaria a 10,0%, totalizando, em 2017, um montante de aproximadamente €73 milhões arrecadados. Já a taxa que incide sobre os frequentadores das salas de exibição (*Taxe Spéciale Additionnelle* [TSA]), que desde 2007 está fixada em 10,72%, atingiu em 2017 o total de €148 milhões. Dessa forma, o CNC consegue subsidiar os vários setores da cadeia produtiva da Sétima Arte, inclusive de forma automática no caso da taxa calculada sobre a bilheteria dos filmes exibidos. Parte desse valor arrecadado é destinada à produção, então considerada, segundo a autora, como um investimento.

Ratificando os dados levantados por Meleiro (2007) em relação à produção norte-americana e europeia, o Gráfico 1 apresenta a quantidade de títulos lançados na França entre 2002 e 2017. Durante esse período, a diferença quantitativa mais que quadruplicou. A entrada de filmes americanos no país permaneceu estável, com uma média de 151 filmes por ano; entretanto, a indústria cinematográfica francesa teve sua produção aumentada constantemente durante esses anos, à exceção de 2008 e 2015, em que ocorreram pequenas quedas. Nesse ínterim, foram lançados 161 filmes a mais, ao passo que a produção americana vem perdendo mercado desde 2014.

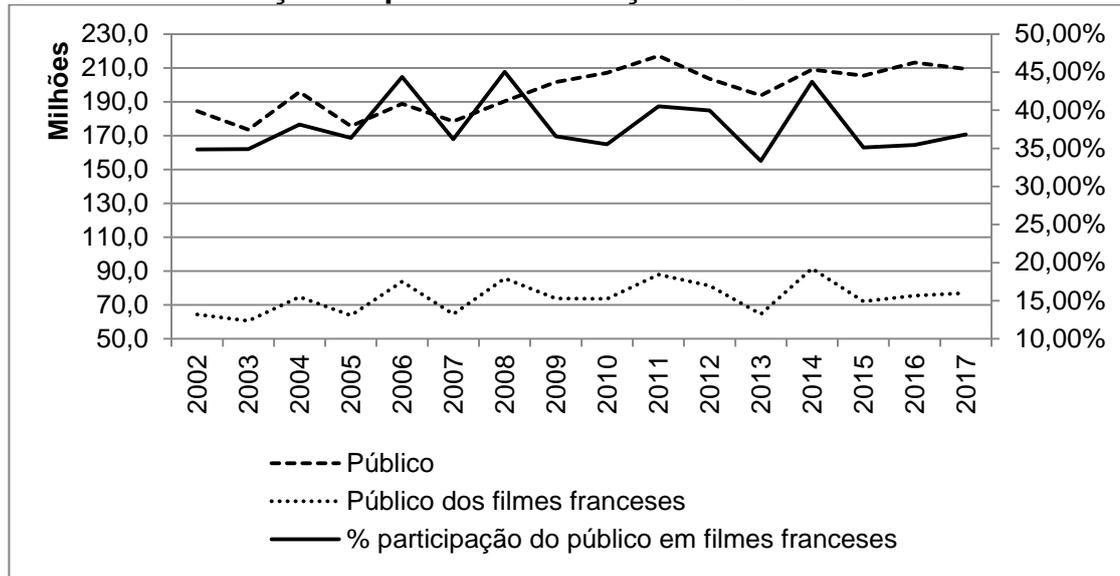
Quando analisado o percentual de participação das produções francesas, a evolução é notável e conseqüente, contudo, fica evidente o impacto das cotas de exibição. A garantia de um espaço de exibição da produção incentiva a indústria cinematográfica a oferecer mais títulos, consolidando o crescimento do setor e a preservação e difusão cultural. Cabe ressaltar, ainda, que esse resultado coincide com a política cultural de reserva de tela adotada, ou seja, o percentual de filmes franceses lançados (em relação ao total) desde 2013 mantém acima dos 50% (Gráfico 1).

Gráfico 1 – Quantidade de títulos lançados na França entre 2002 e 2017

Fonte: CNC. Disponível em: <http://www.cnc.fr/web/fr/statistiques-par-secteur>. 2018.

Sobre a demanda do mercado cinematográfico francês, no período observado, ocorreram significativas oscilações, conforme exposto no Gráfico 2. Dos consumidores da Sétima Arte na França, aproximadamente 38%, em média, apreciam a produção nacional. O complementar estaria disposto entre a produção americana e de outras nacionalidades.

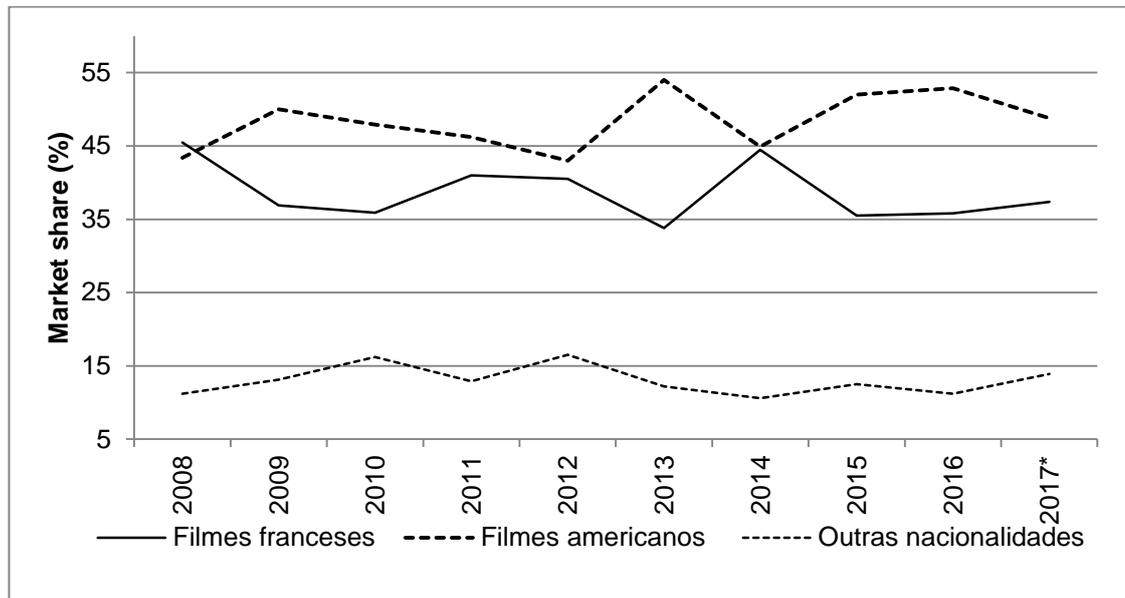
Os anos de pico, de acordo com o CNC, são justificados pelo sucesso das produções nacionais. Por exemplo, no ano de 2014, as três maiores bilheterias são de filmes franceses “*Qu'est-cequ'on a fait aubondieu?*”, de Philippe De Chauveron (12,3 milhões); “*Supercondriaque*”, de Dany Boon (5,3 milhões) e “*Lucy*”, de Luc Besson (5,2 milhões). Ou seja, o público dessas três produções corresponde a 30% da média de espectadores desse período, que é de 74,7 milhões.

Gráfico 2 – Evolução do público na França de 2002 a 2017

Fonte: CNC. Disponível em: <http://www.cnc.fr/web/fr/statistiques-par-secteur>. 2018.

Uma das preocupações do CNC é em relação à quota de mercado (*market share*) do cinema francês. Como a participação média das produções de outras nacionalidades é baixa (aproximadamente 13% no período entre 2008 e 2017) e, de certa forma, não apresenta significativas alterações, o foco em seus relatórios divide-se entre a evolução do mercado doméstico, salientando os pontos fortes e incrementais, e a parcela de mercado dos filmes norte-americanos, que acaba sendo praticamente complementar. Apesar da robustez de Hollywood, a indústria cinematográfica francesa, no período de 2008 a 2017, esteve abaixo, em média, apenas 10 pontos percentuais (Gráfico 3).

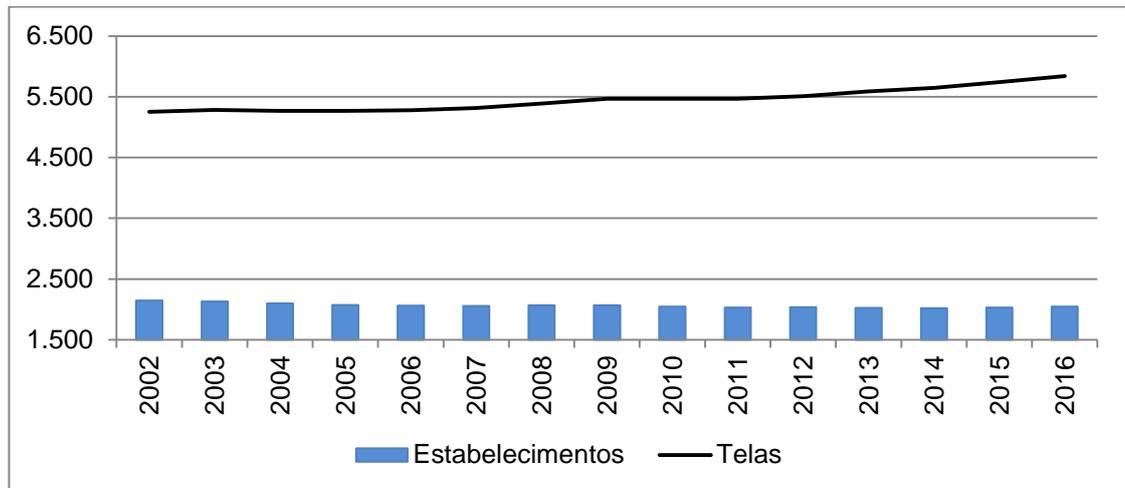
Gráfico 3 – Percentual de *market share* na França de 2008 a 2017



Fonte: CNC. Disponível em: <http://www.cnc.fr/web/en/theater-admissions>. 2018.

Notas: *Dados provisórios.

Em relação à estrutura de exibição, conforme o Gráfico 4, pode-se perceber uma pequena redução no número de estabelecimentos habilitados para tal finalidade (apenas 101 unidades). Uma análise primária indicaria um possível caminho inverso ao proposto pelas políticas culturais em relação à proteção e promoção da diversidade cultural cinematográfica francesa, considerando, ainda, o aumento no número de produções e no consumo de filmes nacionais citados. Além disso, a abertura de novos cinemas passa por uma rigorosa análise que verifica desde a demanda concernente a tal localização geográfica até o projeto arquitetônico, passando por diversos outros critérios.

Gráfico 4 – Parque cinematográfico francês entre 2002 e 2016

Fonte: CNC. Disponível em: <http://www.cnc.fr/web/fr/statistiques-par-secteur>. 2018.

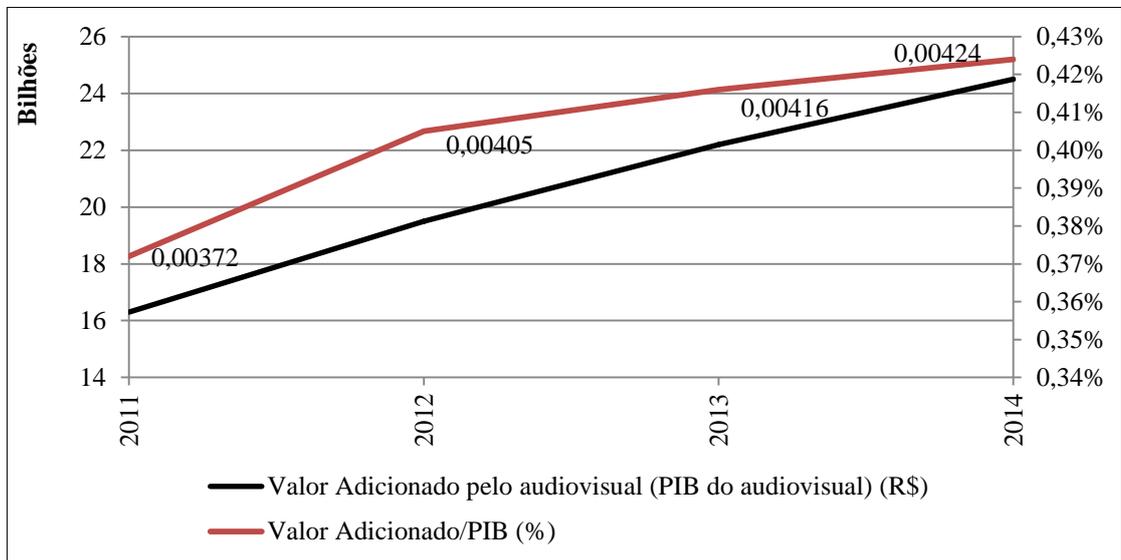
O atendimento à demanda crescente é suprido, então, não pelo acréscimo de estabelecimentos, e sim, pelo aumento no número de telas de exibição que, no período de 14 anos apresentado no Gráfico 4, foi de quase 600 unidades. Segundo o CNC, desde 1983 são concedidos subsídios para a criação e modernização de salas em áreas desprovidas de cinemas, ou seja, a ampliação do parque cinematográfico na França ocorre na estrutura dos cinemas, comportando, assim, a crescente demanda e oferta nacional.

4.2 Análise do mercado brasileiro e as políticas culturais após 1990

Os incentivos e investimentos em cultura, especialmente na local, têm sua magnitude embasada em relatórios do Banco Mundial, apontado para alguns exemplos de políticas públicas ligadas a essa área. Porém, no caso brasileiro, há a deficiência em “[...] dimensionar e conhecer melhor os públicos de algum modo beneficiados com o gasto governamental, única maneira de tornar as decisões mais responsáveis, democraticamente.” (DURAND, 2001, p. 30). Valiati (2010, p. 88) ratifica esse cenário, salientando que “[...] a produção de dados, indicadores e estatísticas culturais no Brasil ainda carece muito de fortalecimento, particularmente no conhecimento das cadeias produtivas [...]”. Dito de outra forma, a análise restringe-se à atenção aos ofertantes de bens culturais, e não há apego ou pesquisa para qualificar a demanda nacional.

A análise existente na área, citada por Valiati e Florissi (2007), ressalta quantitativamente a pequena parcela que o setor cultural representa no PIB nacional. Ratificando esse argumento, os dados disponibilizados pelo OCA quantificam que o valor adicionado pelo setor audiovisual (PIB do audiovisual) passou de R\$ 16,3 bilhões, em 2011, para R\$ 24,5, em 2014, representando 0,42% do PIB nacional. No entanto, apesar de representar um pequeno percentual na formação do PIB, há um crescimento gradual de 0,05 pontos percentuais, correspondendo a um incremento de R\$ 8,2 bilhões no período (Gráfico 5).

Gráfico 5 – Evolução do setor audiovisual de 2011 a 2014



Fonte: OCA. Disponível em: <https://oca.ancine.gov.br/mercado-audiovisual-brasileiro>. 2018.

Apesar de a Cultura, nos termos do Artigo 251 da Constituição Brasileira de 1988, ser garantida, apoiada, incentivada pelo Estado, os maiores impactos nesse setor serão sentidos somente a partir de 1991, com a Lei Rouanet. O Brasil, então, passa por meio de uma legislação em que as pessoas, tanto físicas quanto jurídicas, podem transferir diretamente recursos para investir, patrocinar e coproduzir projetos culturais, obtendo, em troca, o abatimento desse valor no Imposto de Renda ou no Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS), por exemplo. A partir dessa lei, foi criado o Fundo Nacional de Cultura, com o intuito de prover apoio financeiro por meio de variadas linhas de incentivo e com objetivo de equilibrar regionalmente os recursos a serem distribuídos e de preservar o patrimônio histórico-cultural nacional, além de incentivar o desenvolvimento das áreas e

pessoas ligadas às atividades culturais. Cabe salientar que os recursos desse Fundo, segundo o artigo 5º da Lei Rouanet, provêm do Tesouro Nacional, de doações e legados, da arrecadação de concursos, de loterias federais etc.. Todavia, a partir da seleção dos projetos que receberão o auxílio, intenta-se descentralizar tanto a produção quanto à estética, a fim de promover a diversidade cultural brasileira, especialmente de projetos que não seriam levados a cabo apenas com recursos próprios.

Valiati (2007) salienta que, posteriormente a essa Lei, em 1993, foi criada, também na esfera federal, a Lei do Audiovisual (LA) — Lei nº 8.685 — com o objetivo de, segundo seu artigo 1º, incentivar a “[...] produção de obras audiovisuais brasileiras de produção independente, mediante a aquisição de quotas representativas dos direitos de comercialização das referidas obras [...]”. Com base também na ideia de renúncia fiscal, o valor investido pode ser deduzido integralmente do Imposto de Renda e da base de tributação desse imposto (25% de renúncia), ou seja, 125% do valor investido é renunciado tributariamente. Contudo, segundo Valiati (2010, p. 22), “[...] os valores investidos são [...] recursos a fundo já irrecuperáveis para as empresas, restando a elas apenas escolher se desejam transferir o valor diretamente para a área cultural ou para o aparelho estatal [...]”, ou seja, o investimento efetuado não tem a intencionalidade de lucro, como ocorre em outros setores da economia.

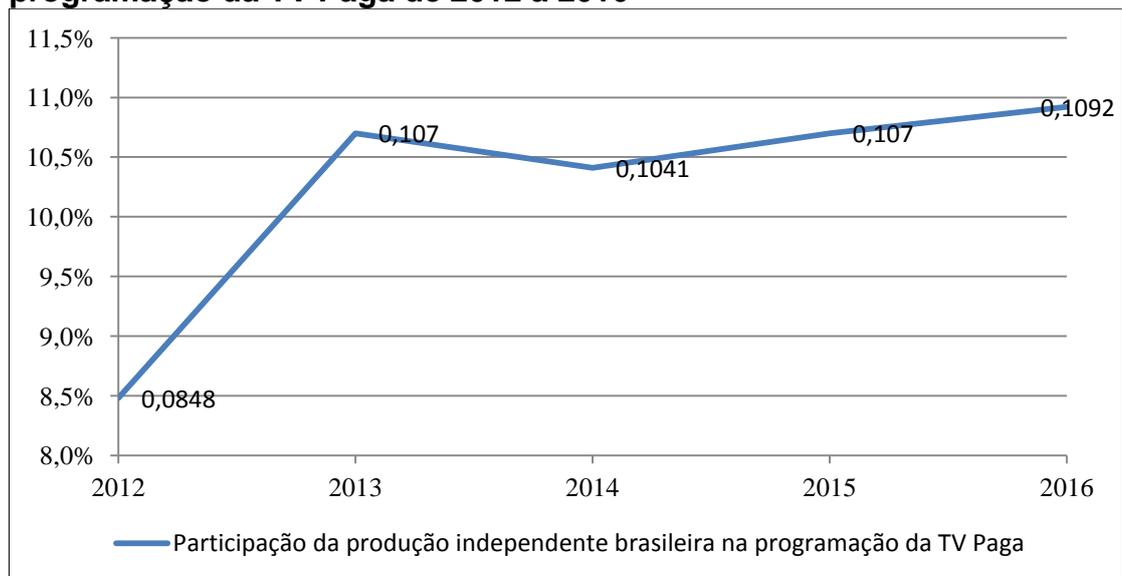
Após essas intervenções públicas no setor, nos anos 1990, apenas em 2006 foram novamente tomadas medidas significativas em relação às políticas culturais voltadas à atividade audiovisual brasileira, com a criação do Fundo Setorial Audiovisual (FSA) — Lei nº 11.437, de 28 de dezembro de 2006 — e, mais tarde, a Lei da TV Paga — Lei nº 12.485, de 12 de setembro de 2011.

O FSA é considerado uma inovação no que tange às políticas públicas culturais, pois objetiva o desenvolvimento da cadeia produtiva do audiovisual no Brasil, considerando todas as atividades associadas aos diversos segmentos da cadeia produtiva do setor, como, por exemplo, a produção, a distribuição ou comercialização, a exibição e a infraestrutura de serviço. A intervenção estatal é possível mediante alguns instrumentos financeiros, como investimentos, financiamentos e ajustes de encargos financeiros, cujos recursos provêm do Orçamento da União, da arrecadação da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional (CODECINE), de concessões, taxas, multas etc.

A última lei que se destaca é a Lei da TV paga, cujo principal objetivo é a valorização da cultura brasileira por meio do maior acesso ao conteúdo audiovisual. O intuito é dissolver as barreiras que impedem a competição por meio das possibilidades dadas a novos competidores, aprimorando a estrutura de produção e distribuição. Essa inovação estrutural é, em outras palavras, o que já se pratica em outros países, a chamada “reserva de tela” ou “cotas para produção nacional”, ou seja, a lei cria a obrigação de veiculação de programação de conteúdos nacionais nos canais de espaço qualificado (espaço total do canal de programação, com algumas exceções estabelecidas na lei). Além disso, os canais brasileiros devem ser ofertados dentro de cada pacote contratado pelo contratante de televisão por assinatura.

Essa nova regulação tem a intenção de gerar crescimento no mercado audiovisual, pois a demanda seria acrescida em 1.070 horas anuais de conteúdos brasileiros, independentes e inéditos, afetando, então, as produtoras. Já para as programadoras brasileiras, a demanda seria ampliada pela exigência de novos canais brasileiros de espaço qualificado. O Gráfico 6 quantifica a evolução da produção independente de filmes, obras seriadas e obras de formato específico para TV, a partir de 2012, segundo dados disponibilizados pelo OCA.

Gráfico 6 – Participação da produção independente brasileira na programação da TV Paga de 2012 a 2016

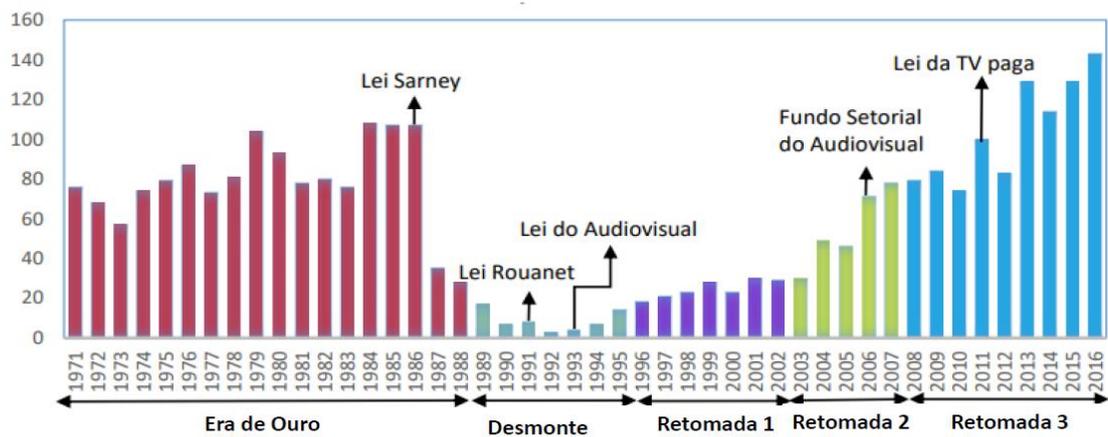


Fonte: OCA. Disponível em: <https://oca.ancine.gov.br/mercado-audiovisual-brasileiro> .2018.

O estímulo à criação de novos canais brasileiros e à aquisição de conteúdo independente por parte das programadoras pode ser percebido no gráfico 6. Apesar da pequena queda em 2014, ratifica-se que o caráter brando e gradual da lei também tende a promover impactos positivos, muito além de ser apenas um mecanismo econômico para promoção do setor audiovisual e geração de divisas internas. Essa lei busca incentivar a diversidade cultural brasileira, a pluralidade, não apenas pela obrigatoriedade de horas de programação ofertadas, mas precisamente na exigência de que esse conteúdo seja independente.

Sintetizando as leis anteriormente mencionadas, segue o Gráfico 7, apresentando o número de filmes brasileiros lançados por ano, destacando os anos em que tais intervenções públicas foram criadas.

Gráfico 7 – Quantidade de filmes brasileiros lançados de 1971 a 2016



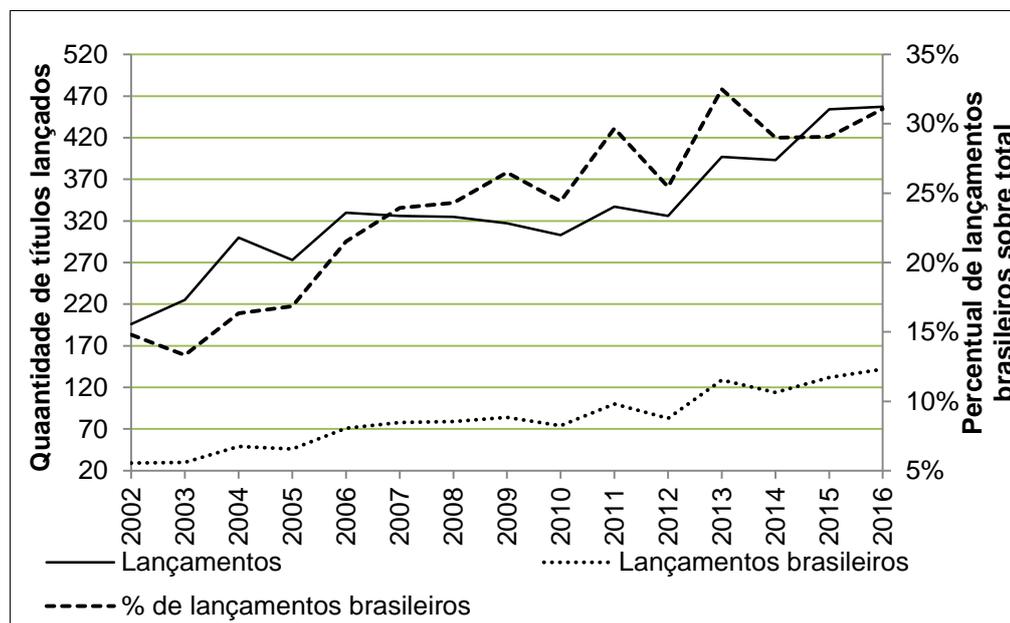
Fonte: ANCINE, Festival de Gramado, agosto/2017.

Considerando o enfoque do trabalho na indústria cinematográfica independente, especialmente a partir das Leis do Audiovisual e da TV paga, ratifica-se a importância das políticas culturais, acerca do desenvolvimento de tal setor. A partir da análise do Gráfico 7, nota-se um robusto crescimento na produção de filmes brasileiros que, em 1993, era de quatro filmes. As raras produções que ocorreram na época são, em geral, consequências não apenas das crises econômicas internas e externas dos anos 1980, mas também de impactantes decisões políticas, especialmente no governo Collor, como por exemplo, o fechamento da Embrafilme, do Conselho Nacional de Cinema, da Fundação do

Cinema Brasileiro e da transformação do Ministério da Cultura em uma Secretaria. Um primeiro indício para a retomada virá com a Lei do Audiovisual (1993). A partir de então, a produção se manteve em ascensão, chegando, em 2006 — ano da criação do FSA — a 71 títulos (um aumento de 1.775%). Observando os 10 anos seguintes, o crescimento permanece, mesmo durante a Crise do *Subprime*. A quantidade de lançamentos dobra nesse período, atingindo o recorde histórico no ano de 2016, com 142 filmes brasileiros produzidos.

Ainda com enfoque na oferta, o Gráfico 8 compara a quantidade de títulos lançados no Brasil, segundo dados do OCA, com o total de filmes brasileiro que estrearam no mesmo período. Em uma primeira análise, seria possível pensar no baixo número de títulos brasileiros lançados aqui, porém, o comparativo com o total permite perceber que, principalmente após 2013, aproximadamente 30% dos filmes lançados, foram nacionais.

Gráfico 8 – Produção cinematográfica de 2002 a 2016



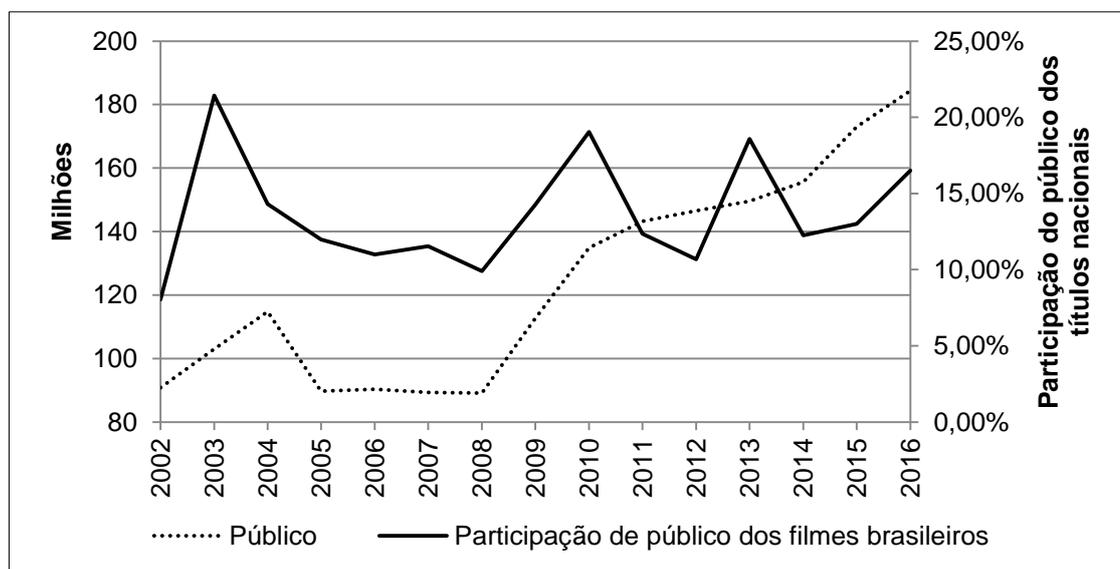
Fonte: OCA. Disponível em: <https://oca.ancine.gov.br/mercado-audiovisual-brasileiro>. 2018.

Se, por um lado, a oferta de filmes nacionais teve tal crescimento, tomando tamanha proporção em relação aos filmes veiculados no País, quando pensada a demanda, nota-se também sua significativa ampliação. Conforme o Gráfico 9, desde

2008 o consumo da Sétima Arte no Brasil tem crescido pujantemente, mais do que o dobro no período de oito anos.

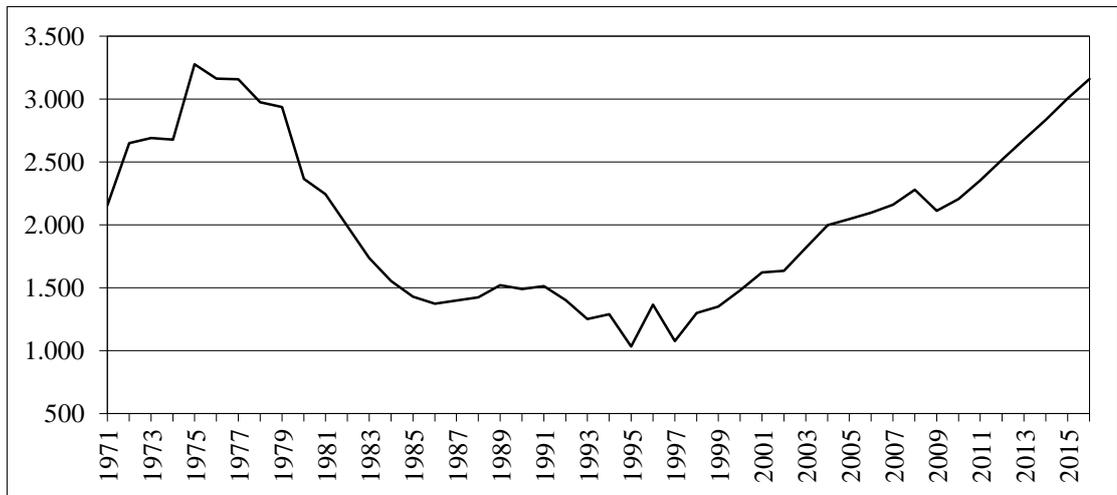
Nesse cenário em que o bem tem essa sobre-oferta, acompanhada do aumento na demanda em mesma proporção, pode-se considerar que o nível de cinema que era ofertado pelo mercado estava abaixo do nível ótimo, ou seja, as políticas culturais foram necessárias para prover uma quantidade maior, mas que ainda não se sabe se está próxima da ideal.

Gráfico 9 – Público brasileiro de 2002 a 2016 (*market share*)



Fonte: OCA. Disponível em: <https://oca.ancine.gov.br/mercado-audiovisual-brasileiro>. 2018.

Outro aspecto da cadeia do setor audiovisual a ser observado (Gráfico 10), no caso brasileiro, é a evolução no número de salas de cinema. Durante a “Era de Ouro” (de 1971 a 1988), nota-se o desmonte da estrutura de exibição, seguido de uma estagnação que só seria rompida em 1998. O crescimento dos 10 anos seguintes é afetado em pequena medida em 2008, possivelmente pela forte crise internacional. Contudo, comparando com o disposto nos gráficos anteriores, e analisando o período de 2002 a 2016, o número de salas praticamente dobra, acompanhando a proporção, como já mencionado, tanto do aumento no número de títulos brasileiros quanto no público que passou a frequentar ou a frequentar mais os espaços de exibição.

Gráfico 10 – Quantidade de salas de exibição de 1971 a 2016

Fontes: Sistema de Registro – ANCINE, Sistema de Acompanhamento da Distribuição em Salas de Exibição (SADIS), IBGE, Filme B e outras fontes secundárias.

Nota: Até 2005, dados Filme B. A partir de 2006, dados compilados pela ANCINE/SAM.

Em suma, considerando a evolução do setor cinematográfico nacional, salienta-se que os resultados vão além do campo econômico. Além de incentivar uma nova dinâmica para produção e circulação de conteúdos audiovisuais produzidos no País, de modo a abarcar mais brasileiros no acesso a esses conteúdos, as políticas culturais implementadas até então carregam o intuito de gerar identificação, de valorizar e de promover cultura nacional.

5 CONCLUSÃO

Quando os irmãos Luimière inventaram o cinema, fizeram imagens e venderam-nas depois. Hoje, vende-se primeiro e depois se fabrica. Em lugar de se partir de um produto para o público, faz-se o inverso. As ideias não podem mais ser as mesmas, nem as imagens, (KARMITZ, 1995 apud BENHAMOU, 2007).

O amplo argumento de Karmitz, reflete, sintetiza e ratifica algumas análises apresentadas nesse estudo. Inicialmente, a observação sobre os primeiros passos que o cinema dava em seus anos iniciais, em relação à concepção de cinema como um bem, como um produto. Inventado na França, passa a ser exportado para o promissor mercado americano, que veria nele a possibilidade de expandir demanda, de criar um novo mercado. Contudo, há que se conceber o cinema como um bem cultural, já que comporta outras qualificações, como, por exemplo, seu conteúdo artístico e estético, sua capacidade de preservar a cultura e as crenças de um povo. Além disso, sua mera existência acabaria beneficiando tanto os usuários quanto os não usuários desse bem (THROSBY, 2001).

Com seu viés industrial, suas proeminentes características de bem público e privado, simultaneamente (excludentes, mas não-rivais), e seus altos custos para se estabelecer em qualquer um dos ramos dessa indústria (produção, distribuição e exibição) acabam estruturando os grandes oligopólios de alta rentabilidade e graus de concentração tanto na Europa quanto na América; assim, ficam explícitas as disfunções no provimento desse bem unicamente pelos entes privados. Além disso, as externalidades positivas, o efeito multiplicador, e até mesmo a simples existência citada, embasariam o argumento favorável à intervenção do Estado, por meio das políticas culturais de provimento desses bens, além dos efeitos indiretos, como a promoção do turismo e da empregabilidade de mão-de-obra. Citando Benhamou (2007, p. 172), a preferência do consumidor pela diversidade não é satisfeita necessariamente por sua simples disposição a pagar. Isso coloca a necessidade de regras e auxílios toda vez que o mercado não seja bastante vasto.

A Sétima Arte consolidou-se, apesar das restrições ao acesso características de bens parapúblicos, como uma poderosa ferramenta de difusão cultural, política, educacional e de comunicação de massa, largamente utilizada nos maiores conflitos mundiais, quando seu provimento estava a cargo do Estado (uma forma de

intervenção direta com seu aspecto político-propagandista permeando as produções).

Mas, deixando esse lado sombrio à parte, da inspiração e citação inicial deste capítulo depreende-se também que, ao olhar para o público, a indústria acaba considerando a ampliação, diversificação das produções. Esse efeito, auxiliado também pelos subsídios estatais para reduzir o preço pago pela população, implicará um processo de democratização do acesso à cultura, reduzindo as desigualdades sociais mediante o maior acesso, a maior disponibilidade. Isso é conformado pela ideia de bem-estar de Amartya Sen. Seus pressupostos de ampliação de liberdades e de diversidade, ideia proposta também pela escola de cinema independente, deixa clara a importância das políticas culturais para promoção desses fatores.

Da análise da tradição francesa de intervencionismo à recente atenção ao setor audiovisual despendida pelo Estado brasileiro, há que se apontar para diferenças entre as políticas culturais contemporâneas. No caso francês, o aporte à cultura, especificamente ao cinema, consolidou-se na forma de intervenção.

A legislação formata a intervenção indireta, sendo o percentual das taxas arrecadadas pelo CNC uma das formas de incentivo direto e automático à indústria cinematográfica francesa. Num esforço para resistir à pressão hollywoodiana, a promoção do cinema autoral é uma das formas de preservar a cultura regional, o senso de patriotismo, além de que a crescente produção no cinema francês pode ser considerada como um indício de ampliação da diversidade dos filmes. Conforme aumenta a oferta dos títulos franceses, percebe-se o aumento da demanda, possibilitada também pela ampliação na estrutura de exibição. Isso é comum a ambos os países analisados. Logicamente, parte dessa demanda refere-se ao mecanismo de reserva de tela, consolidado em solo europeu.

Com certas particularidades, o público francês consome um pouco mais do que o dobro de filmes nacionais em comparação com o público brasileiro; mas, o que se depreende ao analisar o setor cinematográfico nacional é o forte crescimento amparado pelas políticas culturais implementadas a partir dos anos 1990. Em uma observação mais recente, o suprimento desse bem à população alinha-se ao modelo francês de reserva de cotas, no intuito de proteger a indústria nacional — amparada pela legislação que exige, ainda, a ampliação das produções independentes e inéditas — e no intuito de preservar, difundir e valorizar a pluralidade da cultura

brasileira. Tratam-se, portanto, de políticas culturais relevantes, com seus efeitos perceptíveis a médio e longo prazo, e, com base na análise do caso brasileiro e no conceito de liberdades de Sen, a melhoria no bem-estar seria verificada pelo aumento nas possibilidades de acesso, tanto aos títulos como aos locais de exibição.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA .**Anuário estatístico do Cinema Brasileiro 2016**. Disponível em: <<https://oca.ancine.gov.br/publicacoes> >. Acesso em: 18 maio 2018.

_____. **Crescimento do setor, descentralizações e desafios**. Festival de Cinema de Gramado. Gramado. Agosto, 2017. 37 slides. Apresentação em Power-Point.

BAUMOL, W.J.; BOWEN, W.G. **Performing arts: the economic dilemma**. Londres: Cambridge, 1966.

BENHAMOU, Françoise. **Economia da Cultura**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2007.

BENDASSOLLI, Pedro F.. Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades. **RAE - Revista de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas**, São Paulo, v. 49, n. 1, p. 10-18, jan.-mar, 2009.

BRASIL. **Constituição (1988)**. Seção II. Da Cultura. Art. 215. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 18 maio 2018.

BRASIL. Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991. Institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/CCivil_03/Leis/L8313cons.htm >. Acesso em: 18 maio 2018.

BRASIL. Lei no 8.685, de 20 de julho de 1993. Cria mecanismos de fomento à atividade audiovisual e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8685.htm>. Acesso em: 18 maio 2018.

BRASIL. Lei nº 11.437, de 28 de dezembro de 2006. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/l11437.htm>. Acesso em: 19 maio 2018.

BRASIL. Lei nº 12.485, de 12 de setembro de 2011. Dispõe sobre a comunicação audiovisual de acesso condicionado. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/L12485.htm>. Acesso em: 19 maio 2018.

CRIBARI, Isabela (Org). **Economia da Cultura**. Recife: Massangana, 2009.

DURAND, José Carlos. **Política e Gestão Cultural**: Brasil, USA e Europa. Relatório de Pesquisa 13/ 2000. São Paulo: FGV, 2000.

_____, José Carlos. Cultura como objeto de política pública. **Revista São Paulo em Perspectiva**, São Paulo, v. 15, n. 2, p. 66-72, abril/jun. 2001.

EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY. **Yearbook key trends 2017/2018**: television, cinema, video and on-demand audiovisual services - the pan-european picture. Disponível em <<http://yearbook.obs.coe.int/s/document/key-trends>>. Acesso em: 21 maio 2018.

FARANI, Marco. Cinema e Política: a política externa e a promoção do cinema brasileiro no mercado internacional. In: MELEIRO, Alessandra (Org.) **Cinema e Economia Política**. São Paulo: Escrituras Editora, 2009.

FRASER, Matthew. **Weapons of mass distraction**: soft power and American empire. St. Martin's Press, 2005.

GERBASE, Carlos; RUY, Karine. Cinemas além do sistema – experiências de independência e baixo orçamento na cinematografia brasileira. In: Encontro Nacional de História da Mídia, 10., 2015. Porto Alegre. **ALCAR**. Porto Alegre: UFRGS, 2015.

GIACOMELLI, Giana Silva; MARIN, Solange Regina; FEISTEL, Paulo Ricardo. Da economia tradicional do bem-estar à Abordagem das Capacitações e a importância da equidade em saúde para o desenvolvimento humano. **Nova Economia**, v. 27, n. 1, p. 89-115, 2017.

INSDORF, Annette. Ordinary people, European-style: or how to spot an independent feature. In: **Contemporary American Independent Film**. Routledge, 2004. p. 43-50.

IT'S A WONDERFUL LIFE. Direção: Frank Capra. Los Angeles: RKO, 1946. 1 DVD.

KUPFER, David; HASENCLEVER, Lia. **Economia industrial**: fundamentos teóricos e práticas no Brasil. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

LANGE, André; WESTCOTT, Tim. O contexto político e institucional de financiamento público da indústria cinematográfica e audiovisual na Europa. In: MELEIRO, Alessandra (Org.) **Cinema no mundo: indústria, política e mercado - Europa**. São Paulo: Escrituras Editora, 2007. (Coleção Cinema no mundo; v.5).

MELEIRO, Alessandra (Org.) **Cinema no mundo: indústria, política e mercado - Europa**. São Paulo: Escrituras Editora, 2007. (Coleção Cinema no mundo; v.5).

OBSERVATÓRIO BRASILEIRO DO CINEMA E DO AUDIOVISUAL (OCA). **Cinema**. Disponível em <<https://oca.ancine.gov.br/cinema>>. Acesso em: 18 maio 2018.

PARDO, Alejandro. Indústrias cinematográficas europeias: face a face com Hollywood. In: MELEIRO, Alessandra (Org.) **Cinema no mundo: indústria, política e mercado - Europa**. São Paulo: Escrituras Editora, 2007. (Coleção Cinema no mundo; v.5).

PINDYCK, Robert; RUBINFELD, Daniel L. **Microeconomia**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

SEN, Amartya. **Sobre ética e economia**. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

_____. **Desenvolvimento como liberdade**. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

_____. **A ideia de justiça**. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

SHAPE, Dean et al. **Critique and Consolidation of Research on the Spillover Effects of Investments in Cultural Facilities**. Toronto: Ryerson University Board Room, 2004.

THROSBY, David. **Economics and Culture**. Reino Unido: Cambridge University Press, 2001.

VALIATI, Leandro. **Economia da Cultura e cinema: notas empíricas sobre o Rio Grande do Sul**. São Paulo: Terceiro Nome, 2010.

_____; FLORISSI, Stefano (Orgs.). **Economia da Cultura: bem-estar econômico e evolução cultural**. Porto Alegre: UFRGS, 2007.

VIRILIO, Paul. **Guerra e cinema**: logística da percepção. São Paulo: Boitempo, 2005.