

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

**ELIANA SOUZA DE ÁVILA**

**A HEGEMONIA DO CINEMA ESTADUNIDENSE: IMPACTOS NA  
DISTRIBUIÇÃO DO FILME BRASILEIRO.**

**PORTO ALEGRE**

**2018**

CIP - Catalogação na Publicação

Ávila, Eliana Souza

A HEGEMONIA DO CINEMA ESTADUNIDENSE: IMPACTOS NA  
DISTRIBUIÇÃO DO FILME BRASILEIRO / Eliana Souza Ávila.

-- 2019.

201 f.

Orientador: Fernando Dias Lopes.

Dissertação (Mestrado) -- Universidade Federal do  
Rio Grande do Sul, Escola de Administração, Programa  
de Pós-Graduação em Administração, Porto Alegre,  
BR-RS, 2019.

1. Cinema. 2. Distribuição Cinematográfica. 3.  
MPAA. 4. Hegemonia. I. Lopes, Fernando Dias, orient.  
II. Título.

**ELIANA SOUZA DE ÁVILA**

**A HEGEMONIA DO CINEMA ESTADUNIDENSE: IMPACTOS NA  
DISTRIBUIÇÃO DO FILME BRASILEIRO**

Dissertação apresentada ao programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Administração. Área de Estudos Organizacionais.

Orientador: Prof. Dr. Fernando Dias Lopes

**PORTO ALEGRE**

**2018**

## AGRADECIMENTOS

São muitas as pessoas a quem devo agradecer, pois foram vitais durante todo o período do curso e desta pesquisa. Agradeço a Deus por ter colocado pessoas tão maravilhosas em meu caminho.

Ao meu orientador Prof. Dr. Fernando Lopes Dias que de forma paciente guiou os passos para a realização do trabalho, com muita dedicação, atenção e respeito as minhas limitações. Muito obrigado.

Aos professoras Dr<sup>a</sup>. Mariana Baldi, Dr<sup>a</sup>. Sueli Goulart e Dr<sup>a</sup> Fernanda Tarabal pelas criteriosas e generosas contribuições para o desenvolvimento desta pesquisa.

Ao meu marido Fernando pelo imenso amor e apoio demonstrado durante todo o período de mestrado. Obrigado pela motivação e estímulo para sempre seguir em frente e por tornar todas as adversidades mais suaves.

Aos meus pais, Eli e Ana, que foram fundamentais para a conclusão do curso e realização deste trabalho. Muito obrigado pela paciência, ajuda financeira, amor e tempo em que deixaram seus afazeres para me auxiliar.

Ao meu irmão Tiago, que sempre faz tudo o que esta ao seu alcance para me apoiar, e a minha cunhada Isadora, que gentilmente disponibilizou seu tempo para ficar com o meu precioso Mathias durante as entrevistas.

A Maria Glorete, que me permitiu ficar em sua residência durante todo o período das aulas. Muito obrigado, você certamente tornou meus dias muito mais fáceis.

A Alura, pela generosidade e disponibilidade em revisar este trabalho, com todo o carinho que lhe é natural.

Aos demais professores, técnicos e colaboradores do Programa de Pós-graduação em Administração da UFRGS, em especial ao Thiago Cardoso, que sempre foi incansável e preocupado em atender as diversas solicitações.

Ao Leonardo Schneider, por ter disponibilizado seu material para estudos, pelas palavras amigas e orientações para a participação do processo seletivo do mestrado.

Aos meus colegas da pós graduação, por todos os momentos compartilhados. Em especial a Liceth Mancilla, obrigado pela amizade, apoio e generosidade durante todo este período, que sabemos não ter sido fácil para nenhuma de nós. Especialmente nos últimos dias, você foi uma grande fonte de motivação.

Agradeço, principalmente, a minha maior fonte de motivação e inspiração dos últimos meses da dissertação, ao meu maravilhoso filho Mathias, que foi tranquilo e sorridente nesses dias. O mestrado e o dia-a-dia passaram a ter um significado diferente desde a sua chegada. Todas as coisas se tornaram mais leves e alegres com você. Obrigado meu amor.

## RESUMO

Este trabalho consiste na análise da hegemonia cinematográfica das majors norte-americanas no Brasil. Baseado nos fundamentos de Celso Furtado, busca-se abordar quatro aspectos que, segundo o autor, compõem o processo de formação da hegemonia dos Estados Unidos no Brasil. Os fatores são: relações políticas voltadas ao desenvolvimento econômico, a expansão dos conglomerados internacionais, a simples assimilação tecnológica e a propagação de ideais neoliberais propostos pelos intelectuais. A partir da análise desses fatores procurou-se compreender a formação da hegemonia do cinema estadunidense no Brasil, com ênfase no cinema produzido pelas majors associadas a Motion Picture Association of America e de que forma a MPAA atua a fim de estabelecer a dominação do cinema de Hollywood na distribuição nacional. Por fim, se identificou que a hegemonia do cinema dos Estados Unidos no Brasil, foi construída através de vários aspectos ao longo da história. Dentre os principais para esta hegemonia destacam-se três: questões políticas - relacionadas as guerras mundiais e as promessas de desenvolvimento econômico -; a habituação a simples assimilação tecnológica - que serviu ao fortalecimento do papel de economia dependente -; a expansão dos grandes conglomerados internacionais. As relações políticas, que são as que determinam aspectos legislativos e econômicos é o ponto foco de atuação da MPAA. A organização, na função de agente da sociedade civil, solidariza a sociedade política aos interesses da estrutura de produção da indústria cinematográfica estadunidense.

**Palavras-chave:** Cinema, distribuição cinematográfica, MPAA, hegemonia.

## RESUMEN

Este trabajo consiste en el análisis de la hegemonía cinematográfica estadounidense en Brasil. Basado en los fundamentos de Celso Furtado, se busca abordar cuatro aspectos que, según el autor, componen el proceso de formación de la hegemonía de los Estados Unidos en Brasil. Los factores son: relaciones políticas orientadas al desarrollo económico, la expansión de los conglomerados internacionales, la simple asimilación tecnológica y la propagación de ideas neoliberales propuestos por los intelectuales. A partir del análisis de estos factores se buscó comprender la formación de la hegemonía del cine estadounidense en Brasil, haciendo énfasis en el cine producido por las *Majors Asociados a Motion Picture Association of America* y de que forma la MPAA actúa con el fin de establecer la dominación del cine de Hollywood en la distribución nacional. Finalmente, se identificó que la hegemonía del cine de los Estados Unidos en Brasil, fue construida a través de varios aspectos a lo largo de la historia. Entre los principales para la hegemonía se destacan tres: cuestiones políticas – relacionadas a las guerras mundiales y a las promesas de desarrollo económico -; la habituación a la simple asimilación tecnológica – que sirvió para fortalecimiento del papel de la economía dependiente -; la expansión de los grandes conglomerados internacionales. Las relaciones políticas, que son las que determinan aspectos legislativos y económicos, es el eje central de la MPAA. La organización, en la función de agente de sociedad civil, solidariza la sociedad política a los intereses de la estructura de producción de la industria cinematográfica estadounidense.

**Palabras-claves:** Cine, distribución cinematográfica, MPAA, hegemonía.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico 1 - Evolução do número de salas e bilheteria.....	95
Gráfico 2 – Número de salas por circuito exibidor em 2017.....	128
Gráfico 3 – Percentual de salas de exibição por local de funcionamento em 2017.....	129
Gráfico 4 - Bilheteria Internacional por Região - Todos os filmes da MPAA (US \$ Bilhões)..	152
Gráfico 5 - Evolução dos lançamentos entre 2009 e 2017.....	166
Gráfico 6 – Renda por tipo de distribuição.....	167
Gráfico 7 - Público vs renda - filme nacional e estrangeiro.....	168
Gráfico 8 – Participação de renda por distribuidora – Títulos brasileiros e estrangeiros exibidos em 2017.....	169
Gráfico 9 – Evolução do preço médio do ingresso (PMI) entre 2009 e 2016.....	171
Gráfico 10 – Renda das distribuidoras vs preço médio de ingresso.....	183

## LISTA DE TABELAS

Quadro 1 – Lista de entrevistados na pesquisa.....	81
Tabela 1 - Vinte principais mercados internacionais da MPAA por bilheteria - Todos os filmes (US \$ Bilhões - 2016) .....	153
Tabela 2 – Os vinte filmes nacionais, entre 2009 e 2017, com maior bilheteria.....	164
Tabela 3 - Renda acumulada, entre 2009 e 2017, por distribuidora de filmes nacionais.....	165
Tabela 4 - Aumento do preço médios dos ingressos entre 2009 à 2016.....	172
Tabela 5 - Evolução de público, renda e lançamentos entre 2010 e 2017.....	173
Tabela 6 - Os dez filmes com maior renda, por ano, de 2009 à 2017.....	174
Tabela 7 – Os dez filmes nacionais com maior renda entre 2000 e 2017.....	175
Tabela 8 - Público e renda dos títulos exibidos em 2017.....	177
Tabela 9 - Os dez filmes com maior renda acumulada entre 2009 e 2017.....	178
Tabela 10 - Renda por distribuidora dos vinte filmes com maior público em 2017.....	182
Quadro 2 - Principais práticas relacionadas as majors e MPAA.....	183



## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABC - Associação Brasileira de Cinematografia.

ABRAPLEX – Associação Brasileira das Empresas Exibidoras Cinematográficas Operadoras de Multiplex.

ABTA – Associação Brasileira de Televisão por Assinatura.

ANCINE – Agencia Nacional de Cinema.

AOL – America Online.

APRO – Associação Brasileira da Produção de Obras Audiovisuais.

ABPI - Associação Brasileira da Propriedade Intelectual.

BRAVI – Brasil Audiovisual Independente.

CBC - Congresso Brasileiro de Cinema.

Condecine - Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional.

CRT – Catodic Ray Tube.

DAT - Digital Audio Tape.

DCI – Digital Cinema Initiative.

DCP – Digital Cinema Package.

ETCO – Instituto Brasileiro de Ética Concorrencial.

EUA – Estados Unidos da America.

FNCP – Fórum Nacional Contra a Pirataria e a Ilegalidade.

GE – General Eletric.

INC - Instituto Nacional do Cinema

LCD - Liquid Cristal Display.

MinC – Ministério da Cultura.

MPAA – Motion Picture Association of America.

MPA-AL - Motion Picture Association – América Latina.

MPLC - Motion Pictures License Company.

MPPC - Motion Picture Patents Company.

MPPDA - Motion Picture Producers and Distributors of America.

NBC - National Broadcasting Company.

OCIAA - Office of the Coordinator of Inter-American Affairs.

OMC – Organização Mundial do Comercio.

ONU – Organização das Nações Unidas.

PAD's – Países atualmente desenvolvidos.

PMI – Preço Médio do Ingresso.

SICAV – Sindicato da Indústria Audiovisual.

TAP – Television Association of Programmers.

UBC – União Brasileira de Compositores.

UBEM – União Brasileira de Editoras de Música.

UBV&G – União Brasileira de Vídeo e Games.

UCB - União Cinematográfica Brasileira.

VPF - Virtual Print Free.

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	13
1.1 PROBLEMA DE PESQUISA .....	18
1.2 OBJETIVOS .....	19
1.3 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO .....	20
<b>2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	21
2.1 SOBRE A HEGEMONIA .....	21
<b>2.1.1 A hegemonia dos Estados Unidos</b> .....	26
2.2 SOBRE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO.....	37
<b>2.2.1 A criação da dependência</b> .....	38
<b>2.2.2 O papel dos intelectuais</b> .....	47
<b>2.2.3 Relações entre poder público e privado</b> .....	51
<b>2.2.4 Os oligopólios</b> .....	57
<b>2.2.5 A assimilação tecnológica</b> .....	62
2.3 SOBRE O CINEMA.....	66
<b>2.3.1 O cinema estadunidense</b> .....	72
<b>3. METODOLOGIA</b> .....	81
<b>4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS</b> .....	85
4.1 DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E A INDÚSTRIA CINEMATOGRAFICA.....	85
4.2 SOBRE A INDÚSTRIA CINEMATOGRAFICA NORTE-AMERICANA .....	99
<b>4.2.1 A Motion Picture Association of America</b> .....	105
<b>4.2.2 A MPAA no Brasil</b> .....	121
4.3 OS CONGLOMERADOS E O CINEMA .....	124
4.4 SOBRE CINEMA E TECNOLOGIA .....	136
4.5 A DISTRIBUIÇÃO CINEMATOGRAFICA.....	148
<b>4.5.1 Distribuição cinematográfica internacional</b> .....	148
<b>4.5.2 Sobre a distribuição cinematográfica no Brasil</b> .....	154

<b>4.5.3 A retomada do cinema brasileiro .....</b>	<b>160</b>
<b>4.5.4 Dados sobre a distribuição cinematográfica nacional a partir de 2009.....</b>	<b>164</b>
<b>4.6 SOBRE O MERCADO CINEMATOGRAFICO DE 2009 Á 2017 .....</b>	<b>171</b>
<b>5. CONCLUSÕES.....</b>	<b>187</b>
<b>REFERENCIAL BIBLIOGRAFICO .....</b>	<b>196</b>
<b>Apêndice I.....</b>	<b>200</b>
<b>Apêndice II .....</b>	<b>201</b>

## 1. INTRODUÇÃO

No Rio de Janeiro e São Paulo, a partir de 1907, começam a se organizar circuitos de exibição cinematográfica com salas fixas e programação regular. Uma grande quantidade de filmes são importados, mas não constroem a exibição das produções nacionais que viviam neste período a Idade de Ouro. A importação de filmes, principalmente os europeus, predominam no Brasil até meados de 1914, quando eclode a primeira grande guerra. A guerra enfraquece a cinematografia europeia e ocorre o aumento das importações de produções vindas dos Estados Unidos (BERNARDET, 1980).

As produções cinematográficas estadunidenses, desde seu início com Thomas Edison, foram bem aceitas pelo público. Os filmes não dependiam das exportações para obterem retorno dos investimentos realizados, pois as exibições locais eram suficientes para cobrir todos os custos de produção e ainda proporcionar algum lucro, as exportações serviam apenas como complemento de renda. O Brasil mostrou-se ser um país propício a exportação do filme das majors norte-americanas, com pouca, ou nenhuma resistência, a importação de filmes.

Segundo Paranaguá (1984), no ano de 1924, 83% do total de filmes projetados no Brasil eram de origem norte-americana. A exibição brasileira girava em torno da importação e, com os avanços tecnológicos, as estruturas de produção no Brasil foram modificadas. As cópias passaram a ser produzidas em série e os filmes classificados por gênero, o que facilitou a distribuição. Neste período, a Metro Goldwyn-Mayer articula o Star System e, a partir deste sistema, criam-se departamentos de publicidade nos estúdios de Hollywood, que apelam a imagem dos atores para impulsionar as bilheterias (ROXO, 2006).

Assim, o cinema se tornava uma lucrativa indústria de entretenimento. O avanço tecnológico do sistema de cópias, possibilitou a rápida expansão do cinema estadunidense no mercado mundial, onde poucas empresas tinham o domínio. “As cópias baratas, circulam pelo mundo beneficiando-se do contexto histórico em que o cinema aparece: a burguesia triunfante absorve às matérias primas dos países dominados, faz circular suas mercadorias pelo mundo, conquistar novos mercados, é colonialista” (BERNARDET, 1980, p. 12).

O sistema de cópias surgiu inicialmente nos Estados Unidos. A película sobre a qual se imprimia a imagem era revelada e montada até chegar a matriz, desta tirava-se grandes quantidades de cópias, isso permitia que um número significativo de pessoas vissem a mesma produção várias vezes em diferentes lugares. Este foi um avanço surpreendente para a época,

pois a população estava acostumada com shows e teatros (BERNARDET, 1980; MELEIRO, 2010).

O cinema representa a eclosão da revolução industrial no domínio da diversão pública. Inicialmente, a arte era uma atividade artesanal. Na América Latina, a produção artesanal perdurou um período superior ao que passaram as cinematográficas dos Estados Unidos e Europa (PARANAGUÁ, 1984).

Entre 1915 e 1948, a indústria cinematográfica passou por várias ondas de expansão e retração. Nos Estados Unidos, as principais empresas se fundiram enquanto outras se dissolveram. Durante a maior parte do período, oito poderosas distribuidoras dominaram a indústria cinematográfica. Cinco dessas distribuidoras integravam produção, distribuição e exibição; duas integravam produção e distribuição; e uma organizava primordialmente a distribuição de filmes independentes. O desenvolvimento dos negócios, em geral, utilizou o modelo de gestão científica com foco na produção em escala, que levou a crescente organização de grandes circuitos e várias formas de integração vertical na indústria. Esse modelo foi estabelecido pela busca por grandes ganhos de eficiência e acumulação de poder no mercado (ORBACH, 2004).

O cinema é uma mercadoria abstrata, não se assemelha, por exemplo, a um sapato ou a compra de um relógio, o que mais se aproxima a sua forma de consumo é o transporte público, em que se compra uma poltrona para ir a determinado local. O cinema não pode ser estocado, a poltrona que não foi vendida em determinado dia e sessão não terá como ser recuperada mais tarde. Bernardet (1980), com base nessa analogia, afirma que os mecanismos de mercado para comercialização de filmes foram pensados para garantir o máximo de consumo nas salas de exibição.

O cinema nos Estados Unidos, desde períodos anteriores a primeira guerra mundial, já era fruto da cooperação entre Estado e capital privado. Na década de 20, o Estado utilizou o cinema como instrumento de persuasão e consolidou no espírito do cidadão norte americano o chamado “patriotismo pragmático” (QUINTANEIRO, 2007).

O modelo das produções cinematográficas dos Estados Unidos, explica Quintaneiro (2007), se ajustam facilmente a culturas diversas. Hollywood, além dos gigantescos ganhos monetários, difundiu e modificou a percepção que as sociedades tinham de si. O cinema foi também um importante instrumento para os Estados Unidos conquistarem aliados na Segunda Guerra Mundial.

Para Gomes (1980) e Furtado (1978), a facilidade de penetração da indústria estadunidense e a sua dominação no território brasileiro está além da simples aceitação do

público quanto aos valores difundidos ou ao estilo de produção. Aconteceu a imposição e a adaptação da cultura brasileira aos modelos estéticos dos Estados Unidos, por mecanismos de coerção e de construção do consenso social. A coerção acontece a partir das relações entre o Estado e o capital privado e o consenso social é estabelecido com as propagandas, imperativos tecnológicos e o colonialismo brasileiro em relação aos Estados Unidos e Europa.

Na história do cinema brasileiro aconteceu a passagem de vários ciclos, em alguns as produções diferiam do modelo hegemônico de Hollywood, em outras houve a tentativa de seguir esta indústria, porém, nenhuma se consolidou a frente da concorrência estrangeira.

A Vera Cruz foi o exemplo brasileiro de companhia constituída para satisfazer as exigências da indústria cinematográfica estabelecida por Hollywood: grandes estúdios, altos investimentos, equipes fracionadas e especializadas - oposto as Chanchadas. O fracasso da companhia Vera Cruz provou que as dificuldades encontradas pelas produções nacionais para ocupar as salas de cinema não eram fundamentadas pela falta de qualidade, estrutura ou tecnologia, mas sim, pela forma como o mercado está organizado, a ausência de uma legislação protecionista eficiente, bem como pela pouca fiscalização do cumprimento das exigências legais (SIMIS, 1996).

A Atlântida, uma produtora exemplar em cuidados com investimentos e atenção às ofertas de mercado, neste sentido diferente da Vera Cruz, também, não conseguiu prosseguir na atividade cinematográfica. Para as produtoras nacionais apenas os curtas-metragens constituíam uma atividade lucrativa. Os longas-metragens nacionais se apresentado aos exibidores como opção de escolha junto a um filme distribuído por alguma major norte-americana provavelmente seriam deixados de lado pelos donos das salas de exibição. Em 1953, o Brasil era o país com maior número de espectadores da América Latina e o décimo no mundo. Em contraponto, as exibições nacionais apresentavam-se abaixo de países com menor número de espectadores, como Argentina e México (SIMIS, 1996).

Os filmes dos Estados Unidos, em sua grande maioria, quando chegam ao Brasil e são oferecidos pelos distribuidores aos exibidores, apresentam vantagens que dificilmente um filme de produção nacional poderá competir. Em países industrializados, onde a população possui considerável poder de compra, os produtores e distribuidores encontram públicos numerosos, com condições de pagar valores de ingressos que cubram as despesas e proporcionem lucros. De tal modo, as distribuidoras das majors oferecem aos exibidores filmes que possuem estatísticas de sucesso, investimentos em marketing e preços que competem com as produções nacionais. Todavia, quando a exibição passa a ser principalmente a importada, esta batalha no

mercado cinematográfico traz consequências econômicas e culturais negativas em países de economia subdesenvolvida (GATTI, 2005; BERNARDET, 1980).

A estrutura da indústria audiovisual pode ser determinada, resumidamente, em três pontos: produção, distribuição e exibição. “A distribuição é o elo central, a ponte entre o produto (filme) e a sua disponibilização (exibição), entre o emissor (diretor) e o receptor (público)” (SILVA, 2010, p. 19). O distribuidor é o responsável pela circulação do filme nas diferentes janelas de exibição, nos diferentes países e aos mais variados públicos, ele é o responsável por fazer o espectador sair de sua casa e ir até uma sala de cinema assistir ao filme.

Cada vez mais a produção cinematográfica reproduz o método de produção capitalista, divisão do trabalho, profissionais especializados, tudo pela busca do maior lucro possível.

Quando de um filme se diz que o roteiro é bom mas o enredo é fraco, que a fotografia é ótima mas que a música ou a cenografia deixa a desejar, é que estamos percebendo a obra fragmentariamente, não como um conjunto, mas pelas suas partes que correspondem a divisão do trabalho na fase de elaboração (BERNARDET, 1980, p. 33).

Gomes (1980) comenta que o cinema brasileiro é incapaz de escapar por si mesmo da posição de dependência – subdesenvolvimento - e, ao que parece, os espaços que se abrem fortalecem esta posição, aumentam e reforçam a presença do produto importado no mercado audiovisual nacional. “Estamos diante de um círculo vicioso do regime da economia de mercado” (GATTI, 2005, p. 107). No Brasil, através da Lei do Audiovisual na década de 90, as distribuidoras estadunidenses passam a associar-se aos produtores e distribuidores brasileiros, o que acabou por tornar predominante o modelo estrangeiro nas produções nacionais de maior público (MELEIRO, 2010).

A hegemonia do produto de Hollywood no cinema brasileiro é uma realidade que se estende há anos. Furtado (1978), explica que o processo de dominação dos Estados Unidos dá-se principalmente através da verticalização das estruturas de mercado. Na indústria cinematográfica vê-se esta verticalização com a associação entre produção, distribuição e exibição. Intui-se que este é um dos principais fatores pelo qual não foi possível ao cinema nacional competir com o importado. Tal situação tolera que o capital circulante na indústria se concentre em poucos grupos que se tornaram dominantes e “para alcançar tal posição, os elementos dominantes operaram se utilizando de práticas comerciais típicas de cartel, nutridas por produtos importados a baixos preços, o que por sua vez, caracterizaria uma prática comercial de *dumping*” (GATTI, 2005, p. 109).

As pressões para distribuição de filmes, principalmente os de origem estadunidense, ocorrem em todos os países, independente do grau de desenvolvimento econômico. Contudo,



as pressões não ocorrem apenas de fora para dentro (dos Estados Unidos sobre os demais países), mas dentro de um mesmo país, no qual grupos de distribuição intervêm privilegiando determinadas companhias em detrimento de outras (BERNARDET, 2005).

Dados da Ancine (2018) indicam que, no ano de 2016, o público que foi às salas de cinema para assistir produções de filmes brasileiros foi de 30.413.419 espectadores, enquanto o número de espectadores para assistir produções estrangeiras foi de 153.910.960. A arrecadação em bilheterias dos filmes nacionais foi de R\$ 362.776.085,95, já os filmes estrangeiros arrecadaram R\$ 2.236.474.957,80.

Para a análise de dados, são consideradas distribuidoras internacionais as empresas brasileiras subsidiárias dos grandes estúdios de produção e distribuição dos Estados Unidos da América (EUA): Paramount, Universal, Disney, Sony, Fox e Warner. Todas as demais são definidas como empresas nacionais de distribuição. As parcerias de distribuição entre distribuidoras internacionais e distribuidoras nacionais são classificadas como Codistribuição Internacional-Nacional (ANCINE, 2018).

Em 2017, no total, o público em salas de exibição no Brasil foi de 181,2 milhões de pessoas, o que representa um pequeno recuo de 1,7% em relação a 2016. Contudo, neste ano foi lançado um número recorde de títulos brasileiros, 160 títulos, dentro da série histórica de 2009 à 2017. Apesar da queda de público em 2017, os filmes estrangeiros venderam quase 10 milhões de ingressos a mais do que no ano anterior (ANCINE, 2018).

O público para assistir filmes brasileiros, em 2017, foi de 17.140.142, e para filmes assistir filmes estrangeiros de 163.758.297. A arrecadação em bilheterias dos filmes nacionais foi de R\$ 241.406.198,70, e dos filmes estrangeiros de R\$ 2.475.236.044,45. Os lançamentos nacionais nas salas de cinema foram de 34,34% do total de filmes lançados, apesar do breve aumento nos lançamentos nacionais, a participação do público em filmes nacionais foi de apenas 9,6% (ANCINE, 2018).

Dos vinte títulos com maior bilheteria, o único filme brasileiro é “Minha mãe é uma peça 2” distribuído pela Downtown/Paris. Salvo dois títulos estadunidenses (A Cabana e Extraordinário) distribuídos pela Paris Filmes, os demais dezessete títulos são distribuídos pelas majors associadas a Motion Picture Association of America (MPAA): Universal, Warner, Disney, Sony, Fox (ANCINE, 2018).

A capacidade operativa da indústria cinematográfica norte-americana só é possível graças à atuação conjunta das majors e da MPAA. A ação vertical dessas organizações permitiu e ainda permite a penetração maciça dos filmes estadunidenses no mercado internacional (GATTI, 2007).

Logo após a Segunda Guerra Mundial, com a finalidade de ampliar o domínio dos filmes estadunidenses no mercado internacional e restringir o aumento de legislações protecionistas que pudessem vir a dificultar a entrada do filme estadunidense nos países latino-americanos, foi criada a Motion Picture Association – America Latina (MPA-AL), em 1945. O primeiro nome do órgão foi The Motion Picture Export Association of America, a mudança para MPA-AL ocorreu em 1994, no sentido de refletir a natureza global do audiovisual (GATTI, 2005).

A ação institucional da MPA-AL é um tema que, para Gatti (2005), necessariamente precisa de uma pesquisa própria, pois sua atuação de maneira transversal no mercado audiovisual brasileiro é um dos pontos do *status quo* que hoje as empresas ligadas a MPAA ocupam.

Considera-se que o cinema é uma arte e indústria de extrema importância para o desenvolvimento de um país, seja social, cultural, econômico. Esta consideração pode se ratificar em estudos históricos da contribuição do cinema no desenvolvimento socioeconômico de países como Estados Unidos e Índia. Porém, em países subdesenvolvidos e dependentes, como o Brasil, a expansão exógena da indústria cinematográfica contribuiu para o crescimento da cultura de consumo vinda dos Estados Unidos, o capitalismo, que leva ao aumento das heterogeneidades sociais.

## 1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

Os interesses do comércio cinematográfico nacional, conforme já comentava Gomes (1980), giram em torno do cinema importado, segue, assim, o mercado saturado pelo produto estrangeiro. Então, os filmes nacionais são obrigados a enfrentar o desinteresse e a conseqüente má vontade do comércio e exibidos graças ao amparo legal. Desta forma, a pergunta que orienta esta pesquisa é: **Como as práticas exercidas pela Motion Picture Association of America na distribuição cinematográfica reforçam a hegemonia das produções de Hollywood no Brasil?**

Vários aspectos estão envolvidos quando se trata do assunto cinema: cultura, economia, tecnologia e política. O cinema é um poderoso instrumento de propagação ideológica das elites e, para os Estados Unidos, uma mercadoria que proporciona a entrada de grande quantidade de divisas. O Brasil, apesar de ter produção cinematográfica própria, é um dos principais mercados

cinematográficos para as majors norte-americanas, isso faz com que um alto valor de recursos financeiros que poderiam ficar no Brasil, sejam enviadas aos Estados Unidos. O enfoque na distribuição cinematográfica é importante por seu papel estratégico e ideológico. “Afinal, o exercício da circulação efetiva da mercadoria do cinema é o fator que provoca as verdadeiras transformações no seio da indústria pelo qual está mercadoria vem a circular no seio social” (GATTI, 2005, p. 121).

## 1.2 OBJETIVOS

Identifica-se como um problema para as produções cinematográficas no Brasil, segundo Gatti (2008), o acesso às salas de exibição - onde predominam os filmes distribuídos pelas majors estadunidenses - e o interesse do público. Desta forma, esta pesquisa tem como objetivo geral analisar às práticas exercidas pela Motion Picture Association of America que reforçam a hegemonia do cinema das majors no Brasil.

A palavra hegemonia significa conduzir, ser líder, “do qual deriva estar à frente, comandar” (GRUPPI, 1978, p. 1). Gruppi explica (1978) que a hegemonia opera sobre a estrutura econômica, organização política da sociedade, modo de pensar, orientações ideológicas e inclusive sobre a forma de conhecer. Em condições de hegemonia, a burguesia solidariza o Estado com as instituições dirigentes da ação, da produção e da reprodução de valores sociais.

A hegemonia que exercem os Estados Unidos no Brasil, ao reforçar estruturas anacrônicas de poder, constitui um sério problema ao desenvolvimento do país. A base industrial na sociedade brasileira, para Furtado (1978), é um processo que requer análise simultânea a respeito da penetração do progresso tecnológico nos sistemas de produção e da forma como as estruturas sociais e institucionais reagiram e se condicionaram a esta penetração.

Como objetivos específicos, nesta pesquisa, busca-se:

- Compreender como a hegemonia estadunidense se dá no Brasil a partir das ações da MPAA;
- Caracterizar a distribuição cinematográfica brasileira;
- Descrever as práticas da MPAA que viabilizam o sucesso na distribuição cinematográfica de suas associadas;

- Analisar a distribuição cinematográfica estrangeira e nacional.

A expansão do capital dos Estados Unidos no Brasil e demais países latino-americanos ocorreram através da penetração de conglomerados industriais. As grandes indústrias quando inseridas fora do controle antitruste dos Estados Unidos e com cobertura político-militar desse país transformam-se em um “superpoder” em qualquer país que atuem (FURTADO, 1978, p. 41). Desta forma, passam a condicionar à direção dos investimentos, orientar a tecnologia, financiamento, comportamento do consumidor e, por vezes, até mesmo a legislação.

### 1.3 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO

Esta pesquisa está organizada em seis partes: introdução, fundamentação teórica, metodologia, apresentação e análise de dados, e conclusão. Inicialmente é apresentada a introdução do trabalho, com o problema de pesquisa e os objetivos, seguido pela fundamentação teórica, que por sua vez está dividida em outros três capítulos principais: (1) sobre a hegemonia, subdividido em mais uma parte; (2) sobre desenvolvimento econômico, subdividido em cinco partes; e (3) sobre o cinema, subdividido em uma parte.

Após a fundamentação teórica é apresentado o método de pesquisa utilizado, seguido pela apresentação dos resultados encontrados na pesquisa e análise dos dados. A apresentação e análise de dados está organizado em outras seis partes: (1) desenvolvimento econômico e a indústria cinematográfica; (2) a indústria cinematográfica, subdividido em três parte; (3) os conglomerados e o cinema; (4) sobre cinema e tecnologia; (5) A distribuição cinematográfica, subdividido em quatro partes; e (6) sobre o mercado cinematográfico.

Finalizada a apresentação dos resultados da pesquisa, são expostas as conclusões obtidas na pesquisa e na sequência o referencial bibliográfico e apêndices.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Nesta seção são apresentadas as fundamentações teóricas utilizadas para a análise das informações e dados do trabalho. Na primeira parte busca-se esclarecer o conceito de hegemonia e demonstrar alguns aspectos que serviram a construção da hegemonia dos Estados Unidos. A segunda parte é fundamentada na teoria de desenvolvimento econômico de Celso Furtado, onde é explanado sobre questões que, na opinião do autor, servem a hegemonia estadunidense no Brasil.

### 2.1 SOBRE A HEGEMONIA

Hegemonia é a capacidade de ser dirigente, também refere-se a direção e à dominação. Para o exercício da hegemonia<sup>1</sup> há a necessidade de unidade entre teoria e ação, que são praticadas na vida social dos indivíduos. No sistema capitalista, os processos sociais ocorrem nas relações de produção. A forma como acontece a produção dos bens da sociedade é a estrutura, a base real, sobre o qual se eleva a superestrutura política, estatal, ideológica. O modo de pensar - a consciência - faz parte do composto da superestrutura e está fundada na base econômica: das mudanças ocorridas na estrutura deriva as mudanças de consciência (GRUPPI, 1980).

Desenvolvimento é o processo de formação, explicitação e, posteriormente, da crise ou morte de uma determinada estrutura. Através da análise da estrutura econômica chega-se a compreensão da formação econômico-social, que é caracterizada por determinadas relações de propriedade. O desenvolvimento das sociedades ocorre de maneira distinta e é estabelecido conforme a estrutura econômica e determinado pela forma predominante das relações de produção (GRUPPI, 1980; SCHELESENER, 1992).

No capitalismo os homens entram em determinadas relações necessárias, independente de sua vontade, em razão das leis objetivas do desenvolvimento econômico. As relações de produção material, são as estruturas vinculadas a vida real cotidiana e sobre a qual se eleva a

---

<sup>1</sup> Hegemonia aqui é entendida não apenas como direção política, mas também como direção moral, cultural e ideológica (GRUPPI, 1980, p.17).

superestrutura, que é política, estatal e ideológica. A política é reflexo das tendências de desenvolvimento da estrutura – tendências que podem ou não se concretizar. Destarte, todo o ato político é determinado pela estrutura. Para manter o domínio, a classe burguesa - os donos dos meios de produção - organizam junto com a sociedade civil o Estado repressivo através de centros de consenso e mecanismos de corrupção e persuasão (GRAMSCI, 2008).

Está presente no homem uma consciência imposta pelo ambiente em que vive, sobre a qual ocorrem influências diversas e contraditórias. Quando a consciência é abandonada a própria espontaneidade, não crítica e consciente de si, vive-se ao mesmo tempo influências ideológicas diferentes, elementos díspares, que se acumulam através de diversas estratificações sociais e culturais. A consciência do homem torna-se a própria relação social, a alma não é entendida como essência autônoma<sup>2</sup>, mas sim, a consciência é resultado do processo das relações sociais. Diante da subordinação da consciência não crítica a personalidade dos indivíduos aceita, passivamente, ser guiada na forma como entendem e relacionam-se no mundo (GRUPPI, 1980)

As superestruturas são “como trincheiras protetoras do Estado sediadas na sociedade civil” (GRUPPI, p. XIII, 1980). Os meios de coerção física, que constituem os aparatos dirigentes da vida social, como escolas e sindicatos, são monopólios do Estado e, quando em condições de Estado ampliado<sup>3</sup>, as instituições da sociedade civil também tornam-se aparato ideológico do Estado (GRUPPI, 1980).

Em sociedades com o modo de produção capitalista é necessário para as classes dominantes manter - além do domínio - funções e papéis de direção em um determinado tempo histórico que universalize sua concepção do mundo, tornando-o parte do senso comum das massas. São vários os canais no qual a ideologia da classe dominante chega às subalternas como: escola, igreja, serviço militar, jornais, cinema, rádio e todas as manifestações de folclore. Através desses canais é possível à classe dominante plasmar nas consciências de toda a coletividade a própria hegemonia (GRUPPI, 1980).

Pela própria forma como o mundo está organizado, o homem sempre pertence a um determinado grupo, no qual são compartilhados elementos sociais que refletem o modo de pensar e agir. O fato de uma grande quantidade de homens serem conduzidos a pensar de uma maneira unitária é resultado da prática filosófica dos indivíduos. Contudo, não existe uma filosofia geral, mas diversas filosofias e concepções de mundo que levam a contradições entre

---

<sup>2</sup> Conforme a filosofia de Aristoteles (GRUPPI, 1980).

<sup>3</sup> Denominação utilizada por Gramsci quando, em condições de hegemonia, a burguesia solidariza o Estado com as instituições dirigentes da ação, da produção e reprodução de valores sociais (GRUPPI, 1980, p. XIII).

o intelecto e a ação de cada um. Quando um grupo social manifesta ações diárias, toma emprestado - por razões de subordinação - concepções que não são suas. Verifica-se a coexistência paralela de distintas correntes filosóficas em cada época da história (GRAMSCI, 1999).

A atividade do ser social em meio à estrutura que o envolve condiciona sua prática, sem que o mesmo tenha a plena consciência teórica de sua ação. Trata-se de um conhecimento contido no mundo, independente de sua vontade, que o transforma. Gramsci (1999) explica que pode ocorrer que a consciência teórica do indivíduo seja contraditória à ação. O homem tem duas consciências teóricas: uma implícita na sua ação – que é a que realmente o une aos outros atores da realidade prática - e outra superficialmente explícita ou verbal – que ele herdou e acolheu sem crítica. A última consciência, todavia, não se formou ao acaso, ela liga o indivíduo a determinado grupo social, influi sobre a conduta, direciona a vontade e produz um estado de passividade moral e política.

A cultura de uma sociedade, enquanto carece de consciência é subalterna, enquanto é cultura de classes não consciente de si. A cultura é também heterogênea, pois nela vivem influências da classe dominante ao mesmo tempo que, previamente, da classe oprimida. O proceder das classes subalternas pode se dizer que é um processo de *bricolage*, onde se assume elementos da cultura dominante, reelabora-os, liga-os de modos diferentes ou mesmo opostos, mas o conjunto se conserva no terreno indicado pela cultura hegemônica (GRUPPI, 1980).

A tarefa da concepção dominante (que sendo dominante, torna-se um ato de fé), consiste em conservar a unidade ideológica de todo o bloco social. Nisso se resume a hegemonia: a capacidade de unificar através da ideologia e de conservar unido um bloco social heterogêneo, marcado por profundas contradições de classe. Uma classe é hegemônica, dirigente e dominante até o momento em que, através das ações políticas, ideológicas e culturais, consegue articular forças que não são homogêneas, sem que os contrastes entrem em conflito - tal mediação é operada pela política (GRUPPI, 1980).

A ideologia, segundo Portelli (1977), se apresenta implicitamente na arte, economia, direito, em todas as manifestações de vida coletiva e individual. A ideologia orgânica está vinculada a uma classe dirigente que torna-se hegemônica a medida em que se desenvolve nas relações diárias das diversas camadas sociais. É destacado na obra de Gramsci (GRUPPI, 1980) a observação dos fenômenos superestruturais – política e cultura no contexto da ordem capitalista. Em condições de hegemonia, a classe elitista solidariza o Estado às instituições dirigentes da ação, produção e reprodução de valores sociais. Contudo esses aparatos não

podem ser entendidos como mecânicos e imutáveis, mas como um processo de influência mútua entre sociedade civil e sociedade política.

Está no seio da estrutura ideológica os meios encarregados de difusão cultural – religião, escolas e organizações de imprensa. A terceira é considerada a mais dinâmica da sociedade civil, que de maneira implícita ou explícita está vinculada a determinada corrente. Nesse sentido, destacam-se os meios de comunicação audiovisual – teatro, cinema, rádio, televisão, etc -, “são um meio de difusão ideológica que possui rapidez, raio de ação e impacto emotivo muito mais vastos que a comunicação escrita (livros, jornais), mas superficialmente, não em profundidade” (PORTELLI, 1977, p. 28). Os meios de comunicação desempenham o papel de formação da opinião pública, assim como os partidos políticos, eles organizam e centralizam elementos em torno de propostas específicas (SCHELESENER, 1992).

Existe em todo o sistema econômico dois elementos: as forças produtivas (trabalhadores, matérias primas, fontes de energia) e, em seguida, as entidades que organizam as relações de produção (ângulos jurídicos, relações de propriedade). Estes elementos estão diretamente relacionados e quando entram em contradição ocorre o abalo análogo da superestrutura política, estatal e ideológica. Assim, o desenvolvimento dá-se na contradição entre as forças produtivas e as entidades que organizam as relações de produção. Contudo, quando os interesses do capital superam os limites impostos pelos Estados nacionais e os meios de produção encontram-se concentrados em situação de imperialismo<sup>4</sup>, há o aumento das heterogeneidades sociais (GRUPPI, 1980).

A hegemonia tende a construir um bloco histórico<sup>5</sup>, ou seja, estabelece unidade entre forças sociais e políticas que, mesmo diferentes, são conservadas juntas através da concepção de mundo que foi difundida. Desta forma, para se manter a hegemonia de classe, são envolvidos todos os níveis da sociedade: a base econômica, a superestrutura política e a superestrutura ideológica. A supremacia<sup>6</sup> de um grupo social se manifesta de dois modos, como dominação e como direção intelectual e moral (GRUPPI, 1980).

Para estabelecer a hegemonia de uma classe, explica Gruppi (1980), são necessários colaboradores, denominados intelectuais<sup>7</sup>. Os intelectuais são parte do quadro da classe economicamente dominante, são quem elaboram e propagam a ideologia. Os intelectuais não

---

<sup>4</sup> “Imperialismo significa superação dos limites dos Estados nacionais por parte do capital, significa extensão e agravamento da opressão nacional sobre uma nova base histórica” (GRUPPI, 1980, p. 42).

<sup>5</sup> Bloco histórico é formado por estrutura e superestrutura (GRUPPI, 1980).

<sup>6</sup> “Supremacia é domínio e direção. Pode se dizer que é domínio e hegemonia” (GRUPPI, 1980, p. 79).

<sup>7</sup> O intelectual para Gramsci, segundo Gruppi (1980), é alguém com função dirigente na sociedade, mesmo que seja analfabeto.



são um grupo social autônomo, mas em diversos grupos sociais há algum intelectual para firmar a produção econômica. No capitalismo industrial criam-se intelectuais essencialmente técnicos, os cientistas ligados à produção, estes são os intelectuais orgânicos do capitalismo, ou seja, estão intimamente ligados a função econômica do capitalismo. Uma nova classe dominante, enquanto forma os seus próprios intelectuais orgânicos, deve esforçar-se para assimilar os intelectuais tradicionais<sup>8</sup>.

A concepção coerente e unitária do mundo é resultado do consenso entre as esferas políticas e culturais de uma sociedade, decorrentes de determinados momentos históricos. A nova ordem da economia internacional - diferente da antiga que era baseada em um mercado de produtos, passou a ter as decisões fundadas em critérios de valores determinados pela realidade econômica dos Estados Unidos. No fim da última grande guerra, com a imagem de super potência econômica mundial, Estados Unidos, ocupou privilegiada posição para atuar no papel de estabilizador e orientador da economia mundial (GRUPPI, 1980; SCHELESENER, 1992; FURTADO, 1978).

A hegemonia é ético-político, assim, é também econômica. Para a classe dirigente o aspecto essencial da hegemonia é seu monopólio intelectual, a primazia econômica é condição necessária, mas não suficiente para que se instale um bloco histórico. Para isso é necessário que a classe dirigente oriente a política, os intelectuais e controle a sociedade civil para a difusão da concepção de mundo junto aos grupos sociais. Esse controle estabelece-se sob três recursos principais: a cultura, valores políticos e políticas estrangeiras (PORTELLI, 1977).

Nas relações entre países, quando determinado país pretende estabelecer a hegemonia sobre os demais, são tomadas ações de política externa em que há a intenção de “aparentar” valores monetários e sociais como sendo relacionados. As relações econômico-social e ético-político têm características específicas sobre a sociedade em cada momento histórico e o consenso é a base de sustentação das relações de poder (SCHELESENER, 1992).

A construção da hegemonia estadunidense, para Gramsci (2008) é fato relacionado diretamente ao modelo de produção de Ford, que resultou na necessidade de uma organização econômica programática e levou a manipulação e racionalização das forças subalternas de acordo com os objetivos capitalistas propostos. Estados Unidos, explica Gramsci (2008, p. 243), apresenta “uma composição demográfica racional”, isso significa que não existem numerosas classes “absolutamente parasitárias”. Por existirem condições preliminares favoráveis ao fordismo, dado ao já racionalizado desenvolvimento histórico, foi fácil a racionalização do

---

<sup>8</sup> Intelectuais já formados pela sociedade precedente, pela formação econômico-social anterior (GRUPPI, 1980, p. 80).

trabalho produtivo combinado com o fim das forças sindicais, persuasão por altos salários, propaganda ideológica e política.

### 2.1.1 A hegemonia dos Estados Unidos

Em 1999, o ministro das Relações Exteriores francês, Hubert Védrini, declarou que os Estados Unidos haviam superado o status de superpotência do século XX. Atualmente a hegemonia norte-americana se estende à economia, à moeda, aos setores militares, ao estilo de vida, ao idioma e aos produtos de cultura de massa que inundam o mundo, formando o pensamento (NYE, 2002, p. 25).

A base da formação das sociedades industriais constitui um complexo processo, no qual a compreensão exige análise conjunta do progresso tecnológico nos sistemas de produção e a maneira como as estruturas sociais e o quadro institucional pré-existentes reagiram e se condicionaram a essa penetração. Na América Latina, chamada por alguns de “quintal” dos Estados Unidos, são inseridas, com certa facilidade, as estruturas e modelos de produção irradiados, principalmente, das organizações dos Estados Unidos (FURTADO, 1974; PETRAS, VELTMEYER, 2000).

Embora as estratégias de fortalecimento interno da economia estadunidense seja um processo histórico - desde sua independência da Grã-Bretanha -, a socialização de um projeto hegemônico afinado com os objetivos progressistas foi traduzido no modelo Ford de produção. Vinculado organicamente ao aumento regular de capital, o fordismo referiu-se, sobretudo, ao processo pelo qual a burguesia estadunidense alcançou sua elaboração produtiva superior. Com o fordismo desenvolveu-se um complexo de novas superestruturas que cederam lugar a expansão racionalizada da sociedade civil. O fordismo criou espaço para um novo tipo de trabalhador, manipulado pelo consenso<sup>9</sup> e força. A racionalidade propagada pelo modelo Ford de produção, apesar da resistência na Europa, se alastrou entre as sociedade capitalistas. Observa-se que o fordismo serviu de referência às estruturas de produção capitalista, sendo inclusive propagado nas universidades, aspecto que legitimou o conceito de produção em série e linhas de montagens (CHANG, 2004; GRAMSCI, 2008).

---

<sup>9</sup> Gramsci observa que Henry Ford, além de pagar altos salários e benefícios unilaterais aos trabalhadores, também fez ampla campanha ideológica para gerir e controlar o comportamento intelectual e moral da força de trabalho (GRAMSCI, 2008).

Anterior ao modelo racionalizado de produção fordista, o desenvolvimento de métodos que serviriam para alastrar a sociedade capitalista já apresentava sinais. As forças produtivas conhecidas na revolução industrial foram um fenômeno que apenas é compreendido quando analisado o contexto histórico da civilização europeia. As inovações deram início a revolução nas formas de produção no último quartel do século XVIII. O desenvolvimento técnico, financeiro e o acesso ao patrimônio de conhecimento, que se haviam acumulado na Ásia, permitiram a aceleração do processo de formação da sociedade capitalista, que é o resultado da convergência mercantilista decorrente da formação dos estados nacionais europeus. O desenvolvimento da ciência experimental e a difusão do conhecimento, que acompanharam a ascensão da burguesia, abriram os caminhos para a revolução tecnológica (FURTADO, 1978).

É observado, por Furtado (1978), que a propagação de estruturas e inovações tecnológicas na história contemporânea, irradiadas por centros concentrados na Europa e América do Norte, criaram um sistema econômico de âmbito planetário. Os processos técnicos e a divisão internacional do trabalho, que foram determinados por um pequeno número de sociedades, estabeleceram relações de dependência que se autoperpetuam nos países de terceiro mundo.

A dependência entre os países de terceiro mundo e os centros hegemônicos, Europa e Estados Unidos, foi constituída inicialmente no sistema internacional de divisão do trabalho, que concentrou nos centros dominantes o progresso técnico e, em fase subsequente, os sistemas de controle das atividades produtivas em grupos economicamente dominantes, mesmo quando as atividades estão alocadas em países dependentes (FURTADO, 1978).

A aplicação das inovações tecnológicas nas atividades artesanais pré existentes levou a criação intensa de novas formas de produção. As consequências ocorreram em vários planos como: concentração da atividade econômica, formação da classe operária, concentração de riqueza, poder de decidir sobre as atividades produtivas, rápida urbanização<sup>10</sup> e o surgimento de novas e complexas tarefas para os poderes públicos. As formas tradicionais de mão-de-obra foram substituídas por equipamentos - tais condições levaram ao aumento da oferta de mão-de-obra e a queda nos salários (FURTADO, 1978).

Os Estados Unidos diferem-se de qualquer outra nação moderna por sua formação histórica, que se realizou em torno dos imperativos de segurança exterior, originados na chamada Doutrina de Monroe durante as guerras napoleônicas. No período da presidência de

---

<sup>10</sup> A urbanização que caracteriza a evolução dos países subdesenvolvidos, corresponde menos a modificações na estrutura ocupacional motivadas pela industrialização do que a ações ligadas ao crescimento mercantil (FURTADO, 1978).

Theodore Roosevelt, a Doutrina de Monroe foi rejuvenescida como um corolário que racionalizou o direito de intervir nos estados latino-americanos, com o lema “a América para os americanos”, esta ideologia serviu ao objetivo dos Estados Unidos de manter sua hegemonia em todo o hemisfério ocidental, assegurou e firmou a conquista das fontes de matérias-primas e dos mercados da América do Sul para as manufaturas norte-americanas. Na América Latina, os imperativos de segurança dos Estados Unidos levaram a crescente alienação sobre a soberania dos governos nacionais (FURTADO, 1978; BANDEIRA, 2008).

Consideraremos agora em confronto os problemas de segurança dos Estados Unidos e os do desenvolvimento da América Latina. Sendo a área latino-americana o círculo mais interno da zona de influência dos Estados Unidos, é natural que a ação tutelar desse país se exerça de forma exemplar. Daí que os problemas de política interna dos países da região, particularmente no setor econômico, interessam de forma crescente aos órgãos responsáveis pelas questões de segurança dos Estados Unidos (FURTADO, 1974, p. 38).

Com a emergência da Segunda Guerra Mundial evidencia-se a importância geopolítica que a América do Sul tinha para os Estados Unidos, pois era imprescindível assegurar ferro, manganês e outros minerais indispensáveis para a indústria bélica; também a posição de alguns países latino-americanos eram importantes para manter a segurança da retaguarda e do Atlântico Sul. O Brasil fornecia produtos agrícolas e minerais aos Estados Unidos, mas sua relevância também era por possuir um vasto território, que revestia maior parte da América do Sul, defrontando com a África ocidental. Estados Unidos temia que Alemanha avançasse em direção a América, então, foram instaladas no Brasil bases navais e aéreas principalmente nas cidades litorâneas (BANDEIRA, 2008).

Estados Unidos com o fim de recuperar a economia após a crise de 1929 e estreitar as relações comerciais na América Latina estabeleceu a Política Externa de Boa Vizinhança, que serviu também para conter a presença comercial da Alemanha, especialmente Brasil e Argentina, e combater as ações que eram contra a América do Norte na região. Ao invés de utilizar intervenções militares, que prejudicavam o relacionamento político e econômico e aumentavam o risco de empurrar os países latino-americanos para as esferas de influência da Alemanha, os Estados Unidos decidiram agir com mais tática (MORAES, 2015).

Ao incentivar a solidariedade hemisférica, com o fim de combater a influência dos regimes contrários aos interesses do país, Estados Unidos consolidou-se como grande potência e modelo a ser seguido. A Política Externa de Boa Vizinhança se apoiava em um esquema econômico que visava claramente o estabelecimento de um sistema continental panamericano para anular um suposto sistema pangermânico (MORAES, 2015).

A Política de Boa Vizinhança concretizou a ideia de supremacia dos Estados Unidos sobre a latino-américa sem a necessidade do uso de forças militares. Ela enfatizou a unidade cultural, ideológica e política entre os vizinhos americanos, e ainda auxiliou a consolidar o *american way of life* como um o modelo socioeconômico e político superior aos demais (MORAES, 2015).

Uma das principais ferramentas da Política Externa de Boa Vizinhança foi o *Office of the Coordinator of Inter-American Affairs* (OCIAA). O OCIAA tinha como diretor o empresário norte-americano Nelson Aldrich Rockefeller, proprietário, também, da Standard Oil. A estrutura do OCIAA possuía quatro seções: a de relações culturais, saúde, comunicações e a comercial-financeira. Cada uma se dividia em diversas subestruturas com autonomia de atuação, abrangendo comércio, finanças, assessoria econômica, transportes, agricultura, administração, educação, saúde pública, relações culturais e comunicação. O OCIAA também atuava junto à diversas fundações, que eram muitas vezes, presididas por esposas de pessoas da alta cúpula dos Estados Unidos. O órgão buscava incentivar, por meio de isenção fiscal, a realização de ações de filantropia e ajuda humanitária na América Latina (MORAES, 2015).

O OCIAA pode ser considerado um micro poder, pois condensava e divulgava os propósitos de verdade de estratos da sociedade, em específico momento da história. O Presidente Roosevelt e seus principais formuladores da Política Externa de Boa Vizinhança, Cordell Hull, Sumner Welles e Rockefeller, objetivaram concentrar no órgão o papel de mediação entre o público e a realidade (MORAES, 2015, p. 286).

Os setores culturais eram vistos como um dos pontos chaves para a dominação dos Estados Unidos sobre os países latino-americanos. O departamento das relações culturais do OCIAA, contava com subdivisões que tratavam das questões relacionadas à música, cinema, educação, intercâmbios, imprensa, turismo, literatura, esportes e da arte. A estrutura do departamento das relações culturais era complexa, com sedes nas principais cidades dos países latino-americanos e nos Estados Unidos (MORAES, 2015).

No fim da Segunda Guerra Mundial, os Estados Unidos organizaram-se como uma sociedade internacional aberta dentro da qual seu enorme poder econômico lhes permitiria assumir facilmente a liderança. Da diferente combinação diplomática adotada por Estados Unidos e a antiga União Soviética surge a então chamada Guerra Fria (FURTADO, 1974).

Acontece a bipolarização do mundo, Estados Unidos organizado como uma sociedade aberta a fim de preservar os imperativos de segurança compromete-se em apoiar o desenvolvimento econômico dos países latino-americanos através de medidas que garantissem a segurança e a industrialização dos países economicamente dependentes (FURTADO, 1978).

Estados Unidos como país que exerce tutela sobre os países latino-americanos, a partir de políticas de comércio exterior, estabelece acordos que estão ligados a aquisição de bens dos países dependentes a preços superiores ao do mercado, mas que sejam favoráveis às corporações multinacionais do norte-americanas. Também, para receberem ajuda é exigido dos países latino-americanos a desregulamentação do mercado. “Em outras palavras, cooperação significa subordinação do receptor da ajuda ao doador” (PETRAS, VELTMEYER, 2000, p. 147).

A maior fraqueza do terceiro mundo está no plano das ideias: por um lado é colonizado mentalmente e por outro é preso por velhas doutrinas revolucionárias que já saíram de moda nos centros metropolitanos. Os países que ficam presos ao subdesenvolvimento apenas conseguirão escapar de tal posto através de um consenso nacional, que é difícil emergir e perdurar em sociedades altamente estratificadas, em que os grupos de dominação possuem fortes alianças externas (FURTADO, 1991).

Com o processo de globalização na América Latina mudanças políticas e no discurso teórico ocorreram a fim de justificar, ofuscar e legitimar os manejos imperialistas dos Estados Unidos. A respeito das operações de absorção de empresas produtivas, apropriação de ativos, domínio de mercado e aumento de lucros em cima de mão-de-obra barata, os bancos e os conglomerados multinacionais e transnacionais são vistos como “facilitadores da globalização” e assim fazem parte da integração e interdependência da economia mundial. Petras e Veltmeyer (2000), afirmam que Washington oculta seus interesses econômicos, políticos e militares através de discursos e princípios morais, usados para manipular a opinião pública, por fim as políticas exteriores norte-americanas destinam-se sobretudo a servir às multinacionais, que contribuem para as campanhas políticas.

Com o discurso de ajuda aos países de terceiro mundo, Estados Unidos acabam por conquistar novas fontes de recursos e ainda passam a estabelecer acordos que sejam agradáveis aos interesses comerciais. Um dos problemas que se deparam os intelectuais críticos é a corrupção da linguagem política, que disfarça o verdadeiro capitalismo através de conceitos que têm pouca relação com as realidades sociais e políticas que estão abordando. Esse tipo de mistificação, segundo Petras e Veltmeyer (2000) é facilmente reconhecido em expressões do tipo "Reforma Econômica", que nada têm em comum com os usos tradicionais e o significado ditado pelo senso comum - redistribuição de renda, incremento do bem estar público -; o conceito refere-se agora a concertação de renda, à transferência de propriedade pública para monopólios privados (PETRAS, VELTMEYER, 2000).

A linguagem política utilizada pelos Estados Unidos, para Petras e Veltmeyer (2000), está intimamente ligada a política da linguagem e o bom ou mal uso desta linguagem é evidente nas relações Norte-Sul. Conceitos como desenvolvimento, justiça e cooperação são frequentemente associados a certos programas ideológicos e geralmente tendem a esconder a natureza e o conteúdo das relações político-econômicas. O uso da linguagem está diretamente ligada ao domínio sobre os países de terceiro mundo, sobretudo nos pós-coloniais (PETRAS, VELTMEYER, 2000).

Até o fim dos anos 50 admitia-se, sem discutir explicitamente, o problema da prevalência de um sistema de poder mundial que, a partir do fim da última guerra, se organizava sobre a hegemonia dos Estados Unidos. Dois conjuntos de fatores contribuíam para que o sistema econômico internacional de um novo tipo se estruturasse, constituindo, assim, a viga básica da economia mundial (FURTADO, 1974).

Em primeiro lugar estavam os fatores de ordem política, derivados da tutela militar estadunidense estabelecida na última guerra: era inconcebível, no mundo capitalista, um sistema de segurança que não tivesse como elemento de apoio o poder militar dos Estados Unidos, parecia evidente que uma superestrutura política mundial não somente existia, mas tendia a consolidar-se em função do avanço cada vez maior de poder militar dos Estados Unidos (FURTADO, 1974).

Em segundo lugar estavam os fatores decorrentes da posição da economia americana no mundo: o potencial dos recursos naturais, o controle das empresas americanas sobre fontes de matéria-prima fora dos Estados Unidos, a enorme acumulação de capital já alcançada neste país, a vantagem adicional obtida durante a última guerra, a massa de recursos que o governo americano passou a dedicar ao avanço da tecnologia militar com benefícios indiretos de várias ordens para a economia, o volume crescente das inversões americanas do estrangeiro; enfim, muitas eram as indicações de que a economia norte-americana ocupava uma situação *sui generis* no quadro da economia mundial. (FURTADO, 1974).

O poder mundial organizado sob a hegemonia dos Estados Unidos, após a última guerra mundial, segundo Furtado (1978), ocorreu na ordem de três fatores: primeiro os fatores de ordem política, derivados da tutela militar exercida pelos norte-americanos; em segundo lugar o poder econômico sobre o qual Estados Unidos firmava-se com enorme controle de empresas fora de seu território; o terceiro fator foi a existência do sistema monetário internacional apoiado nas instituições Breeton Woods.

As circunstâncias particulares do pós-guerra, que fizeram dos Estados Unidos, durante cerca de um decênio, único país com uma oferta elástica no plano internacional, única fonte

de bens de capital e único centro capaz de conceder financiamento de médio e longo prazos, permitiram que as instituições Bretton Woods se consolidassem e transformassem o dólar no instrumento de acumulação de uma liquidez internacional que tendia a crescer com o volume de transações internacionais. Desta forma, os Estados Unidos, adquiriram o privilégio de emitir moeda de curso internacional, isto é, de imprimir um papel moeda que, por ter a garantia do governo norte-americano, possuía poder liberatório em todos os países do mundo (FURTADO, p. 59, 1978).

Tradicionalmente a política exterior dos Estados Unidos visa promover interesses privados específicos, interesses empresariais, políticos e econômicos, que podem ser alcançados mediante a pretensa ajuda externa aos países subdesenvolvidos, com ênfase na promoção dos mercados abertos, livre iniciativa e boas-vindas aos investimentos estrangeiros – ações geralmente apresentadas como de interesse ao bem estar da humanidade (FURTADO, 1974; BANDEIRA, 2008).

Para as economias latino-americanas admite-se que o processo de desenvolvimento possa vir a ser orientado de fora para dentro, contudo, não se deve perder de vista que o objetivo da política dos Estados Unidos é preservar integrada sua esfera de influência e que a pretensa ajuda ao desenvolvimento de determinado país é um meio para alcançar este fim. “Como regra - diz o Prof. Wolfers - o tipo mais efetivo de ajuda será o que proporcione o máximo de satisfação aos grupos de elite que estão empenhados em conservar o país fora do comunismo e do controle soviético” (FURTADO, 1974, p. 37).

A pretensa ajuda dos Estados Unidos aos países de sua esfera de influência são motivados por interesses nos setores econômicos, políticos e de segurança, por isso, cabe às empresas privadas estadunidenses o papel básico de desenvolvimento latino-americano. Esta forma de auxílio tem suas raízes na evolução estrutural do capitalismo americano, no qual o poder econômico tende a concentrar-se e as estruturas diversificarem-se geograficamente (FURTADO, 1978).

Com a revolução industrial em curso, na segunda metade do século XX, para os Estados Unidos a meta era que se mantivesse o *american way of life* no máximo de territórios possíveis; já para os latino-americanos o problema fundamental era o desenvolvimento para ter acesso aos frutos da revolução tecnológica. Deste ponto, a América Latina se defronta com a necessidade de modificar suas estruturas institucionais para abrir o caminho ao desenvolvimento. Convocadas para atuar na América Latina, ainda com uma série de privilégios, às empresas privadas dos Estados Unidos tornam-se potências com capacidade de influenciar decisões econômicas, que levam a um plano secundário o poder do Estado nacional (FURTADO, 1978).

Para Furtado (1978), dois são os principais fatores que fortalecem a concentração de poder e hegemonia norte-americana: a expansão das empresas privadas - seja territorial, seja



em atividades diversas - e o avanço das técnicas e manipulação dos métodos de direção e controle - “a teoria da informação e os recursos da cibernética, apoiados no avanço da eletrônica tornaram possível a operação dos centros de decisão, cuja a eficácia tende a ampliar enormemente a concentração do poder econômico” (FURTADO, 1978, p. 62). Os grandes gastos em pesquisa e desenvolvimento das grandes empresas norte-americanas são, para Furtado (1978), favoráveis a organização oligopolista dos mercados, que por fim exclui a concorrência por preços e potencializa a base de introdução de novos produtos.

Observa-se que as grandes empresas tendem a atuar em diversos setores sem nenhum tipo de relação. Considera-se que das cem maiores firmas, quatro delas ocupam mais da metade do mercado com produtos distintos e pelo menos uma estará entre as cem maiores do país. O surgimento dos conglomerados econômicos constitui o traço marcante do processo de concentração dos Estados Unidos. “O método coerente de crescimento dos conglomerados é a absorção de outras firmas” (FURTADO, 1974, p. 49). As empresas atuam simultaneamente em metalúrgica, cinema, aluguel de automóveis, mineração, radiodifusão, entre outros.

As empresas absorvidas pelos conglomerados estão longe do declínio - são adquiridas empresas com rápida expansão de mercado e cuja as potencialidades são conhecidas. A expansão do poder norte-americano, mediante compras e participação em empresas privadas, não resultaram de forças globais impessoais e inevitáveis, mas é resultado de uma guerra de classes travadas a níveis nacionais, regionais e internacionais e vencida pelas forças imperiais junto a aliados locais que precederam a construção de uma nova ordem econômica e sociopolítica de acordo com os interesses de Washington (FURTADO, 1974; PETRAS, VELTMEYER, 2000).

A conglomeração apresenta-se tanto sob forma de difusão funcional como geográfica, ou ainda sob ambas combinadas. A dispersão geográfica apresenta vantagens, pois a experiência adquirida em certa linha de produção pode ser utilizada em outra e, assim, proporcionar um aumento considerável das inovações em pesquisa e desenvolvimento (FURTADO, 1974).

A expansão do capital dos Estados Unidos no Brasil, em linhas gerais, ocorre pela penetração de grandes conglomerados. Há indícios de que a expansão dos conglomerados na América Latina são tão grandes quanto nos Estados Unidos. Com efeito, o grau de concentração da economia norte-americana constituída nos países latino-americanos é maior que nos Estados Unidos e ainda é observado que mesmo em países de relativa estagnação econômica as indústrias estadunidenses encontram condições de expandir.

A penetração dos conglomerados norte-americanos nas indústrias manufatureiras da América Latina é fenômeno posterior à grande depressão dos anos trinta. É a partir da segunda grande guerra que essa penetração alcança grande intensidade, particularmente naqueles países, como o Brasil, que já haviam passado por uma primeira fase de desenvolvimento industrial (FURTADO, 1978, p. 54).

Com a penetração de conglomerados no território brasileiro foi interrompido o desenvolvimento de uma indústria com nítido sentido nacional. Não que a indústria nacional tenha desaparecido, mas foi impedido uma vanguarda nacional. Desta forma, a ação empresarial brasileira ficou restrita em setores secundários, os novos mercados foram ocupados por organizações estrangeiras e as nacionais submetidas a subcontratação e/ou subordinação (FURTADO, 1978).

Em resumo, o controle por empresas de crescentes recursos líquidos e a possibilidade de controlar o comportamento do consumidor através de propagandas, em uma economia de preços administrados, abriram caminho para a concentração de poder econômico pela conglomeração que são centros de decisão gerencial-financeira (FURTADO, 1978).

As corporações norte-americanas têm controle incontestável sobre o sistema político, tanto o partido Republicano como o Democrático estão totalmente comprometidos com a expansão do poder empresarial no exterior, mesmo à custa do sacrifício de programas sociais no país. O Congresso, a Presidência e o Banco Central, apesar das diferenças, estão voltados para a expansão no exterior. As corporações multinacionais se baseiam em escala mundial, mas seu controle é centralizado (PETRAS, VELTMEYER, 2000).

...o estado imperial norte-americano, por meio de diversas repartições (Comércio, CIA, Pentágono, Tesouro), tem concentrado seus esforços em minar a economia japonesa, manter influência na Europa (via OTAN), e apossar-se de ativos da Ásia e na América Latina mediante a combinação de intervenções políticas e militares que moldam os planos de desenvolvimento no sentido dos mercados livres (PETRAS, VELTMEYER, 2000, p. 236).

Entre a década de 30 e 70, o imperialismo norte-americano na América Latina era desafiado por movimentos nacionalistas, que questionavam a dominação estadunidense, contudo, não questionavam o conjunto de relações e o sistema de poder (PETRAS, VELTMEYER, 2000).

As últimas duas décadas do século XX foi um período de prosperidade do desenvolvimento capitalista na América Latina, através do acentuado crescimento dos bancos, das corporações multinacionais norte-americanas e do poder quase incontestável exercido por Washington. Apesar do consenso formado pelos intelectuais a respeito da globalização, a dinâmica da expansão do capitalismo latino-americano gira em torno do imperialismo euro-americano. Este imperialismo tem suas origens antigas, mas foi a partir dos anos 80 e 90 que

ele atingiu um estágio superior e são cada vez maiores as evidências da hegemonia dos Estados Unidos sobre o processo de globalização e acumulação de capital (PETRAS, VELTMEYER, 2000).

Para a compreensão do sistema econômico que se estabeleceu é necessário ter em conta a evolução das estruturas capitalistas e o papel estratégico do Estado como agente estabilizador das economias nacionais. A estabilidade dos sistemas econômicos favoreceu a tendência da prática dos preços administrados, que beneficia as empresas que planejam a longo prazo e dispõem de maior poder financeiro. Segundo Furtado (1974), o governo dos Estados Unidos tem empenho, através de acordos e garantias, em criar condições e privilégios para o exercício de empresas norte-americanas em países latino-americanos. “O relatório do Comitê Clay foi enfático sobre a conveniência de ligar a ação política às operações de grandes empresas. Por outro lado, a emenda Hickenlooper coloca os governos estrangeiros sob ameaça e cria uma “supergarantia política para as empresas norte-americanas” (FURTADO, 1974, p. 39).

O sistema econômico internacional que surgiu sob a hegemonia estadunidense foi diferente do formado sob proeminência britânica no século dezenove. O último fundou-se na divisão internacional do trabalho, baseada no mercado internacional de produtos; o novo sistema que se instituiu foi com base na coerência de valores ditados a partir da realidade norte-americana estabelecidos a partir da realidade interna do país (FURTADO, 1978).

As premissas de globalização e as virtudes do livre comércio tornaram-se pautas importantes nas relações políticas-econômicas debatidas pela Organização Mundial do Comércio (OMC) - instituição responsável por regular as relações internacionais de comércio (CHANG, 2004). As relações de comércio internacional, explica Moraes (2015), podem ser analisadas como um jogo de dois níveis: no primeiro nível, estariam as instituições domésticas que buscam seus interesses pressionando o segundo plano que é o Estado; este, por sua vez, busca conciliar a demanda interna aos objetivos internacionais (MORAES, 2015).

O livre comércio preconiza a não interferência do Estado nas relações comerciais das empresas, assim é possível a maior diversificação das organizações em setores e áreas geográficas que oportunizem maiores chances de investimentos. A curto prazo, a grande empresa pode intensificar os investimentos nas economias que apresentam possibilidades imediatas e a longo prazo, podem planejar com um horizonte temporal mais amplo. As grandes empresas crescem mesmo em economias que estão em declínio, mediante a compra de empresas locais. Observa-se, na América Latina, que a estagnação econômica coincide com a expansão de grande número de empresas norte-americanas que atuam no mesmo mercado. Destaca-se que a expansão internacional das empresas norte-americanas é fenômeno diretamente ligado à

evolução estrutural dessas empresas, os investimentos no exterior tendem a ter um papel cada vez mais importante para a economia das empresas norte-americanas (FURTADO, 1978).

Alguns ideólogos neoliberais, explica Patras e Vektmeyer (2000), sugerem que o “mercado livre” foi resultado das virtudes inerentes das relações comerciais, entretanto, os registros históricos demonstram o contrário: “o mercado livre surgiu na América Latina justamente como reação contra o êxito da reforma social e foi imposto apelando para a violenta intervenção política” (PETRAS, VELTMEYER, 2000, p. 28). Washington agindo em comum acordo com os militares derrubou governos eleitos democraticamente no Chile, Brasil, Argentina e Uruguai. Desta forma, começaram a se desmantelar as barreiras sociais protecionistas e desnacionalizar vários setores da economia.

O panorama no início dos anos 80 e 90 era de um mundo com corporações globais, que transcendiam as fronteiras nacionais. Conclusivamente às corporações norte-americanas são, cada vez mais, uma força dominante. A medida que a globalização persiste, observa-se que as corporações não são realmente globais, mas norte-americanas, especialmente as indústrias culturais, que se expandem procedendo de alianças capazes de aumentar a rentabilidade de produtos e serviços para explorar e enriquecer os mais altos executivos (PETRAS, VELTMEYER, 2000; JAMBEIRO, BRITTOS, SIMIS, 2011).

Através do processo de globalização e expansão do capitalismo os grupos econômicos que vinham pressionando os Estados para a desregulamentação e privatização da indústria de comunicação passaram a atuar de maneira mais agressiva. As instituições multilaterais, corporações transnacionais, blocos regionais, as organizações não governamentais (ONGs), o direito internacional e a vasta rede de comunicação desterritorializante tencionaram e forçaram seu reposicionamento na contemporaneidade. Com isso, os serviços de comunicação foram desregulamentados e abolidas normas e controles estatais que até então pareciam consolidados. Novas estruturas institucionais, estruturais e tecnológicas ocorreram, entre elas a quebra dos monopólios estatais e a convergência eletrônica. Em seguida, como consequência, o setor de comunicação foi envolvido no processo de conglomeração e internacionalização das empresas (JAMBEIRO, BRITTOS, SIMIS, 2011).

No século XX, os meios de comunicação desempenharam um papel primordial no imaginário comum, em que prepondera a capacidade de produção de lucros. Os interesses de acumulação de capital foram o que determinaram a orientação e o desenvolvimento das novas formas de organização social. As indústrias culturais desempenharam um papel determinante na configuração dos “imaginários mundializados”, o que tornou a análise cultural inseparável das políticas de comunicação. A comunicação tornou-se um importante propulsor econômico e

social para os Estados Unidos, essa afirmativa é percebida pelo fato de que a grande maioria dos recursos audiovisuais teve origem neste país. O mercado audiovisual se encontra quase completamente dominado pela produção estadunidense, cuja hegemonia se exerce não apenas no continente americano, mas em praticamente todo o mundo (BOLAÑO, SANTOS, DOMINGUEZ, 2006)

Os governos da América do Norte são governos imperialistas cujo o conceito, mesmo quando de cooperação, é precisamente para fomentar as relações que sejam favoráveis aos empresários e não para remediar as desigualdades. A hegemonia exercida pelos Estados Unidos sobre os países latino-americanos reforça estruturas de poder anacrônicas e constitui um forte obstáculo ao desenvolvimento independente desses países (FURTADO, 1978).

O imperialismo norte-americano tende a cada vez mais fortalecer sua posição global e aumentar a exploração das economias latinas. Através dos ideais de globalização é possível ludibriar os intelectuais a fim de se submeterem ao mercado internacional e desenvolver uma ideologia organizada para controlar as inquietações sociais (PETRAS, VELTMEYER, 2000; FURTADO, 1978).

## 2.2 SOBRE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO

Desenvolver-se é ascender na escala de realização das potencialidades dos homens como indivíduos e como coletividade. Portanto, o desenvolvimento é menos domínio da natureza (se bem que esse domínio seja até certo ponto condição necessária) e mais processo de criação de valores, portanto, de avanço na racionalidade substantiva ou de fins (FURTADO, 1984, p.63).

O desenvolvimento acontece quando a capacidade criativa do homem se volta para a descoberta de suas potencialidades, que por consequência enriquece o universo que o gerou. Todavia, o desenvolvimento somente é efetivo quando os valores criados são difundidos na coletividade. A ciência do desenvolvimento é fundamentada em dois processos criativos: o primeiro se refere a técnica, da habilidade do homem dotar-se de instrumentos que aumentam sua capacidade de ação; o segundo diz respeito ao significado da atividade, dos valores que enriquecem o patrimônio existencial do homem (FURTADO, 1998).

Para Furtado (1998), os ajustamentos ocorridos, no fim do século XX, nas relações internacionais requerem uma análise global apoiada em questões econômicas e na perspectiva

histórica dos acontecimentos que tiveram relação direta a questões políticas, econômicas e sociais.

A análise do processo de desenvolvimento pelo qual passou a América Latina é fundamentado nas exigências do processo de mundialização imposta pela lógica dos mercados, que é a base da difusão da civilização industrial e das exigências tecnológicas. Porém, tal base é fruto da história das economias centrais e estão em contínua expansão motivadas pelos problemas dos quais estas economias se confrontam. Mas, quando as bases industriais e tecnológicas são assimiladas em países menos desenvolvidos acabam por provocar o aumento das heterogeneidades sociais, a relação de dependência e a hegemonia de valores e comportamentos das elites (FURTADO,1984; FURTADO 1991).

### **2.2.1 A criação da dependência**

A formulação da teoria do subdesenvolvimento constitui por si mesma, uma manifestação da tomada de consciência das limitações impostas ao mundo periférico pela divisão internacional do trabalho, que se estabelece com a difusão da civilização industrial (FURTADO,1984, p. 117).

A cultura brasileira possui múltiplos frutos que são resultados dos processos de mundialização ocorridos com o desdobramento geográfico das civilizações europeias a partir do início do século XVI (FURTADO, 1984). Contudo, é apenas na segunda metade do século XIX que se percebem enormes mudanças econômicas mundiais em torno de dois processos: o primeiro se refere a considerável acumulação de capital nos sistemas de produção e o segundo a intensificação do comércio internacional. Ambos os processos intensificaram o excedente produtivo que levou ao aumento do acúmulo de capital e a diversificação do consumo (FURTADO, 1974).

A diversificação do consumo é resultado das inovações nos produtos. A inovação acontece, inicialmente, a partir do avanço dos produtos manufaturados de determinadas nações, tal avanço levou ao sistema de divisão internacional do trabalho - alguns países se especializaram na produção de matéria-prima, outros na produção manufaturada e outros ainda no desenvolvimento de tecnologias para produção (FURTADO, 1984).

A inovação, resultado do processo de desenvolvimento dos países, carrega consigo o elemento da intencionalidade, manifestado historicamente pelos meios que se apresentam

disponíveis ao homem para inovar. “É porque dispõe de meios que o homem inova. Essa margem de manobra tem seu fundamento na existência de um excedente de recursos criados pela divisão social do trabalho. Concebido dessa forma ampla, o conceito de excedente surge como pedra angular do estudo do desenvolvimento” (FURTADO, 1984 p. 106).

Nos países latino americanos, os avanços industriais ocorreram através da absorção tecnológica vinda dos países centrais, que se encontravam em avançados estágios de desenvolvimento social e tecnológico. Esse comportamento levou a perda do dinamismo das economias latino americanas, ou seja, houve a perda do controle (total ou parcial) do processo de desenvolvimento econômico que passou a ser orientado pelo mercado externo. Para Furtado (1991), a perda de dinamismo é resultante de dois fatores: a divisão internacional do trabalho e o modelo de desenvolvimento econômico adotado pelos países periféricos.

O sistema internacional de divisão do trabalho, explica Furtado (1991), opera com fins de concentrar o desenvolvimento tecnológico nos centros industrializados, “(...) a divisão internacional do trabalho que foi responsável pela lenta penetração do progresso técnico na periferia e pelas distorções estruturais das economias periféricas” (FURTADO, 1991, p. 33).

O grau de desenvolvimento das forças produtivas, no geral, está diretamente ligado às relações de divisão do trabalho. Cada movimento das forças produtivas corresponde a um novo aperfeiçoamento da divisão do trabalho e a medida em que o trabalho é aperfeiçoado crescem as exigências em especializações e qualificações, que acentuam a divisão do trabalho. Esse movimento leva ao conflito nas relações sociais de produção, ao passo que a diversificação do consumo acontece, enquanto, a tecnologia é apenas absorvida através dos produtos finais (REIS, 2009, FURTADO, 1998).

No processo de desenvolvimento criativo de uma sociedade, a técnica e a forma como esta será aplicada são preocupações necessárias para a efetividade das novas relações que irão se originar. A técnica é a habilidade do homem em dotar-se de instrumentos para aumentar a capacidade de ação, entretanto, deve-se verificar o valor de utilização desses meios no patrimônio existencial. Sendo a técnica de natureza experimental, seu desenvolvimento pressupõe fins, que tem como vetor o processo de acumulação - por exemplo, o propósito de maximização de lucros (FURTADO, 1998).

Na civilização industrial, a capacidade inventiva do homem foi canalizada para criar técnicas e abrir caminhos para novas formas de acumulação: isso explica o porquê de nos estudos de desenvolvimento o ponto dominante seja a lógica da acumulação. As técnicas, que proporcionam o aumento da acumulação, estimularam o processo de difusão geográfica da civilização industrial, o que levou à emergência do subdesenvolvimento cuja a centralidade é

decorrente das más formações sociais geradas durante o processo de difusão. A falsa neutralidade das técnicas deu visibilidade aos fins do processo de desenvolvimento e a criação de valores substantivos (FURTADO, 1998).

Paralelamente a difusão geográfica das técnicas de produção (por simples assimilação), foi fortalecido o modelo de divisão internacional do trabalho. A divisão internacional do trabalho, consoante Furtado (1998), é um dos aspectos que diminui as possibilidades de crescimento da economia brasileira. Esta afirmativa tem por base a queda na taxa do coeficiente de comércio exterior ocorrido na década da grande depressão. Neste período, a economia brasileira cresceu para dentro e houve expansão do mercado interno, o que Furtado (1998, p. 56) chama de “deslocamento do centro dinâmico”. Com a crise de 29 e o abatimento das relações externas, imaginava-se que a economia brasileira ficaria em profunda apatia, porém, ao desapegar-se do sistema internacional a economia brasileira ganhou autonomia, ampliou e diversificou o mercado interno.

A experiência demonstra que o motor de crescimento de países de grandes dimensões (como o Brasil) tende a ser o fortalecimento do mercado interno. O crescimento da economia brasileira não foi em razão da abertura dos mercados, mas pela expansão do mercado interno, que possibilitou o aumento do poder de compra da população assalariada (FURTADO, 1998).

A base econômica brasileira, essencialmente agrícola, defendida pela classe dominante, começa a ser questionada nos anos 30 e passa a ser apresentada como a causa do atraso do país, pois, em um país com as dimensões geográficas do tamanho do Brasil não se poderia depender excessivamente da agricultura. Neste período, mais de 90% das exportações brasileiras eram constituídas de produtos primários e os interesses ligados ao comércio exterior comandavam as decisões econômicas do país (FURTADO, 1998). Sobre tal situação, Chang (2004) atenta ao fato de que para países exportadores de produtos agrícolas, com economias em desenvolvimento, o livre comércio é positivo à balança comercial, porém, em contraponto há o detrimento da manufatura local e, a longo prazo, da prosperidade econômica nacional.

O processo de automação da indústria brasileira, no período imediato pós guerra, foi marcado por políticas cambiais em defesa do café. Preocupado com o preço do café, “o governo preferiu à desvalorização cambial à uma política de estrito controle das importações, a qual viria a favorecer o setor industrial” (FURTADO, 1991, p.55). Desta forma, a industrialização foi resultado das pressões geradas no sistema produtivo em defesa dos interesses do principal produto de exportação.

Como consequência da divisão internacional do trabalho, ocorreu a modernização dependente, que modelou os padrões de comportamento, estimulou a importação de



manufaturas de consumo e levou ao fortalecimento de certo padrão na divisão internacional do trabalho. Na modernização dependente, países especialistas em exportação de produtos agrícolas passaram a ter acesso a modernas tecnologias sob a forma de produtos de consumo final, o que criou um crescente bovarismo e padrões de comportamentos imitativos aos europeus (FURTADO, 1984).

A elevação e diversificação dos padrões de consumo são resultados obtidos pela mecanização dos sistemas produtivos, que acabam por elevar as taxas de produção, aumento do excedente e, por consequência, a acumulação. O incremento da produtividade do trabalho e a diversificação social do consumo são os principais aspectos que facilitam a expansão dos sistemas produtivos. Em ambos os aspectos, o progresso tecnológico nos procedimentos produtivos e na concepção do produto ao consumidor final ocupam lugar de destaque (FURTADO, 1984).

O excedente viabiliza a acumulação. Na primeira fase da expansão capitalista o excedente foi canalizado para a Grã-Bretanha: a Grã-Bretanha promoveu e consolidou a implantação do sistema de divisão internacional de trabalho. A segunda fase é marcada pela consolidação dos sistemas econômicos nacionais, onde, em algumas partes, a centralização das decisões econômicas seria obtida pela proeminência do sistema bancário - o Estado passou a assumir funções amplas na direção do processo de acumulação. “O fato de que a emissão de dólar seja privilégio do governos dos Estados Unidos constitui prova irrefutável de que este país exerce com exclusividade a tutela do conjunto do sistema capitalista” (FURTADO, 1974, p. 38).

Porém, o que levou a determinados países a assumirem o status de economicamente desenvolvidos, são fatos ocorridos entre os anos 70 do século XIX e o primeiro conflito mundial, cuja a análise pertence mais a aspectos históricos do que econômicos (FURTADO, 1978). As economias periféricas, não conhecendo as fases<sup>11</sup> de formação de um sistema econômico dotado de relativa autonomia, encontravam-se desprotegidas do aumento das disparidades internas à medida que se industrializavam pela substituição de importação. A industrialização que acontece nos países subdesenvolvidos é qualitativamente distinta da que conheceram os países desenvolvidos. Enquanto no capitalismo cêntrico a acumulação de capital avançou com estabilidade na repartição de renda, no capitalismo periférico a industrialização provocou crescente concentração de renda e agravamento dos problemas sociais (FURTADO, 1974).

---

<sup>11</sup> Estas fases permitem integrar as estruturas internas e homogeneizar a disseminação tecnológica (FURTADO, 1974, p.44).

Países marcados por significativa heterogeneidade econômicas e sociais são mais facilmente submetidos a forças e pressões desarticuladoras impostas pelo avanço da internacionalização dos circuitos econômicos, financeiros e tecnológicos, o que fragiliza os sistemas econômicos nacionais. Assim, os vínculos históricos que unem certas nacionalidades e populações são marcadas por acentuadas disparidades culturais e status social (FURTADO, 1998).

Acontece nos países latino-americanos a obediência, que é resultado da pressão crescente, por parte dos países de economias desenvolvidas, para desregular seu mercado. Esta “obediência” traz diversas consequências em estruturas sociais heterogêneas, dentre elas a concentração de renda e exclusão social, que se não forem controladas deixarão os países expostos a tensões sociais e a ingovernabilidade. A globalização das atividades leva a grande concentração de renda e ao processo de exclusão (FURTADO, 1998).

O Brasil sempre se caracterizou como dependente da importação de equipamentos e tecnologia para o desenvolvimento dos processos produtivos e ainda com uma permanente classe dirigente incapaz de formular um projeto de transformação do país. O conservadorismo, que atendia aos interesse dos agricultores, opunha-se com empenho à política de industrialização. Assim, a inserção do Brasil no mercado internacional ocorreu mediante a baixa dos preços dos produtos primários para exportação. Tal estratégia degrada a posição econômica brasileira e prejudica importantes segmentos da produção de bens de capital. Em países desenvolvidos o foco não são os produtos primários, mas são feitos investimentos contínuos em pesquisas que desenvolvam técnicas para a produção de bens de capital (FURTADO, 1998).

O desenvolvimento da dependência dos países periféricos é um processo histórico. As grandes transformações provocadas pela revolução industrial penetraram tardiamente em alguns países onde o colonialismo se manifestou com deformações sociais. O resultado foi a crescente interdependência econômica imposta pela difusão de tecnologia moderna sobre o amparo das empresas transnacionais e uma disputa ideológica - que eram produtos de disputas das duas grandes potências na busca pela hegemonia mundial. Igualmente ao que ocorreu na revolução industrial, a revolução tecnológica elevou a taxa de desemprego (FURTADO, 1998).

Nos países latinos americanos o principal centro hegemônico é os Estados Unidos, sob o qual a tutela se exerce desde os tempos das guerras mundiais (FURTADO, 1978). A singularidade dos Estados Unidos não resulta apenas de suas particularidades históricas, mas também pelo fato de neste país serem reproduzidos padrões de comportamentos originais. “Em outras palavras, os povos que ocupam a vanguarda no avanço de uma civilização desfrutam necessariamente de margem maior de liberdade” (FURTADO, 1991, p. 117).

Nos anos 50, não eram conhecidas no Brasil técnicas de planejamento com bases macroeconômicas que considerassem os pontos de estrangulamentos estruturais ligados às relações externas. Imaginava-se que o desenvolvimento econômico através da industrialização era o passo para resolver os problemas sociais relacionados às desigualdades. Contudo, Furtado (1998), discute sobre o equívoco a respeito desta ideia, pois tomou-se consciência de que o crescimento econômico, em um ambiente de concentração de renda, cria e aumenta as desigualdades sociais. Assim, é percebida a importância da compreensão histórica do subdesenvolvimento e a atenção a maneira como o discurso de crescimento econômico parece “cobrir” os olhos da população sobre os graves problemas sociais.

Os países pobres sempre enfrentam barreiras para penetrar nos mercados internacionais que ultrapassam a natureza do produto, a medida que se estendem às estruturas dos mercados internacionais. Por regra geral, as transações internacionais, no que se refere aos produtos de manufatura, constituem operações internas às grandes firmas no regime de preços administrados (FURTADO, 1998).

A necessidade de envolvimento nos mercados internacionais para o crescimento dos países periféricos é um ponto de conflito. Na década de 60, a Argentina, país que, até então, era o mais adiantado do ponto de vista econômico, enfrentou problemas com a elevação dos preços relativos a bens de capital a medida em que a capacidade de importar foi reduzida. Os salários eram razoavelmente altos, o mercado interno se expandia e concorria com as exportações (a carne consumida deixava de ser exportada). Desta forma, as possibilidades de desenvolvimento com base na substituição de importação esgotavam-se rapidamente<sup>12</sup>.

A abertura das economias nacionais implicou em mudanças estruturais do comércio exterior, a linha tradicional de intercâmbio de manufaturas por matérias-primas foi afastada. O novo comércio internacional veio com a troca de manufatura por manufatura, apoiado por economias de produção em escala, principalmente entre mercados com mais rápido avanço tecnológico. Os Estados Unidos foi o país que a abertura ao exterior teve maior alcance e transformou mais fortemente as estruturas econômicas. O país assumiu importante papel no processo de transnacionalização de empresas (FURTADO, 1998).

Ainda na década de 60, entendia-se por desenvolvimento econômico o avanço dos padrões de consumo norte-americanos, desde a urbanização às formas de lazer. Os suportes para que o estilo de vida estadunidense fossem seguido eram os gigantescos processo de

---

<sup>12</sup> Esse problema, ocorrido também no Chile, deu origem ao conceito de “estrangulamento externo (FURTADO, 1991, p. 29).

acumulação, os avanços tecnológicos e o quadro institucional organizado para operar em todos os continentes possíveis (FURTADO, 1991)

Prevalece, no fim do século XX, a premissa de que o processo de globalização irá se impor no mundo todo, independente da política adotada. Há o imperativo tecnológico, semelhante ao que aconteceu na revolução industrial. No quadro da revolução tecnológica acontece novamente a retração da mão-de-obra e de renda dos trabalhadores, pois a tecnologia reduz a necessidade de mão-de-obra. Assim para que um país não fique com mão-de-obra ociosa há a necessidade de aumentar a produção, o que motiva ao excedente produtivo. “Sabemos que os primeiros países que lideravam a Revolução Industrial forçaram a abertura dos mercados externos” (FURTADO, 1998, p.27).

Na emergência dos imperativos tecnológicos, os preços dos produtos manufaturados no comércio exterior gozavam de crescente estabilidade, enquanto os produtos primários exportados pelos países de terceiro mundo tornaram-se objetos de especulação. O comércio internacional que se efetivou era constituído pelo intercâmbio entre manufaturas e os países desenvolvidos não abriram seus mercados para manufaturas originárias de países subdesenvolvidos. Assim, convém abandonar a ideia de que os acordos internacionais<sup>13</sup> estabelecidos pelo órgão das Nações Unidas serviria para estabelecer a reciprocidade no comércio entre as nações (FURTADO, 1991).

O discurso de globalização para promover a expansão do comércio internacional, segundo Chang (2004), apresenta-se como ingênuo, pois é fundado na promessa de crescimento econômico aos países subdesenvolvidos e em desenvolvimento, mas não reflete sobre as diferenças estruturais dos países de terceiro mundo em relação aos que já alcançaram o status de desenvolvidos. Na verdade, intuiu-se que as nações desenvolvidas estão sugerindo determinadas práticas de desenvolvimento justamente para dificultar o crescimento econômico e fortalecer a dependência econômica entre os países (CHANG, 2004).

No Brasil, prevalece a doutrina de economia reflexa<sup>14</sup> – neste tipo de estrutura econômica os estímulos são oriundos do exterior. Admite-se que a economia reflexa não possua dinâmica própria e seus ciclos são orientados pelo comércio internacional de forma passiva

---

<sup>13</sup> Em 1964, em Genebra na Suíça realizou-se a primeira Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD). Que foi presidida por Prebisch - intelectual Argentino. Prebisch lutava em Genebra pela reconstrução das relações comerciais internacionais consciente que existiam bloqueios para a expansão das economias periféricas (FURTADO, 1991, p. 30).

<sup>14</sup> Segundo Furtado (1998, p. 55), economia reflexa é uma expressão utilizada por Eugênio Gudín. Nesse tipo de estrutura econômica os estímulos principais se originam do exterior. Os padrões de consumo que modelam as elites são vindos do exterior e requerem um nível de renda alcançado somente por uma reduzida parcela da população. Daí o mercado interno de produtos industrializados é abastecido quase que exclusivamente por bens importados.

(FURTADO, 1998). Verifica-se que a não autonomia de decisões, fruto das relações centro-periferia, era o resultado obtido pela expansão da internacionalização do mercado interno no Brasil. Em relação a esta situação, Fernando Henrique Cardoso, segundo Furtado (1991) diz: “O início de um processo de industrialização nas nações periféricas requer volumosos recursos de capitais, uma forte soma de conhecimentos tecnológicos e grau avançado de organização empresarial (...)”. Contudo, “o preço a ser pago para ter acesso a este processo de industrialização seria o de aceitar novas formas de dependência” (FURTADO, 1991, p. 39).

Mudanças econômicas e tensões estruturais começam a aparecer no início dos anos 80 nos países de terceiro mundo<sup>15</sup> com a elevação dos juros nos mercados internacionais e a drenagem de capitais para os Estados Unidos. O vértice da tensão que se manifesta na economia mundial situa-se na inflação virtual da economia norte-americana – inflação causada pela baixa na taxa de poupança e pelo elevado déficit na conta corrente da balança de pagamentos (FURTADO, 1998).

A década de 90 é mais um período marcado por várias mudanças econômicas e estruturais. Contudo, independentemente de quaisquer transformações, as realocações das atividades produtivas provocadas pelo impacto das novas técnicas de comunicação e tratamento da informação concentraram em áreas privilegiadas de desenvolvimento às atividades criativas, inovadoras ou simplesmente aquelas que são instrumentos de poder. Com isto, ocorre o avanço das empresas transnacionais: “os acordos feitos no âmbito da Organização Mundial do Comércio (OMC) sobre controle de patentes e da atividade intelectual e a concentração de poder financeiro, contribuíram para aumentar a fossa entre países desenvolvidos e subdesenvolvidos” (FURTADO, 1998, p. 37).

A superação do subdesenvolvimento, segundo Furtado (1998), ocorrerá apenas quando os países, resumidamente, conquistarem algumas condições:

- 1) autonomia de decisão que limite a drenagem de recursos e investimentos ao exterior;
- 2) estruturas de poder que dificultem a absorção do potencial de investimentos obtidos pela reprodução de padrões de consumo dos países mais ricos e assegurem investimentos no fator humano, avançando na homogeneização social;
- 3) descentralização das decisões empresariais e a adoção de um sistema de incentivos capaz de assegurar o uso do potencial produtivo;

---

<sup>15</sup> Países de industrialização retardada (FURTADO, 1991, p. 102).

4) estruturas sociais que abram espaço à criatividade num amplo horizonte cultural e condicionem forças preventivas e corretivas nos processos onde ocorra excessiva concentração de poder.

Logo, o alcance desses objetivos necessitam de forte vontade política apoiada pelo consenso social, pois, observa-se que junto ao processo de modernização dos países periféricos nasceu uma forma de dependência cultural, que potencializou o consumo pela permanente diversificação de produtos. Se tentarmos compreender a essência do processo histórico que deu luz a sociedade moderna, vê-se que não foram exclusivamente as ideologias ou as tecnologias que determinaram as tendências, mas os grupos sociais que dirigiram o processo de acumulação de riqueza, dentro dos limites ditados<sup>16</sup> pela classe assalariada, que é quem absorve o fluxo de produção (FURTADO, 1998).

Os aumentos de rendas gerados pelo crescimento do comércio exterior no século XX, trouxe aos países de terceiro mundo novos padrões de consumo. Assim, o que se universalizou nas relações de mercado não foram apenas as novas tecnologias industriais, mas os novos padrões de comportamento que vinham dos países chamados desenvolvidos (FURTADO, 1998). Desse modo, também faz parte do conjunto que contribui para a permanência do subdesenvolvimento as ações de natureza cultural. A adaptação cultural traz consigo a concentração de renda. Para conseguir escapar deste imperialismo é necessário modificar os padrões de consumo com políticas sociais (FURTADO, 1998).

Desenvolvimento e subdesenvolvimento são dimensões de um mesmo processo histórico e tem como fator principal a dependência. O desenvolvimento material de uma economia dependente apresenta um custo alto, pois prevalece a lógica de acumulação sob a coerência do sistema cultural. Esta é a razão que faz necessária a criação de políticas de identidade cultural que unam a ideia de manter com o passado uma relação enriquecedora do presente (FURTADO, 1998).

Superar o subdesenvolvimento, enquanto as relações são cada vez mais internacionalizadas nos moldes de economias capitalistas, é laborioso. A formação econômica do mundo moderno pôde ser observada em três ângulos: intensificação do acúmulo mediante o aumento da poupança de coletividades específicas, aumento das possibilidades técnicas e acesso da população a novos padrões de consumo. Porém, esses processos não aconteceram em

---

<sup>16</sup> Neste sentido, observa-se que as classes com maior acumulação de renda estabelecem os padrões de consumo. Contudo, esta determinação é coerente com o que a classe assalariada aceita como modelo. Assim, a compreensão de uma nação sobre determinado objeto de consumo ser natural, passa por um complexo processo de relações sociais influenciadas por ações políticas e empresas de capital privado (FURTADO, 1998).

momentos distintos, mas de forma interativa: sem a inovação não ter-se-ia a poupança e aumento do poder de compra. A globalização é resposta de um imperativo tecnológico e a debilidade que os sistemas estatais de poder encontram-se permite aos países da vanguarda deste imperativo a coordenação das atividades econômicas e orientação das mudanças estruturais (FURTADO, 1998).

### 2.2.2 O papel dos intelectuais<sup>17</sup>.

A globalização está longe de conduzir à adoção de políticas uniformes. A miragem de um mundo comportando-se dentro das mesmas regras ditadas por um super-FMI existe apenas na imaginação de certas pessoas. As disparidades entre economias não decorrem só de fatores econômicos, mas também das diversidades culturais e das particularidades históricas. A ideia de que o mundo tende a se homogeneizar decorre da aceitação acrítica de teses economicistas (FURTADO, 1998, p. 74).

O Brasil é colonizado no plano das ideias. A condição inicial para superar a dependência brasileira de recursos vindos do exterior “é escapar da obsessão de reproduzir o perfil daqueles que se auto intitulam desenvolvidos” (FURTADO, 1998, p. 67).

A idolatria criada historicamente pelo Estado norte-americano leva a crença de inferioridade das sociedades de desenvolvimento tecnológico e industrial retardado. Combater as perspectivas pessimistas deve ser uma tarefa de intelectuais comprometidos com a reconstrução do país, através do discernimento das bases do subdesenvolvimento (REZENDE, 2004). “Os intelectuais intervêm de modo favorável a uma redefinição democrática da sociedade à medida que suas reflexões iluminem a realidade social histórica, criando uma percepção adequada sobre os problemas, impasses e possibilidades” (FURTADO, 1984, p.73).

Para Furtado, segundo Rezende (2004), a reflexão teórica, o pensamento e as ideias, têm a incumbência de revelar as diferenças fundamentais que formam determinada sociedade. O exercício intelectual deve estar voltado para o desenvolvimento, assentado na convicção de que cada sociedade deve criar seus caminhos, percursos e processos de transmutação. Desse modo, cabe ao intelectual de cada período histórico, entender as mudanças internas e externas de sua

---

<sup>17</sup> O intelectual para Gramsci é qualquer indivíduo que exerça alguma influência em um grupo social, enquanto para Furtado os intelectuais são indivíduos ligados aos meios acadêmicos (pensadores, estudiosos, professores, etc.)

época e procurar, através da atividade intelectual, caminhos que apontem ações práticas e efetivas para a redução das desigualdades sociais.

Os homens das ciências deveriam agir para criar novas estruturas por onde deveria fluir uma sociedade democrática. O papel social dos intelectuais, em um país fundado de heterogeneidades sociais, políticas, econômicas e culturais, deveria ser de descortinar a realidade social e todas as suas dimensões, vinculando teoria à ação (REZENDE, 2004).

Segundo Smith (1996), o trabalho produzido por cada nação é o que cria os bens e os confortos materiais necessários à sociedade. Assim, se a produção for maior ou menor do que a proporção consumida, resultará na abundância ou escassez de recursos. As nações mais desenvolvidas são as que superam seus vizinhos, ou seja, produzem em abundância, tanto na agricultura quanto na manufatura. Mas é a manufatura a principal responsável pelo enriquecimento de uma nação.

Com a especialização das sociedades em determinados segmentos, explica Smith (1996), emergiu a troca de bens. Destarte, por escambo ou compra, as nações passaram a interagir entre si com o fim de conseguir o que necessitam. Através da troca de recursos é possível manter o equilíbrio na sociedade, enquanto a quantidade produzida for superior à consumida.

Ora, parece que Smith (1996), descreve em seu livro a “Riqueza da Nações”, a “perfeição” econômica e social do mercado capitalista autorregulado. Sobre Smith, explica Chang (2004), trata-se de um dos autores<sup>18</sup> mais utilizados nos países que atualmente atingiram o estágio de desenvolvidos para propagação do discurso do mercado neoliberal. Porém, as ideias de Smith são válidas para países em estágios avançados de industrialização. Chang (2004) afirma que caso os países atualmente desenvolvidos (PAD`s) tivessem adotado medidas neoliberais no período em que eram economicamente dependentes não teriam superado a situação de colônia em relação aos que estavam a frente em industrialização. Quanto a esta proposição, Chang (2004) exemplifica com as relações, do séc XII e XIX, entre Estados Unidos e Grã-Bretanha.

O desenvolvimento dos países pós coloniais passou a ser tema importante e muitos teóricos desenvolveram teses sobre desenvolvimento econômico e seus estágios com base na

---

<sup>18</sup> A propagação da ideia de desenvolvimento econômico com base nos exemplos dos países que lideraram a revolução industrial tem papel diretor nos mitos das ciências sociais, o que Furtado (1974) chama de mito do desenvolvimento econômico - uma ideia que, mais especificamente, pretende universalizar padrões de consumo de uma minoria da humanidade. “Essa ideia constitui, seguramente, uma prolongação do mito do progresso, elemento essencial na ideologia diretora da revolução burguesa, dentro da qual se criou a atual sociedade industrial” (FURTADO, 1974, p. 8).



experiência de industrialização europeia após o fim da última grande guerra. Porém, é preciso entender as especificidades do subdesenvolvimento a partir da dicotomia centro-periferia. Isso faz superar a doutrina que estabelece etapas para o desenvolvimento, na quais são ignoradas as diferenças entre estruturas desenvolvidas e estruturas subdesenvolvidas (CHANG, 2004; FURTADO, 1998).

A literatura sobre desenvolvimento econômico está repleta de premissas fundamentadas nas experiências contemporâneas de crescimento: como por exemplo o livre comércio, que se expandiu graças a legitimidade teórica inferida por autores iluministas. Todavia, a realidade praticada pelos países atualmente desenvolvidos para chegar ao estágio de economicamente desenvolvidos foi oposta as sugeridas pelos teóricos. No caso dos Estados Unidos, na frente comercial, subsídios e reembolsos aduaneiros aos insumos eram usados com frequência para estímulo à exportação. “O Estado tanto subsidiava a indústria quanto recorria a diversos programas de investimento público, sobretudo em infraestrutura” (CHANG, 2004, p. 37).

A respeito do processo de desenvolvimento, Furtado (1978) crítica a forma como os economistas analisam as informações que são consideradas índices de desenvolvimento econômico, uma vez que parecem ignorar a forma como elas evoluem no decorrer do tempo e a relação com os aspectos não econômicos. Para elucidar melhor a reflexão o autor levanta algumas questões: “Porque se produz determinada constelação de bens e não outras? Em benefício de quem se faz o desenvolvimento?” (FURTADO, 1978, p. 130). O desenvolvimento não se remete apenas a oferta e acúmulo de capital, mas é resultado das transformações que ocorrem na sociedade.

Furtado (1984), ressalta a importância do papel das universidades na formação do pensamento social e crítica a tendência observada de submeter essas instituições a grupos de poder, como o Estado e a Igreja, aspecto que leva ao risco de declinar o papel da comunidade universitária como formadora da criatividade cultural (FURTADO, 1984).

Observa-se a importância do papel das universidades em três aspectos: difusão do conhecimento em nível superior, a elaboração de conhecimento instrumental e a criação de conhecimentos para enriquecer o patrimônio cultural. Com efeito, a expansão do conhecimento cria nas sociedades democráticas o aumento do horizonte de aspirações e possibilidades. Apesar dos processos de invenções de novas formas sociais não serem feitos nas universidades, esta é que fabrica e propaga os ingredientes para novos pensamentos (FURTADO, 1984).

Os intelectuais contribuem com a hegemonia enquanto servem para a formação da opinião pública, que é o ponto de contato entre a sociedade civil (conjunto de organismos privados) e sociedade política (aparelhos administrativos burocráticos e político militar). Nesse

ponto de contato, a classe dirigente utiliza a sociedade civil para obter algum resultado político. Destacam-se, neste sentido, as práticas culturais que criam significados na sociedade e tem diversas formas de manifestações como: literatura, arte, educação. Estas manifestações atraem as elites e a cultura popular, e se concentram no entretenimento de massa (SCHELESENER, 1992; NYE, 2004).

A preponderância hegemônica na sociedade é uma constante disputa de poder. Poder, segundo Nye (2004), é a habilidade de influenciar o comportamento de outros para conseguir o que se deseja, e pode ser exercido de três formas distintas: através do poder militar e poder econômico – que são poderes coercitivos - e o poder de consenso – obtido através do respeito social sobre determinado objeto.

O poder através do consenso sintetiza-se na ideia de conseguir o que se deseja pelo valorização na cultura da nação, ideais políticos que são vistos como legítimos. Os poderes coercitivos e de consenso, são exercidos no ambiente social pela relação orgânica entre superestrutura<sup>19</sup> e estrutura<sup>20</sup>, assim, a luta pela hegemonia acaba por envolver todos os níveis da sociedade: superestrutura política, ideológica e a base econômica. Os países latino-americanos, como o Brasil, apoiam seu desenvolvimento na industrialização através de superestruturas externas. Admite-se que a estrutura latino americana está profundamente penetrada por outra estrutura multinacional, que por via de regra é estadunidense (NYE, 2004; FURTADO, 1987).

Perguntava-me por que não existem entre nós cursos universitários ou simples debates públicos sobre os Estados Unidos, sua sociedade, suas estruturas de poder, sua tradição de intervenções nos assuntos internos dos países latino-americanos, seu peso na economia mundial, sua influência na atual conformação das instituições que regem o capitalismo (FURTADO, 1991, p. 114).

Consciente da importância do papel da formação do pensamento social, o governo dos Estados Unidos teve muito sucesso na propagação ideológica entre os cidadãos do país. Com a participação ativa nos instrumentos de formação do pensamento social, foi inculcado no pensamento dos indivíduos o profundo sentimento de lealdade à sua nação. Ser americano, despertava orgulho e o sentimento de superioridade, por pertencer a uma massa da civilização que suscita inveja em todo o mundo (FURTADO, 1991).

No Brasil, a década de 40 teria sido marcada pela descrença dos intelectuais na possibilidade de que alguma coisa pudesse ser feita para mudar os acontecimentos internos e

---

<sup>19</sup> A superestrutura divide-se em duas partes: sociedade política e sociedade civil. A sociedade política têm poder coercitivo para moldar a produção econômica, enquanto a sociedade civil apresenta-se com a capacidade de direcionar as tendências econômicas da sociedade (SCHLESENER, 1992).

<sup>20</sup> Estrutura refere-se a forma como os meios de produção em um sociedade estão organizados (SCHELESENER, 1992).

externos, a guerra fria teria trazido “uma espécie de paralisia dos espíritos” (REZENDE, 2004, p. 242). Neste período, uma parte dos intelectuais estava mergulhada no sectarismos e a outra parte preocupada com teorias quantitativas da moeda. Os intelectuais são os propulsores da ideologia da classe econômica e política dominante, podem ser considerados os “trabalhadores” da hegemonia da classe dominante, são os que atuam como mediadores do consenso (SCHELESENER, 1992).

Para a mudança de realidades sociais, há a necessidade de luta no plano das ideias com a finalidade de formar pensadores capazes de interferir nas estruturas e desenvolvê-las para a justiça social através do planejamento. As formas sociais são históricas e superáveis (REZENDE, 2004).

Na década de 60, estudos sobre desenvolvimento econômico nos Estados Unidos tiveram grande impulso, a abundância de recursos governamentais destinadas a esse fim era a indicação de que o governo e as grandes empresas haviam tomado consciência da necessidade de instrumentos sofisticados para manter o controle do capitalismo. Com isso aprofundaram-se os estudos sobre o sistema bancário internacional, que na década seguinte passa a ser o elemento determinante na evolução do capitalismo (FURTADO, 1991).

José Medina, segundo Furtado (1991), observava que o Brasil seguia o modelo do pensamento econômico de países plenamente desenvolvidos, sofria, portanto, de uma forma de imperialismo e destacava a importância da descolonização mental. Como a penetração da cultura estrangeira se fazia por todas as partes, independente do grau de desenvolvimento já alcançado no setor, interrompeu-se a formação de uma classe empresarial puramente nacional.

Pouca atenção é dada as inter-relações entre meios e fins e ao fato de que o controle dos meios por determinados grupos de indivíduos conduzem a manipulação dos fins de outros grupos - neste sentido fins se referem aos valores da coletividade e os sistemas simbólicos das culturas (FURTADO, 1998).

### **2.2.3 Relações entre poder público e privado**

...nada se compreende de Terceiro Mundo se não se parte de uma visão global da economia internacional e em particular da dinâmica das economias dominantes. A verdade é que, para perceber o que se passa na América Latina, é essencial partir do estudo dos Estados Unidos, e pelo que eu saiba não existia, então, nenhum centro

dedicado ao estudo desse país como um sistema de poder mundial, nem mesmo na Europa ocidental (FURTADO, 1991, p. 148).

No processo de desenvolvimento de uma sociedade se deve considerar como ocorrem as deliberações coletivas e os fatores que determinam o poder de decisão. É necessário ponderar quais os campos de opções que se abrem a coletividade e, dentre as opções, as que podem realmente ser levadas à prática por forças políticas e exercer a hegemonia no sistema de poder. “O desenvolvimento é a transformação do conjunto de estruturas de uma sociedade em função de objetivos que se propõe alcançar essa sociedade” (FURTADO, 1978, p. 131).

Friederich List, um importante economista alemão, segundo Chang (2004), diz que uma indústria atrasada não consegue emergir sozinha em face à concorrência de indústrias desenvolvidas, com isso defende que para as indústrias locais de um país se desenvolverem são necessárias práticas protecionistas. Contudo, muitos países que influenciam as regras das relações internacionais, no qual destaca-se Estados Unidos, defendem ferozmente o livre comércio. Todavia, o livre comércio é benéfico para a concorrência entre países que encontram-se em semelhante nível de desenvolvimento industrial e em um quadro social homogêneo, mas não entre os países de diferentes níveis e com uma realidade social heterogênea.

Na história dos países industrializados, que em outros momentos encontravam-se em desenvolvimento, verifica-se fortes relações entre o poder público e privado, os governos estabeleceram muitas medidas políticas para proteger as indústrias locais incipientes. Dentre as medidas tomadas, Chang (2004) destaca as políticas de proteção à propriedade intelectual, sendo este um poderoso instrumento para o fortalecimento econômico interno, aumento de exportações, difusão de novas tecnologias, arte e cultura.

As grandes empresas privadas exercem influência no ambiente em que estão inseridas, já o Estado, por seu poder legitimado pela estrutura burocrática, tem a capacidade de nortear as direções sociais a serem seguidas. No momento em que se desenvolvem alianças entre poder público e privado, tais relações são capazes de difundir a visão de mundo entre os entes sociais e estabelecer o consenso, através da criação da racionalidade substantiva (FURTADO, 1978).

Apesar do discurso neoliberal propagado pelas nações centro, as relações entre poder público e poder privado, nos períodos de desenvolvimento destes países, foi fundamental para o adiantamento industrial. Os governos, através de práticas institucionais, estabeleciam parcerias público-privado e praticavam políticas que, nas regras do atual mercado neoliberal, seriam fortemente condenadas (CHANG, 2004).

As práticas protetivas, contra a concorrência que vinha do exterior, possibilitou aos países atualmente desenvolvidos (PAD's) desenvolver tecnologias próprias e conquistarem a

supremacia econômica. Porém, após conquistarem o status de países desenvolvidos, através de acordos internacionais de comércio, europeus e norte-americanos empenharam-se em estabelecer medidas que impedissem o surgimento de novas potências (CHANG, 2004).

A Grã-Bretanha é o caso mais notório nesse aspecto, porém outros países também lançaram mão dos mesmos recursos sempre que possível. A Grã-Bretanha tomou providências para impedir a transferência tecnológica para os concorrentes potenciais (por exemplo, o controle a migração da mão-de-obra especializada ou da exportação de maquinário) e pressionou os países menos desenvolvidos a abrirem seus mercados, inclusive empregando a força quando necessário (Chang, 2004. p.37).

A Grã-Bretanha foi o primeiro conjunto de países a ter sucesso no fomento à indústria nascente, porém, o país com maior intensidade nesta prática foram os Estados Unidos, que recebeu o título de “a pátria mãe e o baluarte do protecionismo moderno” (CHANG, 2004, p.48). Contudo, este não é um fato admitido na literatura moderna norte-americana e os autores que se remetem ao protecionismo estadunidense diminuem a importância desse fator para o desenvolvimento econômico do país.

Na época da independência dos Estados Unidos, os interesses do Sul agrário opunham-se ao protecionismo, que era de interesse do Norte manufatureiro. Apesar dessa disputa de classes sociais, o governo tinha consciência de que a proteção da indústria nascente era imprescindível frente a concorrência estrangeira. Caso a indústria nascente não tivesse ajuda do governo, este seria responsabilizado pelos prejuízos iniciais que poderiam advir. Assim, para evitar a incumbência de arcar com tais prejuízos, o Estado aliou-se a manufatura e estabeleceu tarifas para reduzir a importação e medidas que proibiam a importação de determinados produtos. “Pela lei tarifária de 1816, quase todos os bens manufaturados ficaram sujeitos a tarifas de cerca de 35%” (CHANG, 2004, p. 52).

Até o decênio de 1870 as barreiras tarifárias norte-americanas foram um empecilho para o comércio internacional, muito superior ao imposto pelos países europeus. Apesar dos conflitos internos entre os interesses dos ruralistas e manufatureiros, os interesses da indústria nascente se sobressaiam. Inclusive atribui-se a vitória de Lincoln ao discurso protecionista que conquistou os estados da Pensilvânia e Nova Jersey. Apenas depois da Segunda Guerra Mundial os Estados Unidos passaram a propagar o discurso a favor do livre-comércio, no entanto, vale destacar que apesar da mudança de posicionamento, os Estados Unidos, nunca tiveram a tarifa Zero para importação e sempre foram agressivos no protecionismo oculto, através do uso de medidas como imposição de cotas sobre determinados produtos, proteção e subsídios à agricultura, e sanções comerciais unilaterais (principalmente *antidumping*) (CHANG, 2004).

As barreiras tarifárias foram importantes para a industrialização dos Estados Unidos, junto com as medidas de incentivo à educação - como a concessão de terras pelo governo para pesquisas agrícolas e instalação de faculdades. “Em 1840 menos da metade do total investido em educação era público, ao passo que em 1900 o índice já era quase de 80%” (CHANG, 2004, p. 60). O papel exercido pelo governo federal foi substancial para o desenvolvimento da indústria. Pregava-se que a indústria nacional necessitava de recursos para pesquisa e desenvolvimento, assim como de proteção caso as empresas europeias viessem a praticar o *dumping*.

Também, no século XIX os PAD's buscaram avançar o seu desenvolvimento industrial através dos países menos desenvolvidos com a imposição do livre comércio e pelos chamados “tratados desiguais” (CHANG, 2004, p.97), que coíbiam a autonomia dos estados em relação às imposições tarifárias. Chang (2004), afronta os argumentos utilizados pelos economistas modernos que sugerem nas suas produções literárias a redução tarifária aos países em situação de dependência econômica, pois é exatamente o oposto do que os PAD's fizeram quando estavam na mesma situação. Parece que um país quando está mais desenvolvido que outros organiza-se para ficar ainda mais à frente.

A conveniência em ligar ações políticas às operações de grandes empresas privadas, explica Furtado (1978), é prática comum para a expansão do capitalismo norte-americano. Através de ações políticas e acordos comerciais, o governo cria condições para garantir as operações de interesses industriais.

Os países da América Latina, em 1810, consoante Furtado (1978), foram os primeiros a se sujeitarem aos tratados desiguais e só conseguiram recuperar um pouco da autonomia tarifária em 1880. Apenas neste momento, de retomada da autonomia, que os países latino-americanos tiveram a oportunidade de começar o processo de industrialização. A América Latina, conforme explica Furtado (1978), é local onde os imperativos de segurança dos Estados Unidos provocam crescente alienação da soberania nacional.

Em nenhuma parte do mundo, no contexto histórico, foi tão evidente a transformação de um “Estado-nação” como nos Estados Unidos. A Inglaterra, quando penetrava com força na revolução industrial, via-se privada dos mercados tradicionais pelo bloqueio continental. Já, os recém libertos Estados Unidos, expandiam suas exportações de manufaturas com preços relativamente baixos (FURTADO, 1991).

A expansão das exportações de manufaturas dos Estados Unidos foi interrompida brutalmente apenas em 1812, quando entraram em Guerra com a Grã-Bretanha. Neste período o acesso à tecnologia de vanguarda era difícil. Estados Unidos encontrava-se em atraso

tecnológico em relação à indústria inglesa e foram necessários três decênios para que a indústria siderúrgica norte-americana avançasse ao mesmo padrão dos ingleses. Mas este avanço só foi possível graças ao esforço financeiro e a proteção da indústria local através de barreiras tarifárias (FURTADO, 1991).

Assim, ao estabelecer-se a nova ordem internacional no período pós-napoleônico, sob a égide da Inglaterra, os Estados Unidos já dispunha de um mercado interno diversificado e haviam aprendido a defender suas indústrias, mesmo quando estas estavam marcadas por notório atraso tecnológico (FURTADO, 1991, p.84).

Ao contrário das práticas de livre comércio defendidas pelo países desenvolvidos, principalmente pelos norte-americanos, Chang (2004) afirma que os Estados Unidos para proteger sua incipiente indústria frente a concorrência dos países Europeus utilizou-se de políticas de proteção à indústria local com grande sucesso. A partir de 1816, o país tornou-se o berço intelectual do protecionismo e passou a ser o líder mundial da indústria. Apenas quando o país atingiu a supremacia industrial, pós Segunda Guerra Mundial, foi que incentivaram o livre comércio.

Ao final da Segunda Guerra Mundial, a proeminência política dos Estados Unidos criou condições para que profundas modificações estruturais no sistema capitalista ocorressem e esta reestruturação operou, principalmente, no plano econômico internacional, promovido pela superestrutura política - “que abriu a porta às transformações, trazendo as grandes empresas para uma posição de poder vis-à-vis dos Estados Nacionais” (FURTADO, 1974, p. 35).

Com a emergência da globalização e a prática do livre comércio, é instituído que os países devem adotar as práticas estabelecidas por “instituições boas”, o que quase sempre significa copiar as norte-americanas. As instituições “boas”, como a Organização Mundial do Comércio (OMC), possuem um pacote que contém: democracia, burocracia e judiciário, limpos e eficientes, além de determinar forte proteção ao direito de propriedade (CHANG, 2004).

Para os formados na tradição que diferencia poder público e poder privado, a natureza das relações que se estabelecem nos países industrializados é algo difícil de definir. Existem as instituições públicas, contudo, são as instituições privadas que organizam as atividades econômicas e questões jurídicas de direito privado. “Não resta dúvida, entretanto, de que o planejamento, ao condicionar o poder de decisão das empresas a objetivos de interesse público estabelece uma base para legitimar o poder que elas exercem” (FURTADO, 1978, p. 189).

Nos anos seguintes pós Segunda Guerra Mundial, imaginou-se que, com a criação da Organização das Nações Unidas (ONU), se formaria uma ordem internacional menos injusta aos países economicamente dependentes. Mas a guerra da Coreia (em 1950), cujas origens eram

obscuras, legitimou o poder irracional que seguiam os norte-americanos; o macarthismo implantou nas Nações Unidas, sob pressão de Washington, uma visão paroquialista (FURTADO, 1991).

As instituições e os acordos internacionais serviram a expansão das corporações no exterior e quanto mais as empresas se expandem em territórios estrangeiros, mais fogem da regulação do Estado. Com isso o sistema de poder dos estados nacionais é abalado em prejuízo aos trabalhadores e em proveito das empresas que detêm as inovações tecnológicas (FURTADO, 1998).

A economia, principalmente no começo dos anos 80, entrou em uma fase de tensões estruturais e de significativo escoamento dos recursos norte-americanos. Para Furtado (1998), as tensões ocorridas nos Estados Unidos, que é o centro hegemônico, provocam reflexos nas estruturas latino-americanas e, ao que indica, serve para o avanço das empresas transnacionais, através do poder de capital e dos acordos promovidos pela Organização Mundial do Comércio (OMC) e GATT. Assim, alargaram-se os muros entre os países desenvolvidos e subdesenvolvidos.

O sistema econômico, além da constelação de mercados, pressupõe a existência de um quadro institucional, dentro do qual atua a estrutura de poder capaz de regular as respectivas atividades. São muitos os critérios que se podem fundamentar a ordenação das atividades econômicas, mas sempre será necessário para esta ordenação uma forte razão econômica “influenciada por decisões individuais e coletivas dos utilizadores do produto social, com coerência, sincrônica e diacrônica, obtida por uma sociedade politicamente organizada” (FURTADO, 1984, p. 80).

No imediato pós-guerra, as instituições criadas para atuar nas esferas econômicas integraram-se formalmente ao sistema de Organizações das Nações Unidas, que, na realidade, opera sob estrita tutela dos Estados Unidos. Inicialmente, as regras da instituição fundava-se na ideia de relações econômicas internacionais, mas as relações entre os sistemas econômicos permaneceriam centradas em seus respectivos mercados internos, o que asseguraria aos governos exercer a regulação macroeconômica (FURTADO, 1984).

Com o avanço das relações entre as economias capitalistas mais avançadas, ao longo dos séculos XIX e XX, foi produzido um novo modelo de sistema econômico. Este modelo não correspondeu ao avanço no plano institucional e levou a perda de autonomia dos centros nacionais de poder. “A evolução que conduziu ao embrião do sistema econômico mundial fez-se na ausência de qualquer projeto e mesmo ao arrepio das regras definidas em Bretton Woods



(1944) e Havana (1948) sob tutela dos Estados Unidos, para balizar as relações econômicas internacionais” (FURTADO, 1984, p. 82).

A partir do avanço do modelo econômico capitalista, emergiu a ideia de políticas voltadas para o desenvolvimento, que é subproduto de esforços de estabilização anticíclica. Em economias capitalistas maduras, as políticas de pleno emprego levaram a formulação de políticas de desenvolvimento e produziram instrumentos de regulação macroeconômica. A política de desenvolvimento é executada com êxito onde o sistema econômico é capaz de crescer e de gerar seu próprio dinamismo. O que não é um aspecto comum aos países subdesenvolvidos, cujo dinamismo depende de fatores externos (FURTADO, 1991).

#### **2.2.4 Os oligopólios**

As grandes empresas com sua avançada tecnologia e elevada capitalização, ao penetrarem em uma economia subdesenvolvida, particularmente quando apoiada em muitos privilégios, tem efeitos semelhantes aos de certas árvores exóticas que são introduzidas em determinadas áreas: drenam toda a água e dessecam o terreno, provocando um desequilíbrio na flora e na fauna. Com efeito, a penetração indiscriminada em uma estrutura econômica frágil de grandes consórcios, os quais se caracterizam pela inflexibilidade administrativa e grande poder financeiro, tende a provocar desequilíbrios estruturais de difícil correção (FURTADO, 1978, pág. 41).

As corporações surgem no século XVIII, nos países baixos e na Inglaterra, sob forma de concessão pública, beneficiada por algum privilégio (franchise). A existência de uma corporação, neste período, estava condicionada a um favor concedido pelo Estado. Em algumas situações o favor era de explorar como monopólio algum serviço público. Desta forma, as corporações em sua origem estão vinculadas ao Estado. Portanto, corporação, em sua origem, era expressão de um contrato entre o Estado e um grupo de pessoas com algum benefício concedido pelo poder público. Ainda que privadas, no sentido de que não são propriedades, nem operadas por agências do governo, as corporações também são públicas, no sentido de que suas ações estão relacionadas com o poder público. “É essa qualidade de ser pública que coloca a Corporation à parte da noção tradicional de empresa privada” (FURTADO, 1991, p. 88).

No Brasil, o senso de 1899 mostra que duas partes da atividade manufatureira provinham dos Estado Unidos de organizações do tipo Corporation neste período. Em 1919, 87% dos bens consumidos no país eram produzidos por sociedades anônimas e no final dos

anos 20 este número aumentou para 90%. Para Furtado, (1991) esse crescimento fundou-se nas exigências de novas tecnologias através da adaptação do gosto do consumidor.

As grandes sociedades anônimas norte americanas, afirma Furtado (1978), são poderosas burocracias privadas, que exercem funções públicas ou semi públicas, cuja integração na sociedade política dos Estados Unidos é indefinida. A grande sociedade anônima não deriva seu poder de ninguém, senão dela mesma: “é uma oligarquia que se auto perpetua” (FURTADO, 1978, pág. 40).

Com a expansão do sistema capitalista ao longo da história, ao adquirirem maturidade, as grandes corporações passaram a desenvolver regras que asseguraram para si certa coordenação nas decisões de mercados. “Esta evolução se fez inicialmente nos Estados Unidos, onde a grande riqueza de experiência permitiu explorar múltiplas possibilidades” (FURTADO, 1974, p. 26). Porém, o Estado norte americano - ao perceber a grande concentração de renda e o desequilíbrio de mercado, que eram resultado do domínio dos monopólios<sup>21</sup> em certos segmentos, sancionou a Lei Antitruste, com a finalidade de tornar a concorrência mercadológica mais equilibrada.

Todavia, com o bloqueio dos monopólios (pela Lei Antitruste) desenvolveram-se formas de coordenação mais sutis, os oligopólios. O oligopólio foi o modelo adotado pelas grandes corporações para obter o controle de determinados segmentos do mercado: este modelo permite que um pequeno grupo de grandes empresas criem barreiras à entrada de outras em específicos setores e ainda administrem o conjunto de preços, conservando autonomia financeira, tecnológica e administrativa. Ao administrarem os preços, empresas inovadoras - seja em processos, seja na introdução de novos produtos - criam vantagens de mercado (FURTADO, 1974).

A Segunda Guerra Mundial foi um momento marcante na evolução do sistema capitalista, pois é o período em que os países subdesenvolvidos passaram por uma rápida industrialização. Durante a Segunda Guerra, se acentuam as relações comerciais e sociais entre os países que formam o centro do sistema econômico. “Da formulação da Carta de Havana e criação do Gatt ao Kennedy Round, passando pela formação do Mercado Comum Europeu”, estes foram alguns dos passos para estruturar um espaço econômico unificado (FURTADO, 1974, p. 24).

---

<sup>21</sup> Chama-se de concorrência monopolista às estruturas de mercado onde o poder se funda na introdução permanente de novos modelos e na divisão dos consumidores. Neste tipo de mercado o custo de entrada de uma empresa é relativamente baixo, o que, via de regra ocorre na penetração de empresas transnacionais (FURTADO, 1984).

O movimento de capitais dentro de espaços unificados<sup>22</sup> permitiu que grandes empresas participassem de subsistemas econômicos nacionais e também que as estruturas oligopolistas viessem a abranger o conjunto desses subsistemas. A década de 60 foi o período de coroamento do mercado internacional de capitais, onde as grandes empresas libertaram-se das limitações criadas pelas sistemas monetários e financeiros nacionais. Os empresários dos centros hegemônicos se sentiam livres para localizar suas atividades em vários pontos do mundo (FURTADO, 1974).

A forma oligopolista de coordenação de decisões, graças a sua enorme flexibilidade, pôde ser transplantada para o espaço semi-unificado que se está constituído no centro do sistema capitalista. Favorecido por todas as formas de inovação, o oligopólio constitui poderoso instrumento de expansão econômica. Graças à liberdade de ação de que vêm gozando as firmas oligopólicas, o comércio de produtos manufaturados entre os país cêntricos cresceu com extraordinária rapidez no correr dos últimos decênios. Por outro lado, a enorme capacidade financeira que essas firmas tendem a acumular leva-as a buscar a diversificação, dando origem ao conglomerado internacional, que é a forma mais avançada da empresa moderna (FURTADO, 1974, p.28).

Na tentativa de proteger as indústrias latino americanas, ainda na década de 60 foi assinado um tratado de livre comércio, para criar zonas comerciais entre as economias subdesenvolvidas. Porém, criar zonas de livre comércio entre países economicamente dependentes não proporciona resultados efetivos, tão pouco é duradouro, e ainda há o risco das atividades produtivas concentrem-se geograficamente em detrimento de outras (FURTADO, 1974).

Em 1960, os interesse econômicos e financeiros vinham operando no sentido de internacionalizar a economia norte-americana, através de grandes firmas que se estabeleciam no exterior - onde a mão de obra era mais barata e os mercados encontravam-se em rápida expansão. “A transnacionalização era vista, de preferência, como contribuindo para aumentar o poder econômico dos Estados Unidos, sendo pouco os que percebiam que em realidade esse poder se estava dissolvendo” (FURTADO, 1991, p. 123).

A orientação do progresso tecnológico imprimiu o caráter de oligopólio à indústria que se instalou no Brasil. Os mercados passaram a ser controlados por um pequeno número de empresas: essa estrutura estabeleceu o sistema de decisão econômica “chamado capitalismo concorrencial” (FURTADO, 1978, p. 42), que impõe às empresas continuidade em inovação de produtos e também condiciona o comportamento dos consumidores, diferente do que acontecia no capitalismo tradicional, onde a concorrência era por preços.

---

<sup>22</sup> Espaços unificados, refere-se Furtado (1974), são as zonas de comércio originadas dos acordos de comércio internacional.

A medida que os oligopólios internacionais evoluem, são ampliadas as capacidades de controlar os preços e coordenar todas as formas de produção envolvidas e, até certo ponto, os produtos substitutos que concorrem no mercado. Os oligopólios expandem os conjuntos de ações verticais e horizontais e tendem a controlar atividades econômicas aparentemente desconectadas umas das outras (FURTADO, 1991).

“As grandes empresas enfeixam um considerável poder no plano social, pois controlam as formas de invenção mais poderosas, que são aquelas fundadas na técnica e no controle do aparelho de produção” (FURTADO, 1974, p. 61). Com a internacionalização, as grandes corporações conseguem fugir das ações corretivas do Estado e embora ocorram tensões de interesses entre a sociedade civil e o capital privado – tensões que podem provocar mudanças estruturais – o Estado, através de órgãos de poder coercitivo, tende a estabelecer o consenso entre a sociedade civil e as ambições das grandes corporações.

As empresas de produção em escala planejam com antecedência de meses, às vezes até anos, sua produção e a forma como irão se expandir. As vultosas quantidades de capital investido não permitem a flexibilidade da concorrência por preços, por isso, estas grandes indústrias acabam por controlar os preços<sup>23</sup> dos produtos nos mercados em que estão inseridas. Furtado (1978) explica que a deliberação de preço é um problema ao desenvolvimento econômico dos países de terceiro mundo, pois coloca em questão a autonomia e coerência das decisões econômicas. Se poucas empresas estrangeiras, através de suas filiais, controlam a atividade econômica do país, qual a autonomia dos Centros nacionais? Afinal, as empresas estrangeiras estão inseridas em um sistema de poder em que prevalecem as deliberações das matrizes no país de origem (FURTADO, 1978).

Prevaleceram, na verdade, maior concentração geográfica das atividades industriais em benefício dos países do Centro e uma repartição de renda mais igualitária nesses mesmos países – os quais comandavam a vanguarda tecnológica (FURTADO, 1998, p. 28).

Outro problema oriundo da expansão dos oligopólios é a perda de flexibilidade de atuação que ficam as empresas nacionais que, no fim das contas, perdem mercado e passam, parcialmente ou totalmente, ao controle de alguma subsidiária. Quando o oligopólio cresce, seja horizontalmente - eliminando concorrentes, seja verticalmente - absorvendo fornecedores, necessariamente altera o mercado com o fim de reduzir os riscos (FURTADO, 1991)

---

<sup>23</sup> Dada a situação errática cambial e monetária de muitos países periféricos, uma grande empresa que opera internacionalmente pode preferir criar, ela mesma, os fluxos compensatórios, estabelecendo um sistema de preços interno que permita planejar suas atividades a longo prazo (FURTADO, 1974, p. 47).

Períodos da história em que acontecem concentração de poder favorecem as grandes empresas e a criação de tecnologias modernas estimulam essa concentração, porém, não se pode ignorar que foram forças políticas que moldaram os traços da economia. Colocar a competição internacional como objetivo estratégico é colocar o país em uma situação de dependência similar à época pré-industrial. A globalização é um fenômeno financeiro com significativas projeções no sistema de produção, no qual as grandes empresas projetam sua localização e distribuição em escala mundial (FURTADO, 1998).

O progresso tecnológico e as modificações nas estruturas sociais são fatores diretamente ligados ao desenvolvimento e ao acúmulo monetário na sociedade capitalista. O progresso tecnológico remete ao avanço produtivo, modificações nas estruturas sociais e a expansão territorial. Esses aspectos levaram a mudanças no perfil do consumidor, favoreceu a industrialização em escala global e maior acúmulo de capital (FURTADO, 1978).

A evolução da estrutura capitalista transformou as grandes empresas em importantes centros de tomadas de decisões, cuja capacidade de condicionar o comportamento das massas passa a ser um dos núcleos de atenção no planejamento, para que os preços estabelecidos sejam exercidos e os lucros e dividendos idealizados alcançados. Com o mercado baseado na livre concorrência e inovação de produtos, a massa consumidora passa a ser intoxicada por propagandas que determinam padrões de comportamentos favoráveis aos interesses das grandes indústrias dos países que são os centros hegemônicos, e eliminam, algumas vezes, qualquer resquício da cultura local (FURTADO, 1978).

Nos Estados Unidos a atividade industrial é controlada por pequenos números de empresas multinacionais que apresentam contínuos investimentos em inovações tecnológicas, investimentos algumas vezes oriundos de capital privado e outras de capital público. Apesar da Lei Antitruste, a concentração de poder por um reduzido número de empresas multinacionais ainda pode ser caracterizado como monopolista. As grandes multinacionais controlam as formas de produção e, para ter maior segurança no planejamento de longo prazo, as fontes de matéria prima através de contratos, com clientes e fornecedores, que proporcionem condições de liderar o mercado (FURTADO, 1978).

Com o fortalecimento interno da economia dos países desenvolvidos e a expansão do mercado, a estrutura internacional evoluiu em grandes blocos de nações-sedes de empresas transnacionais, o que dificulta a preservação da cultura nacional e a unidade política dos países ocupados por estas organizações, pois, a lógica das empresas transnacionais é em detrimento dos países de economia dependente e fortalecimento econômico do país de origem. Contudo, mesmo com o aumento das disparidades econômicas e sociais, a grande maioria dos países

pobres que almejam a industrialização tornam-se condicionados as migalhas do acesso “marginal ao mercado internacional como subcontratistas de empresas transnacionais” (FURTADO, 1998, p.42).

Onde as corporações coordenam a organização das atividades econômicas, a soberania do consumidor se diluiu, pois a produção organizada em grandes volumes de distribuição modifica as estruturas do mercado. São necessários planejamentos de longo prazo e a interferência (ou determinação) nas escolhas do consumidor. O princípio de maximização de lucros torna-se um aspecto de prioridade secundária, pois ocupar a posição de vanguarda do mercado, para as corporações, torna-se mais importante que as taxas anuais de lucros. “A autonomia do estamento gerencial na corporation é por todos reconhecida e tende a aumentar com a dispersão da propriedade” (FURTADO, 1991, p. 89).

### **2.2.5 A assimilação tecnológica**

Mas aonde nos levaria um processo de crescimento econômico que derivava seu dinamismo da reprodução indiscriminada de padrões de consumo imitados de sociedades que se beneficiam de níveis de produtividade e renda muitas vezes superiores aos nossos? (FURTADO, 1984, p. 29).

Em países subdesenvolvidos os empresários buscam seguir os padrões tecnológicos dos países mais avançados e que são exportadores de equipamentos ou de licenças para produzi-los. A indústria de bens de capital demonstrou ser um campo propício para a inovação. O rápido progresso tecnológico no setor de produção de bens de consumo e na agricultura gerou mudanças estruturais que levaram a absorção da mão-de-obra, ao mesmo tempo que elevaram o ritmo de acumulação. Assim, o progresso tecnológico constituiu não somente o fator básico do crescimento econômico, mas instrumento para a preservação do poder (FURTADO, 1978).

A industrialização é resultado da capacidade inventiva da técnica para abrir os caminhos à acumulação, o que explica a expansão da civilização. Porém, a expansão negligenciou as formações sociais: das malformações industriais emergiu o subdesenvolvimento. Em relação aos problemas de desenvolvimento dos países de terceiro mundo, os latino-americanos estão em situação particular, pois, os países subdesenvolvidos asiático e africanos conquistaram autonomia política e são marcados por presentes lutas revolucionárias, enquanto os latino-americanos têm a consciência de que a autodeterminação para enfrentar os problemas do

subdesenvolvimento restringe-se aos imperativos de segurança dos Estados Unidos (FURTADO, 1974).

A orientação do desenvolvimento tecnológico é resultado de um processo histórico particular e desempenhou papel fundamental na preservação de certo esquema de poder das minorias dominantes nos países de desenvolvimento tecnológico endógeno. Para os países em que o desenvolvimento é um fator exógeno, a simples assimilação tecnológica engendra problemas de ampla repercussão. Ter acesso a tecnologias já testadas pode constituir vantagens, porém não se pode desconsiderar o caráter específico que um processo de desenvolvimento carrega consigo (FURTADO, 1978).

Os países periféricos, que não passaram pelo processo de criação técnica endógena, ao ter acesso a produtos finais que são correspondentes a necessidades históricas de outras culturas, tornaram-se tecnologicamente dependentes. Assim, com a substituição da importação de produtos primários por produtos finais, os países periféricos ficam presos aos hábitos de consumo dos países centro (FURTADO, 1998).

A simples assimilação tecnologia - que é fruto de um processo histórico específico dos atuais países desenvolvidos - foi o fator que fortaleceu a dependência dos países subdesenvolvidos em relação aos irradiadores de inovação (FURTADO, 1978).

Seria a dependência tecnológica simples decorrência do processo de aculturação das elites dominantes nas economias periféricas? É possível ter acesso à tecnologia moderna sem submeter-se ao processo de mundialização dos valores impostos pela dinâmica dos mercados? Pode-se evitar que o sistema de incitação, requerido para alcançar os padrões de eficiência próprios da técnica moderna, engendre crescentes desigualdades sociais nos países de baixo nível de acumulação? (FURTADO, 1998, p. 48).

Para Furtado (1995), o processo de desenvolvimento preocupa-se em dotar o homem de instrumentos que facilitem, ou ainda, potencializem a ação. É uma característica da civilização industrial o desenvolvimento técnico para aumentar as possibilidades de acumulação. Porém, o processo de desenvolvimento técnico, a fim de acompanhar a evolução social, deve ser um processo endógeno, visto que a simples assimilação de uma tecnologia impede que a sociedade passe pela transformação necessária para que o aumento de produção, proporcionado pela tecnologia, não leve a indiscriminada concentração de renda.

As inovações tecnológicas, até o terceiro quartel do século XIX foram aplicadas com intensidade para a criação de novas formas de produção, o que provocou uma desorganização nas atividades industriais existentes no período. As consequências eram sentidas em muitos planos: concentração da atividade econômica, formação da classe operária, concentração de riqueza e o poder de decidir sobre as atividades produtivas. A indústria de bens de capital

demonstrou ser um campo propício à inovação tecnológica e criou condições favoráveis à redução progressiva dos preços relativos à equipamentos e a aplicação desses à um número crescente de atividades produtivas (FURTADO, 1974).

O quadro histórico das rápidas propagações tecnológicas de novas formas de produção, vinda de específicos polos irradiadores de inovação, foram os responsáveis - junto com a criação do sistema econômico mundial - pela situação de subdesenvolvimento e a relação de dependência entre países periféricos e desenvolvidos (FURTADO, 1980).

O conceito de dependência tecnológica permite perceber os elementos que estão na base do problema da posição de subdesenvolvimento. A dependência tecnológica leva a não imposição de limite a assimilação de novas técnicas e padrões de consumo, que possuem sofisticação que não são naturais em determinadas sociedades (FURTADO, 1995).

No Brasil é comum a simples assimilação de técnicas e produtos de vanguarda vindas do exterior, principalmente dos Estados Unidos. Nesse processo acontece a aculturação das elites econômicas dominantes e a submissão da população aos valores impostos pela globalização e pela dinâmica de mercado (FURTADO, 1995).

A industrialização brasileira tomou impulso durante o longo período de depressão dos mercados de produtos primários, em 1929. Esta industrialização constituiu um caso exemplar do que posteriormente seria chamado de desenvolvimento impulsionado pela substituição de importações. No caso das relações entre Brasil e Estados Unidos, as ações comerciais do primeiro eram voltadas aos interesses com fim ao estímulo da exportação do setor primário e o segundo do setor terciário (FURTADO, 1974).

A modernização dependente, obtida pela substituição da importação, abriu espaço também para as operações de empresas transnacionais no país. Neste sentido Furtado (1998) afirma:

Não se deve perder de vista que a lógica das transações internacionais sempre operou em detrimento dos países de economia dependente. As extraordinárias taxas de crescimento que conheceu a economia brasileira nos quatro decênios compreendidos entre os anos de 1930 e 1970 refletiram especificamente um dinamismo fundado na expansão do mercado interno. Nunca é demais recordar que os preços reais dos produtos primários exportados pelos países de Terceiro Mundo apresentam historicamente tendência declinante (FURTADO, 1998, p. 41).

Quando as empresas transnacionais servem para a industrialização de uma economia subdesenvolvida, são utilizadas técnicas e equipamentos que já foram amortizados nos países de origem. A importação de produtos tecnológicos de países desenvolvidos por países subdesenvolvidos, afirma Celso Furtado (1980), constitui uma fonte de conflitos, pois a assimilação do progresso tecnológicos por países dependentes caracteriza o avanço do



capitalismo nas nações industrializadas. A importação de produtos tecnológicos constitui uma das causas básicas da expansão industrial dos países desenvolvidos, enquanto os países subdesenvolvidos historicamente apenas assimilam a tecnologia.

Os recursos tecnológicos modernos, seja para produção, seja para comunicação, carregam consigo valores substantivos de sua origem. Com a globalização dos meios de comunicação, todos os povos passaram a ter acesso a cultura comum da humanidade. Porém, alguns países ocuparam o posicionamento passivo de simples consumidores, enquanto outros, se firmaram na posição de propagador cultural e aumentaram seu potencial econômico (FURTADO, 1984).

Quando novas técnicas são criadas, elas são facilmente assimiladas em contextos culturais distintos de sua origem, mesmo que tenham considerável impacto. A técnica apresenta um falso neutralismo, que oculta a dimensão do desenvolvimento e formação de valores substantivos. O desenvolvimento de uma técnica, quando endógeno em uma comunidade humana, tem a faculdade de ordenar o processo acumulativo em função de prioridades que são por ela definidas, ou seja, é um processo com vistas a responder às necessidades da sociedade que a criou (FURTADO, 1984).

O modelo de desenvolvimento adotado pelas economias periféricas, para Furtado (1991), foi um equívoco, pois se realizou conforme o modelo de países que já encontravam-se em estágios avançados de desenvolvimento. A tecnologia disponível em países economicamente avançados responde às necessidades econômicas de elevados níveis de produtividade, então, os padrões de consumo que foram adotados correspondem a classes sociais com altos níveis de renda. A simples assimilação tecnológica, por parte dos países periféricos, tende a frear o desenvolvimento, pois não é fruto do progresso criativo com base nas necessidades sociais (FURTADO, 1991).

Abrir os mercados para ter acesso às tecnologias modernas foi uma medida necessária aos países periféricos, explica Furtado (1998). Contudo, as economias dependentes depararam-se com outro problema: como modular quadros que são antagônicos - o fortalecimento do mercado interno e abertura para o mercado externo. Esta reflexão leva à conclusão de que o problema de desenvolvimento é principalmente de natureza política.

O maior acesso a bens culturais melhora a qualidade de vida em uma sociedade, mas quando feita de maneira desordenada pode frustrar as formas de criatividade e descaracterizar a cultura de um povo. Uma política cultural que se limita a fomentar o consumo de bens culturais tende a impor barreiras à inovação (FURTADO, 1984).

Os ajustamentos estruturais e econômicos resultantes da ampliação das relações internacionais tornaram difíceis a preservação da identidade cultural e unidade política em um mundo dominado por grupos transnacionais que fundem seu poder no controle da tecnologia, informação e capital financeiro. Com a emergência da globalização e a integração política dos países, a autonomia dos estados nacionais foi reduzida e a atividade produtiva passou a ser planejada em escala planetária. Por consequência, nos países de economia dependente ocorreu o aumento do desemprego, exclusão social e intensificação da concentração de renda por todas as partes (FURTADO, 1998).

Refletir a respeito da dependência tecnológica, para Furtado (1998), permite melhorar a compreensão do subdesenvolvimento, pois leva a investigação de aspectos considerados importantes: o processo de mundialização imposto pela lógica dos mercados, que está na base da difusão da civilização industrial; as necessidades tecnológicas que são frutos das economias centrais, que acentuam as tendências a limitar a criação de empregos por questões burocráticas (acordos de direitos e patentes); e as especificidades das formas sociais aptas a operar com as tecnologias, que limita<sup>24</sup> aos sistemas de decisão e as possibilidade de recursos.

### 2.3 SOBRE O CINEMA

O filme, por mais singela que seja a produção, exige uma divisão de tarefas, se assemelhando, independente da complexidade, a produção de um artefato industrial. Há argumentistas, roteiristas, diretores, atores, cinegrafistas, iluminadores, fabricantes de películas, reagentes químicos, lentes óticas, fabricantes de máquinas, equipamentos mecânicos, atividades de manufatura, semimanufaturada e artesanais; além do trabalho pós produção – publicidade, distribuição e exibição (BARONE, 2009).

Cada vez mais no Brasil, explica Bernardet (1980), a produção cinematográfica reproduz o método de produção capitalista, através da divisão do trabalho, profissionais especializados, tudo pela busca do maior lucro possível.

Quando de um filme se diz que o roteiro é bom mas o enredo é fraco, que a fotografia é ótima mas que a música ou a cenografia deixa a desejar, é que estamos percebendo a obra fragmentariamente, não como um conjunto, mas pelas suas partes que

---

<sup>24</sup> Por exemplo: leis de proteção a patentes.

correspondem a divisão do trabalho na fase de elaboração (BERNARDET, 1980, p. 33).

Em uma peça de teatro o ato de produzir e representar são um só, já no cinema realizar um filme e exibir são atividades diferentes. Com base nessa perspectiva, a indústria cinematográfica estruturou-se com três segmentos distintos: produção, exibição e, entre os dois, a distribuição. No mercado cinematográfico o que se comercializa são direitos: o distribuidor não é proprietário das cópias, ele é um comerciante dos direitos de exibição, já o exibidor comercializa os direitos de assistir a produção (BERNARDET, 1980).

O cinema é uma mercadoria abstrata, não se assemelha, por exemplo, a um sapato ou a compra de um relógio; o que mais se aproxima a sua forma de consumo é o transporte público, em que se compra uma poltrona para ir a determinado local. O cinema não pode ser estocado, a poltrona que não foi vendida em determinado dia e sessão não terá como ser recuperada depois. Bernardet (1980), com base nessa analogia, afirma que os mecanismos de mercado para comercialização de filmes foram pensados para tentar garantir o máximo de consumo nas salas de exibição.

Em shows, teatros, conferências, as pessoas - o público - têm contato com os artistas uma única vez e devem se fazer presentes, no cinema é diferente. A película sobre a qual se imprime a imagem será revelada e montada até chegar a matriz, desta poderá se tirar grandes quantidades de cópias, isso permite que um número significativo de pessoas vejam a mesma produção várias vezes em diferentes lugares, o que facilita a abrangência de divulgação e, por consequência, a dominação ideológica que traz consigo profundas repercussões no mercado (BERNARDET, 1980; MELEIRO, 2010).

Em 1910 emergiu na indústria cinematográfica estadunidense o *star-system* ou estrelato - um sistema que trabalha a publicidade fílmica baseada na criação de ídolos. Neste modelo de publicidade algumas estratégias são utilizadas para apoiar a venda de filmes em que determinado ator é personagem: por meio de fãs clubes, imprensa especializada e não especializada - novos deuses e deusas são criados. O estrelato é uma prática eficiente, pois garante a procura por determinado filme independente da crítica, afinal, o interesse do consumidor não é pelo filme em si, mas ver a atuação do ídolo (BERNARDET, 1980).

Com a criação do *star-system* houve o aumento dos departamentos de publicidade em Hollywood, encarregados de criar e difundir a personalidade das “estrelas”. A título de exemplo, Roxo (2006), comenta sobre a figura feminina da Vamp, no qual a atriz Theda Bara deu corpo no cinema e o assumiu de igual modo na vida real, cujo o estúdio de William Fox, procedeu a invenção de uma biografia erótica da atriz. O apelo ao fascínio por artistas, levou a

fidelização de determinados públicos. Assistia-se o aumento da venda de revistas, cartazes dos artistas, que aumentavam o lucro e a receita dos ingressos.

Com frequência, a promoção para comercialização dos filmes antecedia à conclusão da produção. Eram vendidas imagens de luxo, protagonizadas por estrelas que muitas vezes tinham, na vida real, experiências impressionantes, desejadas em larga escala pelos espectadores. Em 1947, em torno de 500 artistas haviam assinado contratos de exclusividade com duração de sete anos, no qual comprometiam-se a interpretar papéis no ecrã e para publicidade, correndo o risco de ter os honorários suspensos caso não cumprissem às cláusulas. As estrelas de Hollywood eram tidas como o símbolo máximo do capitalismo e do consumismo, seja pelos papéis que interpretavam, seja pelas campanhas publicitárias em revistas. (ROXO, 2006).

Além do *star-system*, outros instrumentos para atrair o público foram experimentados, como a classificação por gênero: se determinados modelos de filmes faziam sucesso, então, eram repetidos e ao repetir estilos de produção os produtores consolidam a preferência e o gosto do público (BERNARDET, 1980).

A classificação de filmes foi uma ação realizada quando percebida as vantagens que os produtores tinham ao comercializar determinados modelos de produção. Antes de 1920, diferentes linhas de produção eram formadas com base em orçamentos, popularidade de atores, gênero e qualidade da história. Os filmes dessas linhas de produção eram classificados como A, B ou C (ORBACH, 2004).

O desenvolvimento dos negócios, em geral, utiliza o modelo de gestão científica com foco na produção em escala, o que levou a crescente organização de grandes circuitos e várias formas de integração vertical na indústria. Este modelo de negócio foi desenvolvido com o intuito de obter ganhos de eficiência e acumulação de poder no mercado. Entre 1915 e 1948, a indústria cinematográfica sofreu várias ondas de expansão e contratação de negócios. As principais empresas fundiram-se, enquanto outras se dissolveram. Durante a maior parte do período, oito poderosas distribuidoras dominaram a indústria norte americana. Cinco<sup>25</sup> dessas distribuidoras organizavam-se verticalmente em produção, distribuição e exibição; duas<sup>26</sup> integravam produção e distribuição; e uma<sup>27</sup> organizava primordialmente a distribuição de filmes independentes (ORBACH, 2004).

---

<sup>25</sup> Paramount, Loew's, Radio-Keith-Orpheum ("RKO"), Twentieth Century-Fox Film e Warner Brother Pictures (ORBACH, 2004, p. 335).

<sup>26</sup> Columbia e Universal (ORBACH, 2004, p. 335).

<sup>27</sup> United Artists (ORBACH, 2004, p. 335).

Em 1920, surge um novo modelo de distribuição, onde o valor mínimo a ser praticado nos ingressos era estabelecido nos contratos, isso impediu aos expositores o livre estabelecimento de preços. O novo sistema de preços integrou três práticas principais de marketing: preços intemporais<sup>28</sup>, classificação de filmes<sup>29</sup> e *block-booking*<sup>30</sup>. Neste novo sistema os teatros eram classificados de acordo com sua afiliação, luxo, idade e localização. Teatros localizados na mesma zona tinham distintos períodos de exibição, aspecto que favoreceu sobretudo os circuitos associados às *majors*, já os pequenos estabelecimentos tinham dificuldades em atrair o público (ORBACH, 2004).

O processo de globalização contemporânea, foi um período em que o marketing promoveu a prosperidade financeira dos Estados Unidos e a comercialização mundial de produtos estadunidenses era impulsionada graças ao conhecimento do mercado internacional (conhecimento obtido e consolidado durante as ações de guerra). Hollywood foi a indústria pioneira no impulso a comercialização dos produtos estadunidenses no mercado global (ROXO, 2006).

O sistema de cópias para distribuição de filmes surgiu, inicialmente, nos Estados Unidos e foi a partir desse sistema que o cinema passou a ser visto como mercadoria. No princípio da indústria cinematográfica o filme era vendido por unidades de comprimento, como se faz com tecidos. Após o filme concluído, era feito um negativo do qual tiravam-se cópias. Depois de pronto o negativo, as próximas etapas a serem cumpridas eram: fabricação, apresentação-distribuição, exploração. Em relação ao desenvolvimento de tecnologias para a indústria cinematográfica a indústria norte-americana ocupa a posição de vanguarda (GATTI, 2007; BERNARDET, 1980).

No período pós Segunda Guerra Mundial, 1946, mais de 2.600 filmes foram levados para a Itália, 1.300 para os países baixos, 800 para a Inglaterra, com o fim de evitar que a Europa ocidental se inclinasse ao comunismo. Os filmes tinham o claro propósito de destacar o estilo de vida dos Estados Unidos. Como forma de incentivar demandas fílmicas nos períodos pós Segunda Guerra Mundial, o Ministério Exterior deste país criava artificialmente um gosto

---

<sup>28</sup> Durante a era Nickelodeon o aluguel dos filmes era feito de acordo com a duração do filme ou classificação do teatro. No sistema de preços intemporais, os exibidores eram classificados de acordo com sua afiliação, luxo, idade e localização, e os exibidores de uma mesma área geográfica não podiam apresentar os filmes no mesmo período, somente após determinado tempo transcorrido. Este sistema não beneficiava igualmente a todos os expositores, mas os afiliados às *majors* ou os com grandes circuitos. Como resultado, os pequenos expositores, atendendo aos requisitos mínimos de preço, enfrentavam dificuldades em atrair o público (ORBACH, 2004).

<sup>29</sup> Os filmes eram classificados em A, B ou C, e os valores dos alugueis variavam de acordo com a classificação (ORBACH, 2004).

<sup>30</sup> O bloqueio reserva, *block-booking*, envolve o licenciamento de filmes através de pacotes, sem permitir que o exibidor escolha as obras do pacote que está adquirindo, uma espécie de venda cega (ORBACH, 2004).

pronunciado pelos gêneros hollywoodianos, o que estimulava as demandas populares e funcionava como um meio de pressão à importação de filmes (HENNEBELLE, 1980).

Por se tratar de uma mercadoria em que grande quantidade de pessoas consome ao mesmo tempo, segundo o padrão norte americano, as produções procuram atingir diversas faixas etárias, etnias e gêneros para proporcionar grandes lucros. Por isso, um filme não deve apresentar posições marcantes, mas manter-se dentro do que o senso comum julga como valor. A busca pelo lucro tende a homogeneizar os produtos e os públicos. Valores políticos, religiosos, comportamentos tendem a ser favoráveis à homogeneização (BERNARDET, 1980).

Apesar da homogeneização da produção cinematográfica, diversos países apresentaram propostas diferentes em estilos e linguagem: Na Alemanha a arte literária e plástica influenciaram as produções, que contavam histórias fantasiosas, com imagens pouco associadas à realidade. Objetos que lembravam casas e ruas, mas totalmente deformados, procuravam remeter a emoção subjetiva do poeta ou pintor. Este estilo influenciou o cinema dos Estados Unidos e muitos cineastas alemães migraram do país a convite de produtoras estadunidenses (BERNARDET, 1980).

A vanguarda francesa dos anos 20, apresentou uma narrativa com propostas de expressar sentimentos, estados de espírito, aspirações, ideais. Sugestões de pensamentos eram criadas pelo enquadramento das imagens, montagens e ritmo (BERNARDET, 1980).

Já nos anos 30, a Escola Britânica de Documentários, liderada por John Grierson e Alberto Cavalcanti, propõe que o cinema seja colocado a serviço do povo, com o objetivo de integrar o cidadão ao conjunto social. Contudo, esse tipo de produção confrontou os interesses das grandes corporações e, com a chegada da Segunda Guerra Mundial, os filmes (documentários) que não se enquadraram na propaganda oficial foram censurados (BERNARDET, 1980).

Os diversos estilos de produções cinematográficas apresentados em vários países se opunham ao modelo dominante, seja em temática, linguagem, seja em relacionamento com o público. Estes cinemas divergentes, estética e politicamente, do padrão dominante das majors norte-americanas foram achatados sistematicamente, tanto pelo comércio que não abriu as portas, quanto pela repressão política e social (BERNARDET, 1980).

No Brasil, o cinema passou por vários ciclos, alguns com propostas de produções diferentes dos modelos hegemônicos, outras procurando imitar o modelo estabelecido pelas majors. A Vera Cruz é o exemplo brasileiro de companhia que foi constituída para satisfazer as exigências da indústria cinematográfica de Hollywood: grandes estúdios, altos investimentos, equipes fracionadas e especializadas - oposto as Chanchadas. Mas o fracasso da

companhia Vera Cruz provou que os motivos das dificuldades que as produções nacionais enfrentavam para ocupar as salas de cinema não eram fundamentados pela falta de qualidade, estrutura ou tecnologia, mas sim, pela forma como o mercado se organizará, pela ausência de uma legislação protecionista eficiente e pela falta de fiscalização do cumprimento das exigências legais. O que se viu com a experiência da Vera Cruz foram investimentos sem possibilidades de retorno (SIMIS, 1996).

No mesmo período de crise da Vera Cruz, outras companhias cinematográficas encerraram suas atividades. Atlântida, uma produtora exemplar em cuidados com os investimentos e atenção as ofertas de mercado, não conseguiu prosseguir na atividade (SIMIS, 1996).

Para as produtoras nacionais apenas os curtas-metragens constituíam uma atividade lucrativa. A respeito dos longas-metragens, se apresentado aos exibidores a opção de escolha entre as propostas das grandes distribuidoras norte-americanas e seus concorrentes nacionais, a opção mais comum seria pelos primeiros. Em 1953, o Brasil era o país com maior número de espectadores da América Latina e o décimo no mundo. Em contraponto, as produções nacionais apresentavam-se abaixo de países com menor número de espectadores, como Argentina e México. Analisado os resultados financeiros dos filmes longas-metragens produzidas pela Vera Cruz, Maristela e Multifilmes, constatou-se que a renda média obtida nos filmes resultava em prejuízo e o preço do ingresso era o principal motivador da crise (SIMIS, 1996).

Uma questão me parece substantiva ao se discutir a produção cinematográfica: trata-se da questão de mercado – quem investe na produção (produtores empresariais, o Estado, etc.) e quais as possibilidades de distribuição de filmes (a questão do circuito) (SOARES, 2014, p. 210).

A possibilidade de distribuir as cópias das produções nacionais a um valor que se torne competitivo às produções norte-americanas é um dos pontos de dificuldade do cinema nacional. Pois a capacidade de realizar grandes quantidades de cópias a um baixo custo está relacionada à evolução tecnológica, que na indústria cinematográfica é dominado pelas majors norte-americanas (GATTI, 2005).

O sistema de cópias permitiu rápida expansão da indústria cinematográfica no mercado mundial e a dominação de quase todo o mercado internacional por poucas empresas. “As cópias baratas, circulam pelo mundo beneficiando-se do contexto histórico em que o cinema aparece: a burguesia triunfante absorve as matérias primas dos países dominados, faz circular suas mercadorias pelo mundo, conquistar novos mercados, é colonialista” (BERNARDET, 1980, p. 12).

Com as evoluções promovidas pela tecnologia, o sistema de cópias cinematográficas foi modificada nos períodos emergentes do século XXI. Diferente da película tradicional em que o filme ficava gravado, o sistema digital transforma todo o filme em um código binário, lido por computadores traduzidos em imagens de alta definição, aspecto que preserva a resolução da imagem de produção e do som. O sistema digital apresenta vantagens inquestionáveis em relação a película tradicional, porém, o valor para a abertura de salas com sistemas digitais é bastante superior às salas para exibição de cópias em películas tradicionais (STAM, 2011).

A codificação digital foi desenvolvida pela indústria norte-americana e permite a transmissão via satélite, sistema utilizado nas salas Multiplex. Por ser cara e complexa, a codificação digital dificultou o acesso aos filmes nacionais às salas de cinema. Giannasi (2008), explica que a empresa brasileira Rain, desenvolveu uma tecnologia de exibição em que os custos eram menos onerosos em relação à norte-americana e poderia se tornar uma alternativa para a exibição do filme nacional, mas esta opção dependia de um projeto político que estaria acima de questões econômicas. A tecnologia desenvolvida pelos Estados Unidos tem o intuito de inibir a pirataria e apresenta padrões visuais que dificilmente serão atingidos pelo cinema nacional.

As pressões para a distribuição de filmes, principalmente os de origem norte-americana, ocorrem em todos os países, tanto subdesenvolvidos, em desenvolvimento e nos países já classificados como desenvolvidos. Porém, esta pressão não ocorre apenas entre países, mas dentro de um mesmo país, no qual grupos com poder de pressão para distribuição e exibição, intervêm privilegiando determinadas companhias produtoras em detrimento de outras (BERNARDET, 2005).

### **2.3.1 O cinema estadunidense**

Para o governo dos Estados Unidos o cinema sempre foi um dos setores chave para atingir fins ideológicos e econômicos. Em meados da Primeira Guerra Mundial a administração estadunidense interessou-se por ampliar parcerias com empresas cinematográficas privadas, e proporcionou incentivos monetários para apoio em produção e distribuição. O governo estadunidense também ofereceu condições para que fossem realizadas pesquisas de campo e estudos sobre os mercados externos que possibilitassem obter conhecimento para promover



ações que reduzissem a produção de filmes oriundos dos países do eixo (GATTI, 2008; QUINTANEIRO, 2007).

Entre 1914 e 1916, com o desenrolar da I Guerra Mundial, a indústria cinematográfica norte-americana começaria a estabelecer sua hegemonia econômica nos mercados internacionais, principalmente nos países ocidentais. No Brasil, segundo afirma Paulo Emílio Salles Gomes, a partir de 1911, os programas cinematográficos normalmente constituídos por 7 ou 8 curtas, eram compostos majoritariamente por produções americanas das empresas Vitagraph e a Biograph. A expansão do comércio cinematográfico brasileiro dá-se em um trajetória típica de um país subdesenvolvido, ou seja, atrelada fundamentalmente à importação de filmes e equipamentos (GATTI, 2007).

Paralelamente a estagnação da exibição da produção cinematográfica brasileira, a indústria audiovisual estadunidense ganhou força no mundo, por meio de quatro elementos principais, segundo Hennebelle (1978):

- Prática do *brain drain*:<sup>31</sup> Por volta do ano de 1923 os administradores norte-americanos iniciaram o processo de extinção do cinema europeu, principalmente os de origem Alemã, Francesa e Sueca. Com essa prática saíram dos respectivos países alguns de seus principais nomes.
- Criação da MPAA em 1925: A *Motion Picture Association of America* é uma organização privada, que coordena e carteliza as atividades das companhias cinematográficas. Com a criação da MPAA a penetração do filme norte americano na Europa é potencializada.
- Inundação dos mercados externos: através de articulações políticas e econômicas os filmes de origem estadunidenses passam a ser predominantes na maior parte dos países da Europa e América.
- Aparecimento do cinema falado: A Europa devastada pela guerra não evoluiu o suficiente em inovações tecnológicas, linguagem e estilo para competir com cinema de Hollywood, que inaugurou o cinema falado e se tornou a preferência do público.

Durante os períodos de guerra, as indústrias cinematográficas norte-americanas aproveitaram a situação crítica dos países envolvidos para expandirem-se nos mercados internacionais. No Brasil, principalmente em meados da segunda grande guerra, inicia-se o domínio de filmes estadunidenses, ao passo de que pouco espaço é disponibilizado às produções nacionais e europeias. As agências estatais norte-americanas, infiltradas nos países por motivos de guerra, contribuíram com a indústria através da captação de volumosas

---

<sup>31</sup> Tradução: “Evasão de cérebros”, em inglês no original (HENNEBELLE, 1978).

informações para neutralizar a expansão cinematográfica de filmes de países do eixo. Em troca os produtores e distribuidores de filmes estadunidenses se mobilizaram em campanhas para construir aliados externos de guerra aos Estados Unidos (QUINTANEIRO, 2007; MELEIRO, 2010).

As agências distribuidoras como U.F.A da Alemanha e Itafilm da Itália, tiveram sua atuação abolida no Brasil no período da Segunda Guerra Mundial (QUINTANEIRO, 2007). “Por detrás do cinema americano há algo mais do que a força do dólar. Queira-se ou não, há inteligência. Enquanto os americanos impõem o consumo das produções cinematográficas, recusam-se a facilitar na difusão de filmes de outros países” (HENNEBELLE, p. 29, 1978).

O imperialismo da indústria cinematográfica dos Estados Unidos é evidente. Após a Segunda Guerra Mundial, na Inglaterra, cerca de noventa por cento do capital cinematográfico era de origem norte-americana. A França, na tentativa de proteger a produção e distribuição nacional, propôs a imposição de limites para importação de filmes, porém, acordos feitos de ajuda dos Estados Unidos a este país, para se recuperar do pós-guerra, impediu que a medida fosse colocada em prática, uma vez que, caso fosse restrita a entrada de filmes das *majors*, a “ajuda” também não seria disponibilizada (BERNARDET, 1980).

O discurso dos Estados Unidos de prestar ajuda aos países envolvidos na guerra parece até irônico, considerando que foram as guerras importantes propulsores do capitalismo no país. Conforme explica Hennebelle (1978), embora o sucesso econômico dos Estados Unidos tenha se originado por determinadas circunstâncias históricas e geográficas, o país sempre foi financiado pelo mercado externo. É preciso compreender que quem presta subsídio ao crescimento do capital econômico são os países aos quais os Estados Unidos impõem sua vontade e exploração.

O mercado cinematográfico não foi constituído ao acaso. O filme é produto em uma indústria estruturada, organizada para atender os interesses das *majors* norte-americanas. Tradicionalmente o capitalismo estadunidense se expande pela internacionalização. Por meio de departamentos especializados em exportação as *majors* conseguem financiamentos de suas atividades produtivas, aumento de lucros e distribuição global de larga escala (MALEIRO, 2010; GATTI, 2005).

Na produção cinematográfica norte-americana são destacados os filmes comerciais, denominados *blockbusters*. Tais produções têm por finalidade principal o entretenimento, grandes bilheterias e altos lucros. No Brasil há grande demanda por este modelo de produção, e a identificação provocada pelo cinema estadunidense, em tempos passados e ainda hoje,

modelou formas de comportamento em moças e rapazes na sociedade (QUINTANEIRO, 2005; GOMES, 1980).

As articulações e parcerias entre poder público e privado no meio cinematográfico nos Estados Unidos começou antes do início da Primeira Guerra Mundial. Antes de estabelecer a posição hegemônica, as majors sofriam forte concorrência de outros países da Europa, como: França, Itália e Alemanha. Com a emergência da Segunda Guerra Mundial e o envolvimento dos países do eixo, a atenção europeia desviou-se das produções cinematográficas, consentindo aos Estados Unidos maior espaço para a “exibição” do cinema estadunidense, e junto a exposição de poder tecnológico, bélico e de produção (QUINTANEIRO, 2007).

A Segunda Guerra Mundial, provoca o sucateamento das estruturas de produção tradicionais como Inglaterra, França, Itália, Alemanha e Japão, e possibilitou no pós guerra a consolidação do produto norte americano, que é consideravelmente ampliado na década seguinte com as operações de televisão e vídeo-home (SILVA, 2010).

Em 1941, a embaixada norte-americana criou a CIAA – Coordenação de Assuntos Interamericanos, com o objetivo de promover a cooperação interamericana, através de programas de solidariedade e ações para fortalecer o vínculo entre Estados Unidos e demais países latino americanos. A partir das ações da CIAA uma série de filmes educativos, principalmente da Disney, passaram a fazer parte do currículo educacional brasileiro (QUINTANEIRO, 2007).

O cinema era utilizado também pelos governo dos Estados Unidos como um instrumento para levar mensagens de ânimo e manter os oficiais envolvidos na Segunda Guerra Mundial atualizados dos acontecimentos. O governo preocupado com questões psicológicas enviava, através dos filmes, mensagens de motivação, o cinema era amplamente utilizado como um instrumento educativo e para informar as tropas sobre a Alemanha que começava a ser ocupada (FURTADO, 1991).

A hegemonia internacional da indústria cinematográfica é dividida em dois períodos históricos. O primeiro na Primeira Guerra Mundial, sobre o domínio das empresas europeias, e o segundo é da hegemonia das empresas distribuidoras estabelecidas em Los Angeles. O envolvimento da Europa na guerra reduziu a aplicação de investimentos nas produções fílmicas e, aproveitando esse espaço, emergiu a cinematografia norte-americana no mercado internacional (GATTI, 2007).

Os Estados Unidos, desde a Segunda Guerra Mundial, é o país detentor de uma indústria cinematográfica de dominação, pois, além de concentrar quase todos os estúdios cinematográficos em seu território, suas corporações dominam a cadeia produtiva do cinema.

Detendo o monopólio dos meios de produção e da propriedade de produção do trabalho, o Estado norte-americano ainda tem o domínio da distribuição, circulação e da exibição comercial, desde vídeos, DVD's, CD ROMs, meios digitais e on-line (REIS, 2005).

A hegemonia do *telos* estético de Hollywood se faz presente no mercado mundial de filmes, com orientação econômica e política dos rumos tomados no processo de globalização. Organizados em cartéis, os executivos dos maiores estúdios norte-americanos traçam estratégias de mercado, tendo em vista objetivos complementares, que os possibilitem manter o controle da produção e da circulação de todos os gêneros de filmes, realizados dentro e fora dos Estados Unidos, que massificam o ideário neoliberal, cujo o repertório anticlassista e antimarxista é evidente (REIS, 2005).

Hollywood, a primeira grande indústria a exportar a cultura popular norte-americana, trabalhou com ferramentas de marketing (com apoio econômico e político) que estimularam o consumo, tanto dentro do país como fora, de filmes e produtos (ideológicos e bens de consumo) (ROXO, 2006).

Não por acaso, o controle do mainstream cinematográfico pertence a Hollywood, cuja as ferramentas utilizadas para o convencimento sobre o imperativo de mudanças estruturais e de propagação da retórica neoliberal é uma das mais eficazes. Uma vez que o cinema é condicionado pelo gosto da audiência, é inevitável que os estímulos ao consumo associem-se ao cinema de Hollywood. De fato muitos bens culturais produzidos nos Estados Unidos atingiram uma escala de difusão massiva, dentre esses o cinema foi a indústria mais esmagadora (REIS, 2005; ROXO, 2006).

Embora a indústria cinematográfica norte-americana já perfilasse como uma das maiores indústrias dentro de seu país na Primeira Guerra Mundial, foi após a segunda grande guerra que o montante nela investido (US\$ 2.699.290.000) tornou-a a terceira maior indústria americana, depois do aço e petróleo (SIMIS, 1996).

É no contexto de esforço para a manutenção, controle e expansão monopolista que os ajustes no *telos* estético hollywoodiano foram realizados. A partir da segunda metade da década de 1970, com a crise estrutural que provocou a reconfiguração do padrão de acumulação nos países centrais da economia capitalista, é que os cartéis dos estúdios hollywoodianos consolidaram a sua hegemonia mundial. Data desse período o início de um processo que levaria os executivos de Hollywood a adotar a estratégia de construção de um *telos* estético comum à totalidade do mainstream cinematográfico. Desde então, dois *telos* estéticos ocuparam sucessivamente a cena cinematográfica mundial: o consumismo e o multiculturalismo (REIS, 2005).

Na era Reagan, segundo Reis (2005), embalada pela riqueza financeira promovidas pelo governo, o tipo “yuppie” tornou-se a imagem referente do consumismo de Hollywood. Filmes como “9 ½ semanas de amor”, da Metro Goldwin Meyer; “Wall Street – Poder e Cobiça”, da 20th Century Fox; “Uma secretária de futuro”, da 20th Century Fox; entre outros, traziam uma variedade de personagens urbanos e excêntricos encontrados entre jovens executivos do mercado de ações.

A estética “yuppie” era desenhada a partir do *telos* consumista, de forma disfarçada tinha a função de juntar as características do novo homem burguês; a saber, consumista, ególatra, andrógino, compulsivamente voltado para o trabalho (“*workaholic*”) e atlético. O sucesso de público alcançado pelos filmes nesse estilo não deixa dúvida de que o magnetismo dos “yuppies” cinematográficos, interpretados por algumas estrelas de Hollywood, obteve resultados satisfatórios. Porém, com o gargalo econômico provocado pelo excesso de liquidez do mercado de ações das bolsas de valores e o esgotamento da era Thatcher-Reagan-Kohl, colocaram na “berlinda” (REIS, 2005, p.144) a cultura “yuppies”, com seu egoísmo, desregramento e ausência de qualquer padrão moral e ético.

Na década de 90 é reestruturado o *telos* estético de Hollywood, o sociedade norte-americana cansada da vida doméstica da compulsão pelo trabalho, temor da morte pela Aids, em meio a protestos da sociedade marginalizada ou excluída, sugere urgente mudanças políticas na esfera social. O Filme “A firma” da Paramount Pictures e “Filadélfia”, da TriStar Pictures/Columbia Pictures são lançados comercialmente em 1993 e marcam o início da mudança estratégica dos executivos de Hollywood, “que resultou na adoção do multiculturalismo como *telos* estético do mainstream cinematográfico” (REIS, 2005, p. 145).

O cinema voltado para a guerra também faz parte do *telos* estético-político hollywoodiano. É pretensioso tentar listar todas as superproduções do cinema-espetáculo de Hollywood, em que a guerra é um manancial inesgotável a ser explorado. A exemplo tem-se o filme “Terra de ninguém”, co-produzido com recursos públicos e privados oriundos de investimentos da Bélgica, França, Itália, Inglaterra e da Eslovênia, e distribuído comercialmente no mundo inteiro por duas das maiores empresas norte-americanas - 20th Century Fox e United Artist. Não por acaso, todos esses países citados estiveram envolvidos direta ou indiretamente no conflito na região dos Bálcãs, no sudeste europeu, ocorrido entre 1912 e 1913 (REIS, 2005)

A partir de década de 80, fóruns mundiais como GATT, OCDE e Unesco travam debates sobre o mercado cinematográfico. O relatório da International Intellectual Property Alliance, apresentado em 1998, divulgou que através das leis de copyright, as indústrias cinematográficas norte-americanas cresceram três vezes mais rápido no período de 1977 a 1996, que a taxa anual

de crescimento da economia norte-americana, fazendo com que ultrapassasse a marca de 60 bilhões de dólares em 1996 (SILVA, 2010).

Ocorre certa contradição no conceito de globalização quando aplicada à cultura, sabe-se que nem todos os produtos culturais globalizam-se efetivamente. Embora a cultura se produza em qualquer lugar, apenas alguns países possuem poder para realmente tornar a cultura globalizada (SIMIS, 1996).

As corporações norte-americanas há décadas exercem pressão sobre os produtores de outros países, impedindo o progresso dos cinema nacionais seja em público, seja em lucro. As circunstâncias históricas adversas enfrentadas pelos produtores leva-os ao crescente antagonismo dos interesses dos cartéis norte-americanos. De caráter econômico, tal antagonismo se estende a superestrutura (REIS, 2005)

O que se vê em relação a circulação da mercadoria cultural é uma forma de conteúdo e controle estabelecido pelos padrões estadunidenses. A ideia de globalização, em qualquer contexto que seja usada, pressupõe relações interior e exterior, nacional e internacional, aspectos que sempre estiveram, presentes no processo de formação da cultura nacional brasileira, consequência de sua condição de país colonizado: disfarçada de influência, “o modelo do centro sempre se fez sentir sobre a periferia, muitas vezes transformado, modificado, até antropofagicamente deglutido, mas atuante” (SIMIS, 1998, p.4).

Em relação aos ciclos brasileiros é notado a dependência estética e cultural, isso talvez seja herança do colonialismo: “Por exemplo, a Vera Cruz faria simplesmente pastiche da Hollywood dos anos 40; a Chanchada parodiava as comédias musicais da Metro; o Cinema Novo constituiria uma versão cabocla do Neo-realismo italiano e assim por diante” (SIMIS, 1998, p.4). Pensando sobre estas análises, concluiu-se que sempre o cinema brasileiro foi globalizado.

O Brasil, no ano de 1998, estava posicionado como o 7º mercado cinematográfico fora dos Estados Unidos e o 1º na América Latina. Não por acaso que o filme Titanic, fez neste mesmo ano a 6ª maior bilheteria até o momento - filme cujo os efeitos de adequação segue o padrão maciço da estética de Hollywood (SIMIS, 1996). Em 2017, com a arrecadação de US\$ 700 milhões, o Brasil está posicionado como o 10º maior mercado de cinema do mundo (CARMELO, 2017).

Devido aos modelos de super produções e os altos investimentos feitos por Hollywood, tornou-se necessária a expansão das majors no mercado exterior, para conseguir auferir maiores lucros. Segundo Simis (1998), um dos motivos para as majors norte americanas investirem no

exterior foi o esgotamento desse setor nos Estados Unidos, no qual Brasil, México e Argentina mostraram-se como mercados promissores.

Desde o início da atividade cinematográfica no Brasil, com a euforia nacional causada pelo cinema de Hollywood, restou aos circuitos exibidores tradicionais no Brasil, a adaptação para sobreviver. O grupo Severiano Ribeiro, fundado em 1917, para crescer associou-se à United Cinemas International (UCI) e abriu salas em que os investimentos chegaram a US\$ 50 milhões, e até onde se sabe, a distribuição era dominada por Columbia Pictures, Walt Disney, 20th Century Fox, MGM/Pathé, Paramount, MCA/Universal, Warner Bros, que eram responsáveis pela produção de 200 filmes ano (SIMIS, 1996).

Essas empresas líderes criaram barreiras para a entrada de novos competidores, baseadas em uma combinação de fatores: 1º altos custos de produção – um filme de Hollywood chega a superar em 15 vezes o custo orçamentário de uma produção alemã; 2º enormes campanhas publicitárias e de promoção; 3º forte controle sobre os astros do cinema – Arnold Schwarzenegger, por exemplo, recebeu US\$ 15 milhões pelo *Terminator 2*, na expectativa de que seu nome e “talento” chamariam o público e, com efeito, a receita bruta do filme superou US\$ 400 milhões (SIMIS, 1998, p.22); 4º os grandes estúdios também são distribuidores e a coleta das taxas podem atingir de 30% a 40% do valor do total das receitas; e, por último, o grande domínio sobre as salas de exibição – os maiores exibidores norte-americanos controlam mais da metade das telas nos EUA, o mesmo ocorre na Europa. No Brasil, os filmes das majors norte-americanas ocupavam cerca de 300 salas ao mesmo tempo, seja por meio do sistema de lote, seja forçando os exibidores a produzirem seus filmes (SIMIS, 1996). Em 2017, o filme *Thor: Ragnarok* ocupou simultaneamente 2.073 salas de exibição, das 3.223 salas de exibição em funcionamento (ANCINE, 2018).

Apesar do aumento da participação do cinema brasileiro na bilheteria ter subido um pouco a partir da metade da década de 90, ainda era insuficiente para manter a indústria nacional que tinha um padrão medíocre se comparada aos 33% de bilheteria dos anos 70 (SIMIS, 1996). A estabilidade da atividade cinematográfica nacional, torna-se impossível enquanto o produto dos Estados Unidos é comercializado com práticas de *dumping* (SIMIS, 1996).

Nos Estados Unidos 90% da receita de uma sala de cinema vai para o produtor e o distribuidor, apenas 10% ficam com o exibidor, enquanto no Brasil, o filme das majors norte-americanas oferece 50% da renda ao exibidor e essa taxa também passa a ser exigida para o filme nacional. Assim, na comercialização do filme nacional, o exibidor fica com metade da renda de exibição, enquanto o produtor e o distribuidor ficam com a outra metade e mais as

despesas de comercialização, promoção e propaganda. Porém, nenhuma ação é tomada para que o distribuidor estadunidense reduza a taxa de participação do exibidor (SIMIS, 1996).

Para equilibrar a competição entre o filme nacional e o estrangeiro, o cineasta Roberto Faria apud Simis (1998), sugere que, além da cobrança de 40% de imposto de renda sobre 100% da renda da remessa ao exterior, seja estabelecida outra alíquota. O imposto de renda baixou em 1970 de 40% para 25% e esse imposto ainda não é cobrado sobre 100% do valor da remessa, mas sobre apenas 75%, isso significa que o imposto não é de 25%, mas menor (SIMIS, 1996).

Além disso, considerando-se que há o exibidor que compra o filme da produção independente estrangeira em Cannes ou no American Film Market, e que quase sempre as compras são feitas em nome de uma empresa do próprio exibidor no exterior, para cuja conta bancária são remetidos os lucros que o filme obtiver no Brasil, entende-se que, se a importação é livre, o imposto é baixo e remetido ao câmbio oficial, comprar um filme barato que faça muito dinheiro no Brasil é um grande negócio, pois ainda permite a remessa de dólares para o exterior, acrescentando a esse lucro o ágio do câmbio livre (que, mesmo sendo pequeno, é sempre um extra) (SIMIS, 1996, p.24).

Em outros ramos da indústria, as empresas só têm autorização para remeter seus lucros se investirem um percentual no país, isso não acontecia na indústria cinematográfica na década de 90. A importação era livre, sem impostos e a taxa sobre a remessa era parcial, assim, o filme estrangeiro apresenta uma vantagem imensa em relação ao nacional. Por isso frequentemente se via filmes nacionais saindo de cartaz, mesmo com maior público que o filme estrangeiro, isso porque ao fazer o câmbio da bilheteria em dólares o filme rende muito mais que o nacional. Os dólares remetidos ao exterior normalmente vão para uma conta no nome do próprio exibidor no exterior. Com este raciocínio, independente do público, o filme estrangeiro é mais vantajoso ao exibidor que o filme nacional (SIMIS, 1996).

Ainda existem as barreiras alfandegárias, que impedem a importação de equipamentos por um curto período para a realização de um filme, sem que se pague as taxas aduaneiras. O que os cineastas propõem é a criação de um fundo de desenvolvimento de projetos audiovisuais, uma carteira de coprodução de projetos e a celebração de acordos entre os ministérios das relações exteriores dos países membros Mercosul, para facilitar as importações, exportações, distribuição e exibição de filmes em salas de cinema e canais de TV, a integração de mercados significaria um potencial de 200 milhões de espectadores ano (SIMIS, 1996).



### 3. METODOLOGIA

Esta pesquisa foi realizada a partir de uma abordagem qualitativa que, segundo Gerhardt e Silveira (2009), é um método utilizado para explicar o porquê das coisas, em que não se quantificam valores, pois os dados analisados não são métricos. Na pesquisa qualitativa o objetivo da amostra é produzir informações aprofundadas e ilustrativas, independente do tamanho, ela deve ser capaz de produzir informações. Portanto, a pesquisa qualitativa busca compreender aspectos da realidade e concentra-se na explicação dinâmica das relações sociais (GERHARDT; SILVEIRA, 2009).

Através da pesquisa qualitativa, bibliográfica, documental e de entrevistas, buscou-se compreender a hegemonia da distribuição do cinema dos Estados Unidos no Brasil, com base nas premissas de Celso Furtado.

Para Furtado (1978), a hegemonia dos Estados Unidos sobre a Brasil é um dos marcos responsáveis pela situação de subdesenvolvimento do país. Segundo o autor a hegemonia foi construída ao longo da história e são destacados quatro aspectos como os principais para a construção dessa hegemonia:

- A ideologia da globalização, disseminada pelos intelectuais acadêmicos;
- As relações entre poder público e poder privado: as formas como o Estado através de seu poder coercitivo e de consenso acaba por determinar as tendências de comportamentos sociais, que por fim são de interesses de instituições privadas;
- Os oligopólios empresariais: a expansão de grandes conglomerados e empresas transnacionais na América Latina, que são de origem norte-americanas;
- A dependência tecnológica.

Na pesquisa exploratória bibliográfica, foi feito levantamento de dados sobre a história do cinema, a fim de contemplar os aspectos que, para Furtado (1978,) são os construtores da hegemonia dos Estados Unidos e verificar em quais desses aspectos a MPAA exerce sua ação como agente construtor da hegemonia do cinema estadunidense.

Posteriormente a pesquisa bibliográfica, foram pesquisados sites com informações para análise de dados secundários, como: Ancine, Filme B e MPAA.

Por último realizou-se uma pesquisa de campo, em que foram feitas entrevistas com pessoas que trabalham em produção, distribuição e exibição cinematográfica, pesquisadores do cinema brasileiro e uma representante da MPAA.

O contato com os entrevistados ocorreu inicialmente através de e-mail e bate papo do facebook. Durante a pesquisa de campo, muitas pessoas foram contatadas para possíveis entrevistas, contudo muitos não deram retorno, outros estavam ocupados em produções e editais da Ancine. A melhor forma que se encontrou para contatar os entrevistados foi por indicações. A partir da realização de algumas entrevistas, foi possível conseguir indicações e realizar contatos telefônicos com os entrevistados. Desta forma, foram feitas entrevistas com treze (13) pessoas.

Quadro 1 – Lista de entrevistados na pesquisa.

Nº	Nome	Atividade
1	Andressa Pappas	Diretora de Assuntos Governamentais na Motion Picture Association of America
2	Leonardo Bomfim	Programador da Cinemateca Capitólio Petrobrás, desde 2015, e da sala P. F. Gastal, desde 2013; jornalista; mestre em comunicação social, doutorando na Escola de Comunicação, Artes e Design da PUC-RS.
3	Luiz Alberto Rodriguês	Sócio-diretor da Panda Filmes, produtora e distribuidora cinematográfica brasileira. Atua como roteirista, produtor e diretor. Atuou na realização de 19 longas-metragens e cinco séries para TV. Pós-graduado em “Producción Audiovisual - Cine y Televisión” pela Universidad Complutense de Madrid (1995); Cursos de extensão universitária em “Vídeo e Televisão” (1985), em “Iniciação ao Cinema” (1989), ambos ministrados na UFRGS e “Cinema de Animação” (1992).
4	André Piero Gatti	Mestre em imagem som da Escola de Comunicação e arte (ECA), no departamento de rádio televisão (CTR) da Universidade de São Paulo (USP). Doutorado pelo Instituto de Artes (IA), no departamento de multimídia da Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP). Professor Titular de História do Cinema Brasileiro Fundação Armando Alvares Penteado. Pesquisador dos temas: cinema brasileiro, comercialização, Embrafilmes, Riofilmes, Globo Filmes, exibição cinematográfica e exibição digital, distribuição comercial de filmes, distribuição digital de filmes para circuitos comerciais de exibição, agentes integradores, Ancine, políticas cinematográficas, Gustavo Dahl, Congresso de Cinema Brasileiro.
5	Leonor Araujo	Responsável pela Programação da Vitrine Filmes desde 2015, ano em que entrou no mercado de Distribuição de Cinema. Licenciada em Teatro pela Escola Superior Artística do Porto (Portugal) trabalhou desde 2001 com produção de teatro, música, cinema e eventos. A sua carreira enquanto produtora começou no The Blank Theatre, uma pequena companhia teatral em Los Angeles, EUA, passando por eventos como o festival de música Primavera Sounds e a Copa do Mundo Fifa de 2014. Na área de Cinema e TV, trabalhou em vários projetos para produtoras como Conspiração Filmes, Bossa Nova, Domo Produções, entre outros.
6	Daniela Reis	Atriz profissional formada pela casa de teatro de Porto Alegre. Formada em Administração de Empresa. Pós graduada em Metodologia de Ensino da Artes. Atua como atriz autônomo, é professora de teatro na rede privada de ensino. Membro do Grupo de Teatro Coletivo Montingente.
7	Marcelo Lyra	Produtor independente; crítico de cinema desde 1999; Jornalista sempre na área de cinema; especialização em cinema pela ECA-USP; Professor sobre a história do cinema, crítica de cinema no Sesc e Espaço Itau.
8	Matheus Picolli	Produtor executivo, assistente de direção e montador. Formado pelo Curso de Realização Audiovisual (CRAV), na UNISINOS. Na área de produção, participou do longa-metragem "Rasga Coração" (dir. Jorge Furtado, 2018). Atualmente é produtor executivo do game "Esquadrão 51". No departamento da assistência de direção, trabalhou no longa "Depois de Ser

		Cinza" (dir. Eduardo Wannmacher, 2018) e nas séries "Para Que Servem os Homens" (2013, RBSTV) e "Ocidentes" (2013, TVE/RS). Matheus foi premiado na área de montagem com os curtas "Consertam-se Gaitas" (dirs. Ana Cris Paulus, Boca Migotto e Gue Martini, 2016) e "Secundas" (dir. Cacá Nazario, 2017).
9	Tânia Cardoso	Trabalha desde 2008 no Departamento de Difusão Cultural da UFRGS, na coordenadoria e curadoria da Sala da Redenção – cinema universitário. Especialização em Cinema pela Universidade do Vale dos Sinos. Mestre em literatura comparada. Doutora em literatura brasileira.
10	Henrique Zanoni	Ator, diretor, produtor, roteirista e dramaturgo. Sócio da produtora de cinema Bela Filmes, professor da Academia Internacional de Cinema e fundador da Cia dos Infames de teatro. No cinema, dirigiu os curtas-metragens Brutalidade (2015), que participou de mais de 15 festivais nacionais e internacionais, e “Quem Perdeu o Telhado em Troca Recebe as Estrelas (2018), que teve sua estreia no 21o Festival Tiradentes de Cinema e na Mostra Tiradentes SP. Atuou nos longas-metragens “Corpo Elétrico” (2017), “Ap 420” (2017), “Em Busca de Borges” (2016), “No Vazio da Noite” (2016), “Amador (2014), “Hamlet” (2014) e “Sinfonia de um Homem Só”. Foi indicado ao prêmio de melhor ator, no festival SESC Melhores Filmes, por “Hamlet” e melhor ator co-adjuvante por “Fome”. É roteirista dos longas-metragens “Em Busca de Borges” (2016), “No Vazio da Noite” (2016), “Amador (2014), “Hamlet” (2014) e “Brutalidade” (2015). Produziu os longas-metragens “Estopo Balaio” (2017), “Ap 420”, “Em Busca de Borges” (2016), “No Vazio da Noite” (2016), “Amador (2014), “Hamlet” (2014), “Sermão dos Peixes” (2015), “Fome” (2015). Foi assistente de direção nos filmes “Fome” e “Ap 420”.
11	Diego Tafarel	Formado em Produção audiovisual pela Unisc. Atua na área desde 2000. Socio proprietário, diretor e roteirista na empresa Pé de Coelho. Trabalha com vídeos publicitários, institucionais, cinematográficos, entre outros. No cinema já dirigiu curtas metragens que rodaram fora do Brasil e ganhou prêmios nos festivais de Gramado, Pernambuco e Rio de Janeiro.
12	Dani Fogliato	Produtora e produtora de elenco, participou de longa-metragens e series como: – Guaíba, onde as águas se encontram, Série Documental – Produtora: Paralelo 30 Cinema e TV – Direção: Pedro Zimmermann – 2018. – A cabeça de Gumercindo Saraiva, Longa-metragem – Produtora: Walper Ruas – Direção: Tabajara Ruas – 2017. – Proibido para Maiores, Série de Ficção – Produtora: Atama Filmes – Direção: Felipe Iesbick – 2017. – A Espera de Liz, Longa-metragem – Produtora: Aquarela Produções Culturais – Direção: Bruno Torres – 2015. – Em 97 era assim, Longa-metragem – Produtora: Panda Filmes – Direção: Zeca Britto – 2015. – Prova de Coragem, Longa-metragem – Produtora: Globo Filmes – Direção: Roberto Gervitz – 2014. – Oxigênio, Série de Ficção Científica – Produtora: Panda Filmes – Direção: Pedro Zimmermann – 2013. – O Tempo e o Vento, Longa-metragem – Produtora: Globo Filmes – Direção: Jayme Monjardim – 2012. – Menos que Nada, Longa-metragem – Produtora: Casa de Cinema de Porto Alegre – Direção: Carlos Gerbase – 2010.
13	Bia Barcelos	Produtora Cultural desde 1987, trabalha com exibição e difusão do cinema nacional. Trabalhou na assessoria de festivais de cinema em Brasília e Gramado. Foi coordenadora de Cinema, Vídeo e Fotografia da Secretária Municipal de Cultura de Porto Alegre, criou a sala PFGastal. Elaborou o projeto da sala de cinema do CineBancários, há dez anos é responsável pela curadoria e programação da sala.

A pedido de uma das entrevistadas, Andressa Pappas, da MPAA, foi enviado um questionário (Apêndice 1) por e-mail para que as perguntas fossem respondidas por escrito, pois, para a entrevistada não estava com disponibilidade de tempo.

Com exceção da Andressa Pappas, que foi enviado um questionário para ser respondido, as entrevistas com todos os demais participantes foram feitas de maneira oral, um diálogo, a partir de um questionário semi estruturado (Apêndice 2). Cinco das entrevistas foram feitas pessoalmente, cinco por Whatsapp e três por Skype. O tempo médio das entrevistas foi de aproximadamente uma hora. O roteiro foi composto por perguntas abertas, para que os entrevistados pudessem expor com mais densidade suas reflexões sobre as questões. A todos foi solicitado autorização para gravar a entrevista.

O método utilizado para compilação dos dados foi a análise de conteúdo, que segundo Bardin (2011), é um método que possui três fases fundamentais: pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados – a inferência e a interpretação.

Na primeira fase – pré-análise - foi feita a organização do material. Neste momento as entrevistas foram transcritas e, posteriormente, lidas. Na segunda fase realizou-se a análise cuidadosa do conteúdo e os discursos que se relacionavam com o problema e objetivos da pesquisa. A partir da análise, as informações obtidas foram agrupadas conforme os aspectos que Furtado (1978) julga serem formadores da hegemonia. Na terceira fase as informações foram interpretadas, com fim a torna-las válidas e significativas.

Na análise dos dados procurou-se, principalmente: verificar questões sobre o desenvolvimento econômico e relaciona-las com a indústria cinematográfica; compreender em que estão fundamentadas as ações da MPAA; entender a atuação dos conglomerados internacionais; levantar informações consideradas relevantes em relação a tecnologia; e ampliar os conhecimentos sobre a distribuição cinematográfica e a forma como as ações da MPAA podem ser determinantes neste aspecto.

## 4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS

Este capítulo está organizado em cinco partes principais, que subdividem-se. São apresentadas informações dos aspectos considerados relevantes para este estudo, conforme indicado na metodologia. Na primeira parte é feito levantamento de informações sobre desenvolvimento econômico que são relacionados à história do cinema. Em seguida se apresenta um pouco da história do cinema das majors norte-americanas e a atuação da MPAA. A terceira parte mostra aspectos ligados a expansão dos conglomerados internacionais. O quarto capítulo expõe uma breve apresentação sobre a história da evolução tecnológica na indústria cinematográfica. Por último são apresentadas informações históricas e quantitativas sobre a distribuição cinematográfica nacional.

### 4.1 DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E A INDÚSTRIA CINEMATOGRAFICA

A atividade de produção cinematográfica surgiu nos Estados Unidos e França, concomitante à revolução industrial. Empresários norte-americanos e europeus dedicaram-se a desenvolver máquinas e instrumentos que possibilitaram a impressão de imagens que proporcionassem a sensação de estar em movimento. Porém, não foi apenas uma criação para entretenimento, o cinema foi projetado em escalas mundiais como um lucrativo negócio. Uma máquina de contar histórias para gigantescas plateias ao longo dos séculos - histórias as vezes baseadas em fatos reais, outras completamente fantasiosas, mas que provocam a ilusão de realidade. Esta talvez seja a base do sucesso da indústria cinematográfica – a ilusão sobre a impressão da realidade. Com a expansão desta lucrativa indústria, a América Latina, no fim do século XIX deixou de ser colônia para continuar como periferia europeia e norte-americana - periferia devido a relação de dependência (BERNARDET, 1980; MELEIRO, 2010; PARANAGUÁ, 1984).

Segundo E7, o mercado cinematográfico foi formatado pela indústria norte-americana, mais especificamente pelas majors, que são as grandes produtoras e distribuidoras do setor. O cinema para Hollywood é uma indústria, sendo a segunda maior fonte de renda de exportação dos Estados Unidos. O audiovisual é, desta forma, um setor estratégico para o governo.

“Enquanto aqui no Brasil o governo atual esta se lixando, embora tenha as leis de incentivo, o fato é que o cinema é formatado para o cinema americano”

Desde o início do cinema, Estados Unidos tem uma produção hegemônica, afirma E2. O cinema já havia sido pensado política e ideologicamente, antes mesmo dos países desenvolverem seu cinema, os Estados Unidos já eram dominante. A Europa também dominou um período, mas os Estados Unidos já haviam pensado no cinema mais estrategicamente para fins políticos e comerciais, justamente por isso, um dos departamentos responsáveis pelas relações exteriores do país é a Motion Picture Association of America.

Na técnica cinematográfica destaca-se o dom da ubiquidade, estar em vários lugares ao mesmo tempo, diferente do que acontece em uma peça teatral, onde cada apresentação é única. O cinema apresenta-se como o movimento da vida, mas não há movimento, tudo é uma ilusão de ótica, a imagem é sempre imóvel. Fotografa-se imagens com intervalos de tempo curtíssimos, no qual a interrupção não é perceptível aos olhos. Longos períodos de estudos e pesquisas foram necessários até chegar ao ponto de reprodução de uma realidade que pareça natural. A forma como o cinema se apresenta ignora, para quem o vê, a intervenção humana por trás até chegar às telas (BERNARDET, 1980).

Poucos anos após as primeiras exibições cinematográficas no exterior, o cinema chega ao Brasil, no Rio de Janeiro é o local onde acontece a primeira sessão pública comprovada na América Latina no ano de 1896. O Brasil, um país rural com traços de dependência tecnológica dos países industrializados, que importava, diz Gomes (1980), até “palito de dente”, passou também a importar o entretenimento (GOMES, 1980; BERNARDET, 1980; MELEIRO, 2010; PARANAGUÁ, 1984).

Durante os primeiros anos de cinema no Brasil, a atividade comercial de exibição, tanto de fitas importadas como as de produção artesanal, eram poucas em razão do precário sistema de abastecimento energético da época. Somente em 1907, com a produção industrial de energia elétrica é que o comércio cinematográfico alargou-se, houve significativo aumento nas importações de fitas virgens e equipamentos para produção dos filmes nacionais. Nos anos seguintes, até 1912 o Brasil viveu a "Idade de Ouro" (GOMES, 1980).

O público, que ainda não havia desenvolvido gosto definido por determinados estilos de produção cinematográfica, demandava as exibições de filmes domésticos e independentes. Esse período, em que as produções nacionais no Brasil tiveram o primeiro ciclo estável de produção, distribuição e exibição, foi chamado de *Belle Époque* (GOMES, 1980; SIMIS, 1996).

Muitas mudanças aconteciam ao redor do mundo no final do século XIX, início do século XX. A revolução industrial se alastrava no mundo. O cinema transformou-se em uma

importante indústria nos países desenvolvidos, o que interrompeu a “idade de ouro” do cinema brasileiro. Novos modelos nas relações de trabalho foram criados a partir da penetração de indústrias vindas de países desenvolvidos para os países subdesenvolvidos (BERNARDET, 1980).

O fim da Bela Époque caracterizou-se pela grande quantidade de filmes estrangeiros no Brasil. O desenvolvimento de novas técnicas e os investimentos em produções brasileiras foram reduzidos, a linguagem do cinema nacional permaneceu primitiva até início da década de vinte (GOMES, 1980). Consoante Simis, (1996), uma das razões para o declínio das produções nacionais foi a dificuldade na importação de fitas virgens, fato relacionado a revolução que o cinema estadunidense promoveria e que traria consequências para diversos países, inclusive ao Brasil.

A sétima arte, para Bernardet (1980), não se trata de uma arte qualquer. Para sua concepção são necessárias máquinas, processos químicos. Esses conjuntos de elementos dão a impressão do cinema ser uma arte neutra, sem a influência do homem, diferente de um poema, pintura ou música, que são produzidas e associadas diretamente a quem as fez. Durante alguns anos acreditou-se na neutralidade do cinema como arte, mas com o passar do tempo tomou-se consciência do poderoso apontador de ideologia nacionalista que se ocupa em identificar uma coletividade.

A exemplo do poder de influência do cinema, Bernardet (1980) cita os soviéticos, que principalmente nos anos 20, fundamentaram muito do seu trabalho na valorização da montagem. Para os soviéticos, a montagem não era a construção imediata da realidade, mas a construção de uma realidade subjetiva e imaginária. Apresenta-se imagens que estimulam a imaginação do espectador e sem apontar diretamente nenhuma interpretação surge uma dedução.

Pela justaposição das imagens que são exibidas o espectador constrói conclusões, a ideia é de que de duas imagens sempre surge uma terceira significação. Se tem, desta forma o pensamento dialético em três fases: “a tese, a antítese e a montagem” (BERNARDET, 1980, pág. 25). A estrutura da montagem é a estrutura do pensamento, desta forma o cinema não se limita a contar histórias, ele reproduz ideias. A partir da montagem de fatos sucederá o desenvolvimento de um raciocínio.

O cinema, através de seu olhar mecânico, não apresenta o sujeito, mantém oculto aspectos artificiais para criar a impressão da realidade. A história da cinematografia é um campo de luta, no qual esforça-se em fazer aparecer os “ocultos” que falam e produzem o cinema (BERNARDET, 1980; SIMIS, 1996). Sobre a influência do cinema, Gomes (1980) alertava a

questão do controle moral e de costumes promovida por líderes políticos como Hitler, Lenin, Mussolini.

Desta forma, vê-se o cinema como um instrumento para manter o domínio de classe. A classe dominante para ter sua ideologia aceita não pode expor, nem impor, premissas como sendo evidentemente suas, mas apresentá-las de forma que pareçam uma despreziosa verdade. Sem um sujeito para ser questionado, as premissas são aceitas e desenvolve-se o consenso (BERNARDET, 1980).

A relevância da indústria cinematográfica no Brasil, só passou a ser percebida por volta da década de 30, com a criação do Departamento de Propaganda e Difusão Cultural – DPDC. O órgão se propunha a estimular a produção de filmes educativos por meio de prêmios e incentivos fiscais. Mas o mesmo foi extinto e substituído pelo Departamento de Imprensa e Propaganda - DIP, que tinha por característica a utilização de instrumentos de propagandas para obter o controle social. Era instrumento de um projeto político e ideológico socialmente dominante na época (SIMIS, 1996).

O DIP foi importante na intervenção e difusão cultural e tinha por principais competências (SIMIS, 1996):

- Censura do cinema, teatro e funções recreativas de qualquer natureza;
- Estimular e classificar filmes nacionais, discriminando educativos de outros;
- Sugerir ao governo isenção ou redução de impostos e taxas federais para filmes educativos e de propaganda;
- Conceder vantagens para determinadas produções que estivessem dentro de sua alçada.

O DIP chegou a estabelecer um laboratório cinematográfico que funcionou pelo período de 1 ano - 1945 a 1946. Anterior a esta data eram utilizados laboratórios particulares que cobravam valores elevados, por sinal, mais do que suficiente para que os produtores adquirissem aparelhagem própria. Todavia, segundo Simis (1996), diversas barreiras que dificultavam a implantação de laboratórios no Brasil foram impostas pelo *Office of Coordinator of Inter American Affairs* (OCIAA).

Em países como a antiga URSS e Alemanha as produções cinematográficas eram de controle estatal; já em países como Brasil e França as produções eram privadas, mas reguladas pelo estado; porém, as produções norte-americanas, nunca viram com bons olhos a intervenção estatal e apenas a lei do antitruste enfraqueceu um pouco Hollywood nos anos 50 (BERNARDET, 1980).



Com o progresso do protecionismo, o governo brasileiro no período dos anos 30 estabeleceu uma lei que obrigava às salas de cinema a exibição de pelos menos um longa-metragem nacional no ano. Outros países na América Latina adotaram medidas similares, como México, Argentina e Colômbia. Para a continuidade das produções, distribuições e exibições dos filmes das indústrias nacionais, frente a concorrência norte-americana, tornou-se imprescindível a intervenção estatal (PARANAGUÁ, 1984).

Percebida a importância do cinema na construção de uma ideologia dominante, surgem as primeiras medidas protecionistas ao cinema nacional no Governo Getúlio Vargas, contudo, não foram suficientes para reduzir a ocupação<sup>32</sup> norte-americana (PARANAGUÁ, 1984).

No governo Getúlio Vargas, uma importante medida para manter a produção cinematográfica nacional foi a criação da Cota de Tela. Entretanto, essa medida apenas impediu o fim das produções nacionais e não o aumento da possibilidade dos filmes nacionais ocupar as salas de exibição de maneira satisfatória. Conseguir ocupar as salas de cinema só seria possível mediante a redução ou a restrição da entrada do cinema estrangeiro. Porém, restringir a entrada do cinema vindo dos Estados Unidos no Brasil era inviável, afinal, mediante a uma ação desse tipo as relações comerciais ligadas à agricultura seriam prejudicadas (SIMIS, 2009; BERNARDET, 1980).

Na opinião de E4, o Brasil jamais entrará em conflitos comerciais com os Estados Unidos, principalmente se tratando do audiovisual. “A única relação que levou o Brasil aos foros internacionais contra os Estados Unidos foi na relação com o algodão, algo em relação a questão de subsídios, que eu não entendo muito. Mas, mesmo assim, o Brasil não quis exercer o poder de sanção que foi concedido pela OMC, isso deve dizer alguma coisa”.

Na era Vargas as produções nacionais foram reforçadas, além do sistema de Cota de Tela, foram estabelecidos incentivos fiscais para produções voltadas à educação no plano de longas-metragens. Dados numéricos oficiais, segundo Simis (2009), demonstram que entre 1935 e 1939 houve significativo crescimento nas produções nacionais, de 486 para 789.

Apesar do aumento de produções na década de 30, o resultado positivo desse período não foi suficiente para consolidar uma indústria cinematográfica nacional. Os problemas ainda permanecem os mesmos. Ocupar as salas de cinema é um desafio que existe desde que o cinema começou a ser uma atividade comercial, explica E3. No Brasil, não se tinha uma economia sólida que pudesse gerar filmes de peso, que competissem com os de Hollywood ou com os

---

<sup>32</sup> Expressão utilizada por Gomes (1980), para se referir a empresas estrangeiras que atuam no mercado brasileiro.

européus. Assim, sem produções que consolidassem a cinema nacional, o Estado teve que assumir a responsabilidade de patrocinar as obras nacionais.

Apesar das tentativas de consolidação, o cinema brasileiro sempre se caracterizou como dependente de estímulos estatais para produção. O mercado cinematográfico exige investimentos monetários e espera-se ter retorno do investimento com as exibições ao público. Contudo, obter retorno das produções “puramente” nacionais é bastante difícil enquanto concorre com os filmes estrangeiros, em que destacam-se os das produtoras e distribuidoras associadas a MPAA (GATTI, 2005).

Durante o principal período de expansão da indústria cinematográfica norte-americana – a Segunda Guerra Mundial - a luta pela dominação estadunidense no Brasil encontrou maior resistência no Sul e Sudeste, regiões onde a embaixada Alemã e Italiana implantaram políticas de subsídios para tornar o valor dos ingressos mais baixos em salas que exibissem filmes de países do Eixo, essas ações prolongaram a disputa do mercado cinematográfico (QUINTANEIRO, 2007).

Em Porto Alegre, mesmo com políticas opressoras à exibição de filmes dos países do Eixo impostas pela embaixada norte americana, os proprietários persistiram na exibição dos filmes “indesejáveis”. Mas, por fim, as ações esmagadoras da OCIAA sobre os empresários que desobedecessem às exigências das distribuidoras norte americanas atingiram os objetivos propostos (QUINTANEIRO, 2007).

A participação do Brasil na guerra permitiu a produção de significativo número de filmes, em que os temas fundamentais giravam em torno da espionagem alemã no território nacional e contava com a cooperação das forças armadas em gravações e produções de cenário. Algumas produções pautadas em obras literárias tentaram fugir dos temas de guerra, contudo o acesso às salas de exibição eram difíceis e a imprensa, que poderia influenciar o público e estimular a demanda por produções de gêneros não relacionadas a guerra, não chegava nem a ter conhecimento da existência dessas produções. Assim, os filmes com propostas não hegemônicas eram marginalizados (BERNARDET, 1980; GOMES, 1980).

Apesar das várias tentativas de desenvolvimento do cinema nacional: Bela Época, Chanchadas e Cinema Novo, as propostas acabaram por serem vencidas pelos modelos hegemônicos das grandes indústrias norte-americanas. E3 diz que faltava muita qualidade no filme brasileiro e o público acabava por fugir das salas. Furtado (1978) explica que o poder exercido pelas grandes indústrias pode ser percebido na capacidade de condicionar o comportamento da população consumidora.

Os países latino americanos, como o Brasil, apoiam seu desenvolvimento na industrialização através de super estruturas externas. Admite-se que a estrutura latino americana está profundamente penetrada por outra estrutura multinacional, que por via de regra é estadunidense (FURTADO, 1987).

Não somos europeus nem americanos do norte, mas destituídos de cultura original, nada em nós é estrangeiro, pois tudo o é. A penosa construção de nós mesmos se desenvolve na dialética rarefeita entre o não ser e o ser outro. O filme brasileiro participa do mecanismo e o altera através de nossa incompetência criativa em copiar (GOMES, 1980, pág. 88).

No Brasil, diferente do que aconteceu com a Índia – onde os filmes americanos e europeus atraíram de forma moderada o público, revelando-se incapazes de construir uma grande demanda comercial -, o cinema brasileiro nunca apresentou efetivamente uma cultura diversa do ocidente, o Brasil é um prolongamento do ocidente (GOMES, 1980). A análise histórica da distribuição fílmica no Estado brasileiro revela que apenas as companhias distribuidoras de filmes importados mantiveram a sua posição intacta, ao longo dos anos, no mercado nacional (GATTI, 2005).

Os interesses do comércio cinematográfico nacional giram em torno do cinema importado, prosseguindo o mercado brasileiro saturado pelo produto estrangeiro. A consequência é que os filmes nacionais são obrigados a enfrentar a má vontade do comércio, conseguindo exibições graças ao amparo legal. O Brasil não apresenta resistência às imposições culturais dos ocupantes. O estrangeiro observa a estrutura do país e o que não lhes parece adequado é modificado (GOMES, 1980).

Nos anos 60 do século passado, explica E3, foi criada a empresa de economia mista, Embrafilme, que começou a injetar recursos na produção cinematográfica nacional, a partir dos anos 70, até quase final dos anos 80, quando chegou a ter 1/3 de marketshare. Nos anos da década de 80, o Brasil teve uma produção intensa e com grande público, “Dona Flor e seus dois maridos”, “Quixote”, “A dama do loteação”, e inúmeros outros filmes de diferentes gêneros.

Nesse período as imagens da televisão nas casas eram ruins e o cinema era um dos principais destinos de evento das pessoas. No período dos anos 70/80 havia muita demanda por filmes e interesse crescente em assistir a produção nacional, porém, não houve uma política, por parte da Embrafilme cujo o critério fosse a qualidade artística e comercial das produções. “Como acontece sempre no Brasil”, afirma E3, “um grupo de produtores de diretores muito próximos a sede da Embrafilme no Brasil apoderaram-se dos principais recursos, o que levou a uma dificuldade imensa de que novos realizadores, novas mentes criativas, entrassem no processo de financiamento público”.

“Com a dificuldade de inovação”, continua E3, “o cinema nacional foi definhando em qualidade, e o público foi se afastando das salas”. Do meio para o final dos anos 80, ainda existiram filmes produzidos, muito interessantes, com recursos da Embrafilme, porém, esta já estava combalida e o que ainda estimulava a permanência no filme brasileiro em cartaz era a Cota de Tela. Havia uma Cota de Tela obrigatória nas salas de cinema, que apesar de serem propriedade privada, por se tratar de um espaço público, estava sujeito a ser regulado pelo Estado. A regulação da Cota de Tela, estabelecia que pelo menos 1/3 do ano, o dono da sala deveria colocar filmes nacionais, do contrário, pagaria multas serias (E3).

O cinema brasileiro teve um novo impulso, apoiado pelo Estado a partir de 1974. Apesar das crises a produção se manteve, mas, ao final de década de 80, foi praticamente extinta. O subdesenvolvimento econômico, para o cinema brasileiro, é um estado não superado e sem efetivas promessas. Em virtude da conjuntura dos negócios do audiovisual: os métodos de altos investimentos e alta tecnologia fizeram retornar, a partir de 1970, a hegemonia hollywoodiana, que mostrou uma força surpreendente para quem tinha como referência o cinema moderno de 1960 e 1970 (GOMES, 1980).

Ao longo da história, a América Latina não teve capacidade de estabelecer uma indústria cinematográfica capaz de competir com a produção norte-americana no próprio mercado interno e, menos ainda, em âmbito internacional. Apesar de em determinadas épocas alguns filmes terem se destacado no Brasil, Argentina, México ou Cuba, em termos gerais, nenhum sucesso a longo prazo pôde ser estabelecido, como ocorre em outras latitudes a exemplos da Índia e Japão (GATTI, 2007).

A exibição de produções cinematográficas da indústria norte-americana apresenta vantagens comerciais difíceis de serem superadas pelas produções dos países latino-americanos. Diferente do que ocorre no sudeste asiático em que o governo desenvolve medidas de apoio e de proteção à indústria nacional, detecta-se a falta de políticas eficientes voltadas para a produção, distribuição e internacionalização do cinema brasileiro; esse aspecto é considerado o responsável pela ocupação norte-americana no cinema nacional (BOLAÑO, SANTOS, DOMINGUEZ, 2006; GATTI, 2005).

Para E3 o cinema brasileiro, no período da Embrafilme, já tinha o verdadeiro culto ao cinema espetáculo, como os blockbusters. “Os filmes de grandes produções tinham, como ainda tem, claramente a preferência do público, pela qualidade e pelos efeitos especiais”. No período da década de 80, os donos das salas entraram na justiça alegando a ilegalidade da Cota de Tela, pois a atividade de exibição é uma atividade privada, que não recebia recurso do poder público.

Muitos exibidores ganharam as causas para a retirada da Cota de Tela, com isso, gerou uma jurisprudência e a exibição do filme brasileiro deixou de ser obrigatória (E3).

Está intrínseca nas raízes do cinema brasileiro a presença agressiva e maciça do filme estrangeiro. Seja ele importado por empresas brasileiras, seja por subsidiárias vindas do exterior. A ocupação do estrangeiro no mercado nacional, não apenas limitou a possibilidade de uma cinematografia nacional, como condicionou às estruturas de mercado (BERNARDET (1980).

A indústria cinematográfica, explica Gatti (2007), encontra-se dividida em quatro ramos principais de atividades: produção, distribuição, exibição e indústrias técnicas. Na produção cinematográfica é onde se encontra o maior nível de concentração de capital e trabalho; a distribuição é responsável pela circulação do filme no mercado; a exibição, pode-se dizer, é o setor mais abrangente da indústria, pois, países que não podem produzir filmes com frequência, ainda assim conseguem exibi-los. No Brasil, a exibição foi o ramo que mais se desenvolveu, porém é totalmente dependente da produção e distribuição (GATTI, 2007). As indústrias técnicas estão concentradas nos países de alto desenvolvimento industrial. Este ramo atende dois níveis da produção cinematográfica: o primeiro refere-se ao aparato tecnológico para a produção do filme em si, o segundo as adaptações necessárias para a exibição ao consumidor (GATTI, 2007).

Cabe ressaltar que a maior parte dos filmes latino-americanos que entram no circuito comercial brasileiro é distribuída por companhias norte-americanas. Essa prática tem sido comum nos últimos anos com o investimento cada vez maior das majors no mercado brasileiro (BOLAÑO, SANTOS, DOMINGUEZ, 2006).

O mesmo que acontece em outros segmentos industriais capitalistas, se ocorre na indústria cinematográfica: a integração econômica horizontal e vertical, que obedece a lógica do capitalismo - a busca permanente pela remuneração do capital. No cinema, as duas formas de integração, vertical ou horizontal, tem como objetivo restringir a entrada de concorrentes (GATTI, 2007).

A integração horizontal clássica, geralmente, acontece quando empresas cinematográficas menores são compradas por empresas mais capitalizadas no mesmo ramo de atividade (produção, distribuição ou exibição). A integração vertical ocorre quando uma empresa ou conglomerado de empresas atuam em diferentes ramos de atividade, por vezes complementares (GATTI, 2007).

As indústrias cinematográficas localizadas na América Latina e em outros continentes, cujas economias não se encontram no mesmo patamar que as economias centrais, explica E10,

possuem distribuidores para os filmes locais. O que de fato acontece é que o grupo das distribuidoras norte-americanas é claramente mais poderoso e melhor organizado.

A produção e a distribuição de filmes permanecem nas mãos de grandes companhias, o que reflete a divisão internacional do trabalho, que está relacionado à revolução tecnológica, aos investimentos em pesquisas e grande parte da produção nos países mais desenvolvidos. De maneira geral, as produções de países periféricos sempre encontram dificuldades para penetrar nos mercados locais, pois sua capacidade de competir com distribuidoras estrangeiras, notadamente as norte-americanas, é muito baixa (GATTI, 2007).

É observado por E3, que no presente período, o Brasil sofre por não existir isonomia competitiva, não há capital, nem expertise para fazer grandes filmes de efeitos especiais. No Brasil também não existe o costume de capitais privados financiarem as produções, os investimentos que se têm são a partir de uma dedução fiscal, no caso da lei Rouanet e do Audiovisual, diferente do que acontece na cultura dos Estados Unidos. Outro ponto que dificulta a expansão do cinema brasileiro no mundo, comenta E3, é o idioma: “somos um idioma extremamente minoritário e ainda vivemos em um continente que se fala predominantemente inglês e espanhol”.

Esses aspectos, o aspecto das diferenças culturais, infere dificuldade em nossos filmes serem aceitos, serem suficientemente universais. Embora o problema do idioma não seja determinante, o cruzamento dessas linhas faz com que a gente tenha muita dificuldade em ocupar os espaços de mercado (E3).

A dominação norte americana no Brasil resulta em uma dualidade nas produções nacionais. De forma recorrente, os realizadores de filmes nacionais apresentam a demanda ideológica nacionalista, com apelos à preservação da identidade cultural da tradição cinematográfica. Porém, em um momento alegam a falta de recursos financeiros para enfrentar as pressões externas, exigem reserva de mercado, renúncia fiscal. Em outro ponto, com o pretexto de se manter competitivos moldam suas produções segundo o que é ditado pelo modelo hollywoodiano (REIS, 2005).

Reis (2005) explica que o cinema é um construtor de *telos*<sup>33</sup>: “uma imagem construída pelo discurso hegemônico com o fito de se tornar uma meta a ser perseguida, incansavelmente, pelo conjunto da sociedade, conduzida pela classe que o elaborou” (REIS, 2005, p. 141). Com a impossibilidade de manter-se em constante antagonismo, impõe-se ao *telos* a necessidade de adaptação.

---

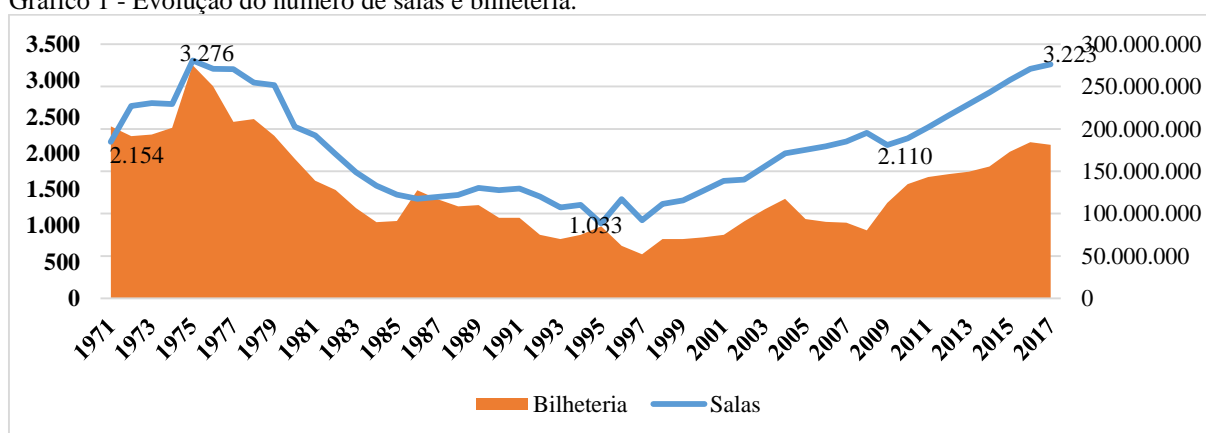
<sup>33</sup> O caráter programático e estrutural do *telos* permite que ele se ajuste as configurações políticas surgidas na conjuntura que se insere, ao mesmo tempo que se sujeita aos conceitos e propostas a ele subordinados num caráter fundamentalmente econômico (REIS, 2005).

A política neoliberal imposta pelo governo de Fernando Collor de Melo em 1990, fechamento da Embrafilme, Concine e a paralisação quase total da atividade produtiva - entre 1990 e 1991, levou a potencializar a expansão do cinema estadunidense. O número de salas também foi reduzido e só voltou a subir em 1998, mas até o presente momento não alcançou o patamar da década de 70, que em 1975 chegou a 3.276 salas. O público também é outro ponto que nunca retornou ao patamar da década de 70, onde em 1975 o público nas salas de cinema chegou a 275.380.446 (BOLAÑO, SANTOS, DOMINGUEZ, 2006; OCA, 2018).

Imediatamente a primeira eleição direta e a vitória de Collor, são fechadas várias instituições e a Embrafilme, faz com que deixe de haver recursos públicos para as produções cinematográficas. Até 1996/97, o cinema brasileiro produziu muito pouco, o cinema americano já tinha 80% do mercado, então, ele tomou conta por completo. O pior ano foi 1992 - Pra fazer uma comparação, nesse último ano foi produzido 260 longas metragens, em 92 tivemos 2 ou 3 filmes produzidos. Então, depois que se perde espaço no mercado fica muito difícil. E esse período, também é um período onde o cinema Europeu está muito concentrado no cinema autoral, de artes, etc., e também perde seu espaço no mercado brasileiro, para o filme espetáculo, para o blockbuster americano. Em determinados anos da década de 90, os blockbusters chegaram a ter 92% de ocupação. Com a criação da lei Rouanet em 91 e com a criação da lei do Audiovisual em 93, voltaram a existir recursos públicos para a produção de filmes e o cinema brasileiro vai voltando a ocupar parte do mercado (E3).

Com a abertura de mercado no governo Collor, diz E6, o Brasil passou por uma enxurrada de produtos internacionais e junto com a enorme quantidade de filmes e propagandas vieram produtos associados a esses filmes. Nas produções dos blockbusters este explicita ações de vendas pesadas por conglomerados. “Se sai um filme da Marvel, na semana seguinte você vê brinquedos dos personagens, tema de festa do filme. É uma questão de mercado mesmo, você não vê esse tipo de coisa quando sai um filme nacional” (E6).

Gráfico 1 - Evolução do número de salas e bilheteria.



Fonte: Ancine (2018).

Apesar das retomadas de investimentos em produções nacionais, com o fim do governo Collor, as dificuldades no que tange a distribuição permaneceram. Pois, sem políticas para

estabelecer as regras para a distribuição da produção nacional os filmes não chegam ao público (MELEIRO, 2010).

Para Barone (2008), a década de 90 se apresenta com um esforço por parte do Estado na recuperação da produção audiovisual, a partir da lei do Audiovisual e Rouanet. A média de produção, que não chegava a meio dúzia em 1995, alavancou para noventa títulos em 2007. Porém, a exibição permanece um desafio, afinal de contas, como toda atividade comercial em um sistema industrializado, alcançar o público é imprescindível. Mas é importante lembrar que no início dos anos 90, o mercado neoliberal facilitou a ocupação do filme hollywoodiano.

A partir dos anos 2000, conforme E3, o cinema nacional teve outro “boom”, sendo que em alguns anos, pelo menos dois anos desta década, o cinema chegou a ter 20% do mercado com filmes de grande público, como “Os dois filhos de Francisco”, “Se eu fosse você”, estilos muito calcados em um gênero que tinha dado certo nos anos 70, a comédia carioca. Também deve-se destacar a participação do “fantástico elenco da Rede Globo”, nas palavras de E3. Com o interesse da Rede Globo, a criação do departamento Globo Filmes e o apoio da mídia os filmes “bombaram”, mesmo com o crescimento paralelo do homevideo – DVD -, que começou no meio dos anos 90 e depois no início dos anos 2000.

A convergência do audiovisual, mostra-se como uma prática efetiva na promoção do filme nacional. Para o governo dos Estados Unidos desenvolver o cinema e a convergência do audiovisual foi uma prática necessária e que contou com a ajuda do Estado em aspectos legislativos (MELEIRO, 2010).

Para que se consumasse a integração entre cinema e televisão foi capital a regulamentação da *Federal Communications Commission* (FCC), que até 1993 proibiu as redes de televisão de consumir e distribuir mais do que 30% dos seus próprios programas. Com esse dispositivo, o governo norte-americano estimulou a convergência entre as duas mídias, fazendo com que a produção de Hollywood suprisse a grade de programação das televisões (MELEIRO, 2010, p. 37).

“O cinema nacional, assim como o norte-americano, deveria passar com mais frequência na TV aberta, as pessoas deveriam ver mais filmes nacionais na Televisão aberta”, afirma E11. Se forem analisadas as quantidades de filmes nacionais que são exibidos em canais abertos pelas redes de televisão nacionais, pode-se perceber que é bastante inferior ao número de filmes de Hollywood exibidos. Na opinião de E11, a televisão aberta deveria ser mais incentivada e estabelecido leis mais rígidas para a exibição do filme nacional, “Talvez dessa forma as pessoas aprenderiam a ver filme nacional. A cota para TV e cinema deveria ser maior” (E11).

Aconteceu no Brasil o mesmo que na maioria dos países latino-americanos: o governo não criou barreiras e o filme estrangeiro tinha livre acesso às casas da população. Diferente das



ações do governo dos Estados Unidos, que se preocupou justamente em criar políticas e acordos, que facilitassem a exibição das produções norte-americanas através da televisão em escala mundial (MELEIRO, 2010).

No Brasil hoje a distribuidora com maior potencial é a Globo Filmes, que trabalha com uma linha de filmes mais populares, atores globais, desta forma, exclui um pouco o cinema independente. Além da Globo Filmes, existe a Vitri Films, a Imovision. “Então, esse é um problema, nós não temos grandes distribuidoras para trabalhar com o cinema nacional e quando tem é mais voltada mais para o blockbuster nacional, que são os filmes da Globo filmes” (E11).

Somente com a atuação do Estado no campo cinematográfico é que foi possível manter a existência do filme local no Brasil. Apesar da lei do Audiovisual ter aumentado a produção de longas-metragens no país, esta apresenta em suas resoluções brechas que possibilitam a continuidade da ocupação norte-americana e o fortalecimento do modelo hegemônico de produção. Nesse sentido, quanto as criações de regras legislativas, infere-se a ação da MPAA.

A lei do Audiovisual permite que as empresas estrangeiras invistam parte do valor dos impostos devidos (impostos cobrados para o envio dos faturamentos ao exterior) em produção de filmes brasileiros. Desta forma, é admitido que as *majors* participem da produção e da distribuição nacional, assim como imponham determinadas características artísticas, estéticas e de linguagem (GATTI, 2005).

Na opinião de E3, a participação das *majors* como coprodutoras através do artigo 3º da lei do Audiovisual determina em partes o modelo da produção brasileira. “Pelo menos as grandes produtoras sabem que se buscar produzir um filme muito autoral, de reflexão intelectual, não vão receber recursos das grandes produtoras, morrem na casca”. Com modelos de produções mais autorais, as produtoras acabam por ter pouco público, chegam em poucas salas, desta forma, o artigo 3º modelou, em parte, a maneira do Brasil fazer cinema. Com a finalidade de obter recursos oriundos das grandes empresas da indústria cinematográfica, determinados modelos de produções passam a ser seguidos, principalmente o estilo comédia – a comédia carioca tornou-se rapidamente predominante.

Outro aspecto que contribui para a ocupação das *majors* no território nacional é a venda de lotes de filmes, ou seja, se o exibidor deseja ter um determinado título, junto deverá levar outras produções. De acordo com E4, a venda de pacotes de filmes é proibida nos Estados Unidos, em tese, uma empresa norte-americana não pode praticar fora dos Estados Unidos o que é proibido no país, assim esta não poderia ser uma prática no Brasil. Mas como as empresas já não são mais americanas, são transnacionais, “a produção é feita em Hollywood, mas o

escritório pode ficar em Curasal, em algum paraíso fiscal, então essa prática pode acontecer, mas de maneira sutil, subentendida”.

Como no cinema a renda do filme é dividida meio a meio, o exibidor acaba ficando sócio do distribuidor. Então existe a tendência de você não contrariar muito teu sócio, porque na hora que tiver um filme que dá dinheiro o cara fala: - “Pra você eu não vou disponibilizar, porque quando estava aquele filme que não dava nada você não queria e agora você quer, você só quer os filmes que dão grana. Não é assim que funciona também. Na hora do prejuízo você tem que ser solidário conosco, pra sermos solidários na hora do lucro”. As empresas operam muito com esse pensamento. Isso é uma negociação complexa e não é a toa que essas parcerias se estabelecem, hoje em dia, em um nível mais superior, porque na realidade as duas maiores exibidoras em atividade no Brasil são a Cinépolis e a Cinemark, elas tem outro nível de interesse com essas mesmas distribuidoras. Jamais eles vão entrar em conflito com elas. Acontece uma verticalização dissimulada, porque no caso dessas duas empresas, elas tem interesses diferentes, as vezes até conflitantes entre si em algum momento, mas na hora de organizar o mercado elas compõem, elas não se fragmentam. Elas preferem perder um pouco agora e ganhar depois, pois elas tem folego pra isso. “Se levar prejuízo dois meses, não tem problema porque no final do ano, eu vou entrar com três filmes que pagaram todos o prejuízo e dar lucro” (E4).

Nos contratos estabelecidos entre as majors e as grandes redes de exibição, como a Cinemark, exemplifica E11, é pré estabelecido quais os filmes que serão exibidos e em quantas salas serão estreados. “Às vezes o exibidor pega um blockbuster e ele deve estreiar na maioria das salas, e junto pega um filme menos popular que deve estreiar em pelo menos cem salas”.

Dependendo do tipo de contrato, explica E2, pode acontecer da distribuidora comprar a sala do exibidor durante um determinado período, por exemplo, um mês. Esse tipo de ação justifica o fato de muitas vezes um filme estadunidense, que não tem público, permanece por mais de duas semanas em cartaz.

A importação de muitos filmes, por imposição, reduz o espaço para exibição de filmes nacionais, por isso, experimentou-se a possibilidade de onerar determinadas escolhas dos importadores, a fim de que as importações fossem reduzidas e reservado mais espaço ao filme nacional. Esta proposta entrou em vigor em 2001, com a Medida Provisória 2.288/01, que taxou determinadas categorias de filmes e criou a Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica (Condecine) (GATTI, 2005).

Porém, a Medida Provisória encontrou resistência dos distribuidores de filmes importados e pressões midiáticas, desta forma, as represálias à Medida Provisória levaram a extinção da proposta de taxa sobre determinadas produções. As leis de incentivos e o aumento de verbas destinadas às produções nacionais também sofreram críticas, como a do jornalista Celso Masson, o qual alegava que as produções nacionais não possuíam qualidade e, sobretudo, eram muito caras e, ainda, que deveria ser revisto o alto valor destinado ao cinema, pois se

poderia aplicá-lo em arranjos físicos voltados a educação como bibliotecas públicas (GATTI, 2005, p. 29).

A retomada do desenvolvimento, se um processo endógeno, também requer criatividade no plano político. Esta somente se manifesta quando, à aguda percepção do momento histórico, adiciona-se um elevado ingrediente de vontade coletiva. O afinamento da sensibilidade e o estado de extrema lucidez, que se produzem em certos indivíduos nos momentos de crise social, podem exprimir excepcional brilho a um período de decadência. Mas somente a vontade política é capaz de canalizar as forças criativas para a reconstrução de estruturas sociais avariadas e a conquista de novos avanços na direção de formas superiores de vida (FURTADO, 1984, p. 28).

Apesar das opiniões contrárias, as leis de incentivos fiscais foram importantes para as produções de longas-metragens nacionais, visto que as bilheterias dos filmes nacionais não são suficientes para obter o retorno dos investimentos realizados, pelo menos até o momento em que as *majors*, através da Medida Provisória 2.228/01, combinada com a atuação da “Globo Filmes” se inseriram de maneira agressiva na produção associada a distribuição e exibição de filmes (MELEIRO, 2010).

É possível constatar que as distribuidoras estrangeiras incentivadas pela Lei o Audiovisual têm alterado a sua postura tradicional de falta de relação com a produção brasileira. De fato, em graus variados de uma empresa para a outra, têm coproduzido e distribuído filmes, e são um instrumento para que tenham bom desempenho no mercado (MELEIRO, 2010, p. 21).

Para financiar suas atividades e aumentar os lucros, as grandes produtoras e distribuidoras se internacionalizaram e penetraram em larga escala nos mercados externos, através da criação de empresas especializadas em exportar filmes (GATTI, 2008).

#### 4.2 SOBRE A INDÚSTRIA CINEMATOGRAFICA NORTE-AMERICANA

Na posição de superpotência global, Estados Unidos exporta a cultura em uma escala sem precedentes. Da música à mídia, do cinema ao fast food, da linguagem literária ao esporte, a ideia norte-americana se espalha e a tecnologia arrasta a cultura para todos os cantos do globo com alta velocidade. Embora os filmes de Hollywood não sejam o único exemplo da influência global da cultura norte-americana, eles são um dos alvos que marcam o imperialismo deste país, por isso, tem-se dado muita atenção a esta indústria nos últimos anos, no que se refere aos debates sobre a globalização e pela contínua expansão e dominação de Hollywood nos mercados globais de filmes e vídeos (WASKO, 2007).

A indústria cinematográfica norte-americana surgiu em 14 de abril de 1894, com a abertura do arcade dos irmãos Holland, na Broadway, 1155, em Nova York. Os irmãos Holland adquiriram dez máquinas Cinescópio de Thomas Edison. Cada máquina exibia filmes de 20 segundos: organizados em duas filas, os clientes pagavam vinte e cinco centavos para ver cinco projeções em uma das linhas (ORBACH, 2004).

Para Thomas Edison, os filmes eram uma breve forma de entretenimento<sup>34</sup>, apesar das propostas para desenvolver mais projetores, estas não foram aceitas, pois o inventor optou por dedicar alguns limitados recursos em um projeto pessoal. Em outros países da Europa, Inglaterra e até mesmo nos Estados Unidos, alguns empresários viram a produção fílmica com potencial econômico e investiram em ações de marketing em massa e também, de forma independente e simultânea, criaram projetores que foram introduzidos entre 1895 e 1896 (ORBACH, 2004).

Em 1896, o filme de Thomas Edison, *The Kiss*, foi bem recebido pelo público, apesar de algumas críticas sobre a moral da produção, este filme rendeu a Edison o direito de patente de todos os equipamentos tecnológicos utilizados na produção. A partir dos direitos de patentes, começou a se desenhar o sistema de monopólio da indústria cinematográfica (GIL, 2008).

Thomas Edison, percebeu o crescente interesse do público na exibição de filmes em telas, então, deu seu nome e patrocínio a uma tecnologia incipiente, o Vitascópio. Logo começaram as rivalidades entre os criadores de tecnologias para a exibição e produção de filmes. Um importante aspecto da competição industrial deste período foi a tendência ao filme de 35mm da Kodak, que acabou por se tornar o padrão industrial<sup>35</sup>. A convergência ao modelo Kodak aumentou, ainda mais, a concorrência entre os produtores, uma vez que os exibidores estariam sujeitos aos padrões tecnológicos utilizados na produção de filmes. A rápida percepção de Thomas Edison quanto ao desejo do público por filmes longos permitiu-o logo estabelecer o controle da comercialização industrial (ORBACH, 2004; GIL, 2008).

Por volta de 1900, a indústria cinematográfica experimentou quedas de bilheterias, resultado do desinteresse do público. Então, seguindo o exemplo dos pioneiros Franceses George Melies e os Irmãos Lumière, Thomas Edison passou a produzir filmes narrativos. O primeiro filme narrativo americano, *The Great Train Robbery* (1903), obteve muito sucesso e levou Edison a criar um estúdio de cinema em Nova Jersey. Ao final de 1905, milhares de

---

<sup>34</sup> Gatti (2005) discorda da afirmativa de que Thomas Edison considerava o cinema apenas uma forma de entretenimento, visto que o inventor investiu uma pequena fortuna no desenvolvimento de equipamentos e expansão do negócio, assim, considera que desde o início o cinema foi criado com interesses comerciais.

<sup>35</sup> 35mm era o padrão de longa metragens do período. Contudo havia outras tecnologias mais fáceis e baratas para a produção de filmes menores, como 8mm e 16mm (BAPTISTA, MASCARELLO, 2008).

filmes eram exibidos em lojas, parques, teatros e por expositores itinerantes. As taxas cobradas eram de acordo com a tecnologia do projetor, popularidade do filme e as condições de exibição (ORBACH, 2004; GIL, 2008).

Logo após a criação do Cinescópio, Thomas Edison desenvolveu a máquina nickel-in-the-slot. Esta criação reduzia a mão de obra dos exibidores na cobrança dos ingressos, porém, com esta máquina os filmes, necessariamente, teriam um preço não variável. Como os aspectos tecnológicos e geográficos tinham influência na definição do preço das exibições, a padronização não foi bem aceita pelo exibidores e a máquina de Edison logo perdeu espaço para o Mutoscópio da empresa Biograph (ORBACH, 2004).

Apesar da resistência em estabelecer um preço padrão para as exibições, as taxas novamente foram uniformizadas com os Nickelodeons, que surgiram em vários pontos dos Estados Unidos entre 1905 e 1914. Esse grupo tinha um simples conceito de negócios: “Ofereça filmes baratos a um grande número de clientes através de programas diários que são executados várias vezes ao dia” (ORBACH, 2004, p. 331). Os filmes com produções padronizadas, de vinte ou trinta segundos, ao custo de cinco centavos para o público, levaram ao monopólio nos segmentos de produção e distribuição (ORBACH, 2004; GIL, 2008).

Os Nickelodeons ficaram conhecidos como teatros democráticos. Os primeiros salões de cinescópio foram transformados e instalado aparelhos para visualização de centenas de filmes, tudo fornecido pela Edison Manufacturing Company. Ao invés de uma exibição estática, o aperfeiçoamento tecnológico feito por Edison permitiu editar as produções e utilizar fotografias para efeitos especiais. Os filmes de ficção tornaram-se muito populares entre os Nickelodeons (GIL, 2008).

A medida em que se percebeu o verdadeiro potencial econômico na comercialização de filmes, batalhas para aquisição de patentes foram travadas e novas máquinas de projeções introduzidas. Em setembro de 1908, as principais forças da indústria cinematográfica se uniram e formaram a Motion Picture Patents Company (MPPC)<sup>36</sup>, conhecida também como “Trust” (ORBACH, 2004, p. 332). Com os direitos de patentes coletivas, a MPPC conseguia controlar quase todas as tecnologias utilizadas para a produção e exibição de filmes (GIL, 2008).

A MPPC conquistou, no período de sua criação através do agrupamento de todas as importantes patentes da indústria cinematográfica, o controle de produção, distribuição e

---

<sup>36</sup> No período de criação da MPPC, eram considerados produtores independentes todas as pequenas companhias que se opunham à MPPC. O Truste era protagonizado por Thomas Edison. Dentre os produtores independentes do período, estavam os futuros criadores do sistema de estúdios - William Fox e Adolph Zukor (BAPTISTA, MASCARELLO, 2008).

exibição. Para evitar a entrada de outras empresas, o grupo estabelecia complexas regras para licenças e acordos que restringiam transações entre fabricantes de máquinas e produtores de filmes. Distribuidores e exibidores eram apenas agentes licenciados. Algumas das medidas estabelecidas, foram os acordos de exclusividade com a Eastman Kodak, que passou a vender às películas para gravação de imagens apenas aos produtores licenciados e, ainda, cobrava royalties pagos ao Trust. Também, os licenciados do Trust eram obrigados a comprar apenas da Eastman Kodak (ORBACH, 2004).

Na época, a Kodak era a única fabricante de filmes de 35mm nos EUA e este acordo entre as duas organizações impediu a entrada de potenciais competidores. Além dos acordos comerciais extremamente restritivos, a MPPC também agia com medidas violentas contra às empresas que não eram licenciadas: detetives, gangster e pistoleiros eram contratados para impedir produtores não licenciados (ORBACH, 2004).

A partir de 1909, a MPPC entrou com processos judiciais contra qualquer concorrente que utilizasse equipamentos para produção de filmes que não fossem licenciados e patenteados por ela. Entre 1909 e 1918, cerca de quarenta casos chegaram ao tribunal federal. Neste período, Edison e a MPPC adquiriram a valiosa patente Latham Loop, cuja tecnologia era usada em quase todas as câmeras e projetores (GIL, 2008).

Em 1910, com a criação da General Film Company, a MPPC estendeu seu controle sobre a distribuição de filmes e muitas empresas licenciadas para produção e distribuição independentes perderam suas licenças. Por fim, a única empresa licenciada independente que permaneceu era de Nova York, pertencente a William Fox (ORBACH, 2004).

As produções e exibições de filmes transformaram-se em uma grande indústria de pleno direito. Com as melhorias tecnológicas, os títulos das produções evoluíram para ajudar a contar às histórias e iniciou-se o incipiente sistema de estrelas com a atriz Florence Lawrence. As imagens em movimento não eram mais exclusivas dos Nickelodeons e o visualizador individual foi modificado para apresentar imagens a grandes públicos. Os filmes não eram mais usados apenas como atos de abertura para os teatros. As exibições de filmes passaram a ter seus próprios teatros e salas para exibição permanentes foram abertas em todos os Estados Unidos (GIL, 2008).

Em seus primeiros anos, a MPPC era responsável pela produção e distribuição da maioria dos filmes, seja através de empresas membros ou de licenciados. Intervindo nos mecanismos de precificação, o Trust, fixava os valores cobrados pelos produtores aos distribuidores, mas, ainda não eram estabelecidos os montantes cobrados dos expositores e espectadores. No entanto, uma vez que a General Film Company assumiu o segmento de

distribuição, a entidade determinou os preços cobrados para quase todos os expositores licenciados (GIL, 2008; ORBACH, 2004).

Muitas ações judiciais foram abertas por produtores e distribuidores independentes contra o monopólio da MPPC. Em 1910 a MPPC perdeu muitas ações que haviam sido julgadas pela lei antitruste. Neste mesmo ano, produtores que haviam sido excluídos dos licenciados pela MPPC decidiram importar equipamentos para filmagem e formar a Motion Picture Distributing and Sales Company. Este novo conglomerado iniciou três semanas após a criação da General Film Company. Embora a companhia de vendas fosse nominada de independente, por não fazer parte do grupo da MPPC, suas práticas se assemelhavam as do Trust. (GIL, 2008).

Em 1912, filmes de produtores independentes começavam a inserir-se com sucesso em meio ao público norte-americano. A MPPC começava a perder seu poder e enfraqueceu, mais ainda, quando foi invalidada a patente da Latham Loop, que à dava o monopólio sobre as câmeras de filmagem. A Corte, que julgava os processos judiciais, apesar de não considerar o cinema como um negócio comercial, mas sim como uma arte, considerou injustificáveis os contratos que continham restrições que monopolizavam o comércio de filmes, câmeras, projetores e acessórios (ORBACH, 2004; GIL, 2008).

Em 1915, o Tribunal da Pensilvânia considerou que a MPPC estava violando o §1 e §2 do Sherman Act. Porém, a MPPC defendeu-se argumentando que estava tentando monopolizar uma arte e não um comércio, então, não poderia ser julgada pela lei antitruste. Todavia, a Corte julgou que, independente da MPPC estar tentando controlar um comércio ou uma arte, a licença para a venda de câmeras cinematográficas, projetores e do próprio filme envolviam, sem dúvida, comércio. Desta forma, a MPPC perdeu muitos dos processos que havia aberto contra outras empresas que considerava estar violando os direitos de patentes, pela lei antitruste. Em 1918, a MPPC foi dissolvida (ORBACH, 2004; GIL, 2008).

A MPPC havia sido criada pela disputa de mercado entre dois grupos distintos, compostos por três empresas: a Edison Manufacturing Company contra a American Mutoscope e a Biograph Company. A MPPC não era um produtora de filmes, mas estabelecia as regras para proteger as patentes de Edison. Quanto a Biograph e seus aliados, o Trust cobria desde as produções de filmes, aluguéis de câmeras, até projeções. As propostas para controle de mercado estabelecida por Edison firmavam-se no registro de patentes dos equipamentos cinematográficos fabricados por sua empresa, que eram adequados para as produções em película 35mm perfurada, desenvolvida por George Eastman, fundador da Eastman Kodak Company (ORBACH, 2004).

Na MPPC reuniam-se todos os segmentos industriais do cinema, composta pelos maiores grupos de cada ramo. O Trust funcionava como uma “camisa de força” econômica, os exibidores ou produtores interessados em comprar equipamentos ou filmes eram obrigados a adquiri-los de representantes dos direitos da MPPC. Além disso, eram cobradas taxas semanais sobre a utilização dos equipamentos (projetores, câmeras, etc.) (ORBACH, 2004).

O desaparecimento da MPPC abriu o caminho para o sistema de estúdios, que logo se tornou sinônimo de Hollywood. O modelo econômico do sistema de estúdio é exemplo puro do modo de produção fordista e oligopólio clássico. Sob este sistema, o estúdio controla todos os estágios da vida econômica do filme, desde o nascimento do roteiro - escrito por um escritor empregado -, produção cinematográfica, até a distribuição final em um teatro (LEE, 2008). Pessoas como William Fox, Carl Laemmle<sup>37</sup>, Adolph Zukor<sup>38</sup>, Jesse Lasky e Louis B. Mayer<sup>39</sup>, que eram apenas pequenos empresários independentes durante o reinado do MPPC, perceberam as oportunidades disponíveis no mercado. Mayer e Fox, que haviam começado como proprietários e expositores de teatro, logo notaram o potencial existente no trabalho de produção (GIL, 2004).

Na década de 20, os filmes e a lei antitruste entraram em conflito novamente. Adolph Zukor e Jesse Lasky haviam unido suas empresas de produção para formar a Famous Players-Lasky e, mais tarde, fundaram a Paramount Pictures, para a distribuição dos principais filmes da produtora. Em 1921, a recém formada Comissão Federal de Comércio acusou a Famous Players-Lasky de restringir ilegalmente o comércio fílmico através da distribuidora Paramount Pictures (GIL, 2008).

Ainda, a Famous Players-Lasky foi atacada por práticas como Bloco Reserva<sup>40</sup>, em uma tentativa de controlar a exibição de filmes em todo o país. Observou-se que Famous Players-Lasky era a maior proprietária de teatros do mundo e em uma semana, no ano de 1920, mais de 6.000 teatros americanos, ou aproximadamente um terço de todos os cinemas nos Estados Unidos, não mostraram nada além de imagens da Paramount. Certamente, a Comissão não poderia ter sugerido que a própria Paramount possuía um terço de todos os teatros nos Estados Unidos em 1920, porque não era esse o caso. As táticas agressivas de reserva da Paramount,

---

<sup>37</sup> Fundador da Universal Pictures.

<sup>38</sup> Fundador da Paramount Pictures junto ao co-fundador Jesse Lasky.

<sup>39</sup> Fundadores da Metro-Goldwyn-Mayer.

<sup>40</sup> Block-booking: The practice of licensing, or offering for license, one feature, or group of features, upon condition that the exhibitor shall also license another feature or group of features released by the distributor during a given period. (GIL, 2008, p. 84).



combinadas com a extensa propriedade de teatros da Famous Players-Lasky, representaram um controle significativo sobre a indústria cinematográfica neste período (GIL, 2008).

Recordando as táticas de intimidação da antiga MPPC, os expositores chegaram a acusar a Famous Players-Lasky de exigir, sobre ameaça, que fossem reservados mais filmes do que o necessário e exclusividade para os de filmes distribuídos pela Paramount. A grande compra de teatros por parte da Famous Players-Lasky, neste mesmo período, foi usada como evidência adicional da intenção de monopolizar a produção, distribuição e exibição de filmes, ação que levou a exclusão da indústria os pequenos produtores independentes, distribuidores de filmes, e negou aos expositores a liberdade de escolha (GIL, 2008).

Embora o período de reinado da MPPC tenha sido caracterizado por inúmeras ações de patentes, este momento enriqueceu muito a jurisprudência da lei Antitruste. Contudo, apesar das empresas privadas independentes e o governo terem ganho alguns casos, as vitórias não tiveram muito impacto na organização da indústria cinematográfica, a empresa Paramount foi quem realmente mudou este mercado. Apesar das muitas ações características de monopólio e que feriam o Sherman Act em muitos, dos vários processos enfrentados, a Paramount conseguia obter resultados favoráveis da Corte para manter acordos comerciais como: block-booking, determinação de preço e organização da cartel (ORBACH, 2004, GIL, 2008).

#### **4.2.1 A Motion Picture Association of America**

Em 1922, sob a pressão do governo e de entidades religiosas quanto a censura de determinadas produções de filmes, muitos líderes industriais se uniram para formar a Motion Picture Producers and Distributors of America (MPPDA), mais tarde chamada de Motion Picture Association of America (MPAA<sup>41</sup>). A MPAA é o grupo oficial de lobby da indústria cinematográfica dos EUA e sua participação inclui os seis principais distribuidores de filmes dos EUA. O objetivo da MPAA é proteger os direitos dos envolvidos no setor audiovisual, nos Estados Unidos através da MPAA e no exterior através da Motion Picture Association (MPA) (LEE, 2008). Os direitos autorais, estabelecidos pela MPAA, garantem uma renda de U\$\$ 1.2

---

<sup>41</sup> Os membros atuais da MPAA incluem: Walt Disney Studios Motion Pictures; Paramount Pictures Corporation; Sony Pictures Entertainment Inc.; Twentieth Century Fox Film Corporation; Universal City Studios LLC; and Warner Bros. Entertainment Inc (MPAA, 2017).

trilhões de dólares a economia norte-americana e mais de 5.5 milhões de empregos diretos (MPAA, 2017). Internacionalmente, a MPAA ocupa-se em manter os mercados externos abertos ao filme norte americano e luta contra a pirataria (LEE, 2008).

A MPAA foi fundada em 1922 por William Hays<sup>42</sup> com a finalidade de regular a indústria cinematográfica e evitar a censura do governo sob as empresas associadas a MPAA. Desta forma, foi estabelecido o Código Hays, que poderia ou não ser ignorado pelos produtores, contudo, caso o código fosse ignorado os produtores teriam dificuldades em conseguir salas de exibição para as suas produções (GIL, 2008).

O Código de Produção de Imagem de Filme de 1930, ou o Código de Hays, marca o início da Era de Ouro de Hollywood. O Código Hays foi um das muitas violações antitruste de Hollywood. O Código Hays estabelecia uma série de regras e aspectos que não poderiam estar presentes em uma produção fílmica: palavrões acentuados, nudez licenciosa ou sugestiva, tráfico ilegal de drogas, qualquer inferência de perversão sexual, escravidão branca, miscigenação, higiene sexual e doenças venéreas, parto real, órgãos sexuais infantis, ridicularização do clero e ofensa intencional a qualquer nação, raça ou credo (GIL, 2008).

A relação direta de Hollywood com o governo norte-americano, para Lee (2008), foi um aspecto fundamental na expansão do cinema dos Estados Unidos. Esta afirmativa é evidenciada pelo fato de muito dos líderes da MPAA terem trabalhado ou trabalharem em altos cargos do governo federal. “A MPAA sempre esteve lotada de diplomatas, especialistas em comércio e advogados com substancial experiência governamental” (LEE, 2008, p. 378). Os laços do setor cinematográfico com o governo, em questões de comércio internacional, se estabelecem desde a primeira guerra mundial, antes da criação da MPAA (LEE, 2008).

Muitos países, após a Primeira Guerra Mundial, notaram que os produtos de Hollywood representavam aproximadamente quatro quintos (4/5) de todas as exibições de filmes no mundo. Diante do dilúvio de filmes americanos nos mercados domésticos, os governos nacionais tentaram estabelecer barreiras comerciais para proteger as indústrias cinematográficas locais. Estas barreiras levaram Hollywood a buscar ajuda de Washington, que através do Departamento de Estado dos Estados Unidos representava os interesses de Hollywood e a defesa do livre comércio (LEE, 2008).

---

<sup>42</sup> Hays foi um advogado, político e 46º diretor-geral dos Correios dos Estados Unidos. Presidiu o Partido Republicano antes de completar 40 anos de idade e promoveu uma reforma que permitiu, em 1920, a vitória de Warren G. Harding à presidência que, em retribuição, o fez diretor-geral dos serviços postais. Fonte: [www.britannica.com/biography/Will-H-Hays](http://www.britannica.com/biography/Will-H-Hays).

Na década de 20, as produções norte-americanas consolidaram seu domínio recente com filmes burlescos. O cinema ainda é mudo, mas aos poucos obteve sonorização – As produtoras passam por dificuldades quanto a adaptação tecnológica e Estados Unidos vive uma recessão econômica. As produções de Hollywood reagem a Grande Depressão e surgem duas formas opostas de filmes: de um lado obras comprometidas com a conjuntura histórica e totalmente vinculadas a atualidade; de outro, um cinema do esquecimento, da despreocupação, do divertimento, constituído de sonhos (PARAIRE, 1994).

Apesar das indústrias cinematográficas locais dos países, tentarem resistir a entrada do produto norte-americano, os Estados Unidos estavam com um sistema para a comercialização de filmes estruturado pelas práticas, principalmente, da Paramount. Também os estúdios continuavam a investir em formas de tornar os filmes cada vez mais atrativos ao público. Grande parte da indústria e do público estavam distraídos do caso da Famous Players-Lasky pelo surgimento do som no cinema. Thomas Edison, desde 1898 já desenvolvia a ideia de som para acompanhar as produções, porém, com pouco entusiasmo. Os irmãos da Warner e a Western Electric foram os primeiros a apresentar nos Estados Unidos, o sistema de filme com som, em 1926, o Vitaphone. A tecnologia foi estreada em Nova York no filme *Don Juan* (1926), com acompanhamento musical de orquestra. No ano seguinte (1927), os Estúdios Fox criaram uma tecnologia superior para filmes com som, o Movietone. Com a competição entre Fox e Warner, ficou claro que os filmes sonoros seriam permanentes, pois causavam grande entusiasmo ao público (GIL, 2008).

A Grande Depressão impactou fortemente a indústria cinematográfica e a confiança do povo norte-americano quanto a prosperidade social e econômica do país. Neste sentido, Hollywood teve um importante papel para manter motivado os ânimos de uma nação economicamente despedaçada - mesmo nos momentos mais difíceis da Grande Depressão, cerca de 80 milhões de norte-americanos frequentavam o cinema toda a semana para tentar esquecer os problemas (GIL, 2008).

Apesar da fragilidade econômica, os investimentos em salas de projeção eram contínuos. Para financiar a compra de novas salas de projeção e converter as existentes em cinemas com som, os estúdios alcançaram o saldo devedor de US\$ 410 milhões. Columbia e Warner Brothers investiam e apresentavam produções em vários estados norte-americanos, com filmes cujas histórias pareciam sair diretamente das páginas dos jornais contemporâneos. As produções mostravam o realismo social do momento (GIL, 2008; WHITINGTON, 2008).

As produções populares com personagens de vítimas infelizes fizeram sucesso e os filmes com temática de mafiosos que se recusavam a ser intimidados pela Grande Depressão e

à transformaram em algo vantajoso despertou o entusiasmo do público, pelo novo gênero de produção fora das regras do que era visto como politicamente correto. O desprezo pela lei e pelo governo levava o público a um estado de euforia. Com as aventuras dos criminosos organizados, a Warner Brothers rapidamente se tornou mestre do gênero gângster: Edward G. Robinson e James Cagney tornaram-se estrelas, interpretando bandidos, os filmes foram criticados na época por romperem as fronteiras da moralidade e do bom gosto (WHITINGTON, 2008)

Em 1933, as bilheterias novamente caíram, aproximadamente 40%, a indústria cortou salários e custos de produção, além de fechar as portas de um terço das salas de exibição. Nesse período Hollywood teve que enfrentar a “Liga da Decência<sup>43</sup>”, que levantou um formidável *lobby* político e atacou os filmes por apresentarem conteúdos considerados imorais. Então, Hollywood que antes atacava os valores políticos e religiosos norte-americanos passou a vendê-los (WHITINGTON, 2008). Nos anos 30, apesar dos lançamentos como “Mágico de Oz” e “Sr. Smith vai para Washington” - filmes que não apresentavam embates políticos e religiosos - o sistema de estúdios permanecia em queda (GIL, 2008).

Em 1938, como resposta às pressões de exibidores, produtores e distribuidores independentes - que ainda sofriam com dominação dos poucos estúdios membros da MPAA-, o governo apresentou algumas proibições às práticas comerciais cinematográfica: (I) a determinação dos termos de licença junto a administração de preços; (II) reserva em bloco; (III) venda cega; (IV) discriminação sistemática contra pequenos e independentes teatros; (V) exclusão de produtores independentes; (VI) concentração de renda em cidades onde duas ou mais majors operam em teatros; (VII) divisão de território nos Estados Unidos (ORBACH, 2004).

O balanço da década de 30 era aparentemente positivo: de fato, Hollywood demonstrava que todas as tormentas, técnicas, morais e econômicas, não conseguiram brechar sua vontade de sobrevivência. Porém, os anos 40 se iniciam com uma herança cheia de ameaças para a criatividade dos artistas: as considerações financeiras prevaleciam sobre aspectos artísticos; a necessidade de adaptação ao público criou uma verdadeira obsessão do fracasso comercial nos produtores. Paralelamente, a crise técnica do cinema falado e a seguir a crise econômica obrigaram os artesões dos anos 20 a concentrar seus meios. O poder maior dos novos grupos ainda está nas mãos de alguns homens que dirigiam um pequeno número de firmas: a M.G.M, dirigida por Sam Goldwyn e Louis Mayer, muito poderosa favorece a política das estrelas, que contrata a preço de ouro; a Paramount, liderada por Adolph Zukor, age da mesma maneira; a R.K.O é dirigida por Zelnick e depois comprada pelo milionário Howard Hughes (PARAIRE, 1994, pg.22).

---

<sup>43</sup> A Legião Nacional da Decência, também conhecida como Legião Católica da Decência, foi fundada em 1933 como uma organização dedicada a identificar e combater conteúdos censuráveis em filmes do ponto de vista da Igreja Católica Americana. <[www.britannica.com](http://www.britannica.com)> acesso em 11/2017.

No auge da era do sistema de estúdio, Hollywood produziu, em média, 400 filmes por ano, entre 1930 e 1950. Em 1941, teve um pico de 504 filmes, aproximadamente um filme por semana para cada estúdio. No entanto, o sistema de estúdio chegou ao fim com os Decretos contra a Paramount em 1948. Depois do acordo antitruste contra a Paramount Pictures, os estúdios de Hollywood foram forçados a extinguir suas cadeias de teatro e exigir concorrência no setor de exibição. Assim, para suprir as quedas de receitas, os estúdios adaptaram-se ao novo cenário competitivo e estabilizaram seus mercados aumentando as receitas de distribuição de filmes nos mercados estrangeiros (LEE, 2008).

Após os litígios contra a Paramount, em 1949, novas regras passariam a controlar a indústria: (I) torna-se proibida a intervenção direta ou indireta na administração de preços por produtores e distribuidores; (II) proibida a negociação de licenças, exceto entre teatros (III) proibida a integração vertical entre réus e expositores da Paramount. Estas regras tinham a intenção de abrir o mercado aos produtores e distribuidores independentes e permitir aos exibidores escolher os filmes que desejassem exibir. Porém, apesar das proibições estabelecidas, na prática, as regras não funcionaram mesmo mediante muitas denúncias (ORBACH, 2004). “Se os objetivos da lei antitruste são para aumentar a competitividade, aumentar a qualidade, diminuir o preço e, em geral, melhorar as condições do mercado para os consumidores, a decisão da Paramount conseguiu gerenciar para realizar exatamente o oposto dos objetivos” (GIL, 2008, p.119).

O início de Hollywood coincidiu com a lei antitruste e levou a muitas interações entre a incipiente indústria e o novo corpo de leis. O Departamento de Justiça e a Comissão Federal do Comércio prestaram atenção em Hollywood, que apesar de ser uma indústria altamente visível, não tinha impacto na economia norte-americana. As imposições da lei antitruste desempenharam um papel importante na formação da indústria, que passou a constituir significativa porcentagem da economia norte-americana (GIL, 2008).

A lei antitruste removeu alguns líderes na indústria cinematográfica, mas logo, pela forma como o mercado já estava organizado, novos líderes surgiram. As barreiras para o uso de tecnologias caíram, isso possibilitou que fossem produzidos filmes de qualidade com baixo custo, mas as barreiras em distribuição e exibição permaneciam inalteradas. Um produtor independente pode produzir um filme, mas sem relações com algum distribuidor ele terá dificuldades ou não conseguirá exibir a produção. O efeito da lei antitruste, a longo prazo, simplesmente substituiu um conjunto de líderes da indústria por outros, sem diminuir o controle sobre o mercado. A lei Antitruste interveio em Hollywood sem sucesso (GIL,2008).

É destacado por Lee (2008), as estreitas relações que as produtoras e distribuidoras de Hollywood tinham com o governo norte-americano ao longo da história. Em uma Circular para todos os oficiais diplomáticos, no ano de 1944, Secretário de Estado adjunto A.A. Berle afirmou (LEE, 2008):

O Departamento deseja cooperar plenamente na proteção da indústria cinematográfica norte-americana no exterior. Espera, em troca, que a indústria coopere de todo coração com este governo, com vistas a assegurar que as imagens distribuídas no exterior reflitam o crédito sobre o bom nome e a reputação deste país e das instituições. (LEE, 2008, p. 379).

Assim, Hollywood poderia contar com Washington para negociar a redução das barreiras comerciais. Washington, por sua vez, confiava em Hollywood para espalhar ideais americanos, gerar a simpatia aos Estados Unidos e contrariar a influência comunista. Em muitos casos, a MPAA negociava diretamente com os governos estrangeiros que eram ameaçados de retaliações comerciais. Embora a MPAA participe de uma variedade de atividades cinematográficas, seus esforços estão concentrados em minimizar a interferência dos governos, impedir a censura na exibição doméstica, combater barreiras comerciais e garantir os direitos de propriedade na arena internacional (LEE, 2008).

A MPAA, não é um órgão estatal, ela é um órgão paraestatal, vamos dizer assim. E não é a toa que ela é conhecida como little state department, ela tem um poder de pressão. E via de regra os dirigentes da MPA são guardas oriundos da diplomacia americana - um cara que foi embaixador e se aposentou. Historicamente o audiovisual está inserido na política do estado americano de uma maneira geral (E4).

Após a segunda guerra mundial, em 1945, com o objetivo de promover o cinema dos Estados Unidos no mercado mundial, a MPAA fundou a Motion Picture Export Association of America (MPEAA), em resposta às crescentes barreiras à importação do filme norte-americano. Este era o único departamento da economia norte-americana habilitado a negociar diretamente com os governos estrangeiros, chamado também de “Ministério do Exterior”. Esta instituição proporcionava cerca de 50% da renda obtida em mercados externos, por meio da imposição de acordos e instrumentos operacionais em escala global (LEE, 2008).

As relações econômicas fora dos Estados Unidos, se fazem pelo aparelho de Estado, explica E4. As empresas do audiovisual são mundializadas, então, remetem muito lucro aos Estados Unidos, desta forma estão dentro do contexto de políticas externas do país. O audiovisual é o único setor nos Estados Unidos que possui um organismo próprio, a MPAA, autorizada a negociar diretamente com os governos no exterior.

Durante a Segunda Guerra Mundial, Hollywood colaborou com o governo dos Estados Unidos em apoio aos seus objetivos de guerra. O governo acreditava que a exportação de filmes

ajudaria a trazer os ideais americanos para áreas desestabilizadas, especialmente na Europa, e ajudaria no combate a propagação do comunismo. O presidente Truman apoiou programas de propaganda que incluíam a promoção das exportações de filmes dos EUA (LEE, 2008).

Em 1947, tem início a chamada “caça às bruxas”. Pela primeira vez na história dos Estados Unidos, homens e mulheres são perseguidos e condenados pelo simples delito de opinião, ou de ter em um determinado momento pertencido ao partido comunista. Roteiristas e produtores suspeitos de comunismo: Joseph Losey, Edward Dmytryk, Elias Kazan, Delmer Daves, John Huston, Jules Dassin e muitos outros foram interrogados, perturbados ou presos, e obrigados a se exilar. O cinema de autor é mais uma vez ameaçado pelo cinema de puro lazer, Hollywood entrega-se a mediocridade das superproduções moralizantes e dos filmes maniqueístas da Guerra Fria. A exibição cinematográfica, mais uma vez, enfrenta novas dificuldades com o sucesso da televisão e reage a diminuição de público colocando nas salas o funcionamento de uma câmera específica, capaz de projetar em uma tela panorâmica muito extensa as imagens, nasce o cinemascope<sup>44</sup>, que seduz o público ávido por grandes espetáculos (PARAIRE, 1994).

Os anos 50 são a década da autocensura e das super produções pseudo-históricas. Estilos de filmes bastante rentáveis e de fácil produção tentavam ser combatidos por um pequeno grupo de diretores e atores reunidos denominado Actor’s Studio<sup>45</sup>, um grupo favorável ao drama, a crítica social e ao desempenho cada vez mais sofisticado dos atores (PARAIRE, 1994).

Nos contextos da Guerra Fria, as decisões políticas alinhavam-se com os interesses religiosos, sublinhando o imaginário da população americana e seus aliados. Estados Unidos era o protagonista do bem na luta contra o mal - os países que assinaram o Pacto do Varsóvia em 1955. Assistiu-se o incremento de filmes de ficção científica, que espalharam o receio da invasão externa, como *Guerra nas estrelas* (1953). Neste cenário, Hollywood mostrava a ameaça da invasão externa e a necessidade de manutenção da união nacional, dando credibilidade a intervenção e investimentos militares no mundo (ROXO, 2006).

O homem da Guerra Fria, Truman, em 1953, é substituído pelo general Eisenhower. A partir do mandato deste novo líder, a comissão MacCarthy<sup>46</sup> tem declínio de influência.

---

<sup>44</sup> Tecnologia desenvolvida pelo presidente da 20th century fox.

<sup>45</sup> Este grupo apresenta um movimento de resistência e funda uma escola de cinema destinada a renovar, tanto as técnicas de direção, quanto o desempenho de atores e atrizes. O pioneiro desses diretores progressistas é Elia Kazan, com o ator Marlon Brando, que figura em muito de seus filmes, ele prova que Hollywood podia, apesar da oposição do sistema, manter um cinema de qualidade (PARAIRE, 1994)

<sup>46</sup> Grupo destinado a investigar e elaborar listas de pessoas simpatizantes ou integrantes do partido comunista (PARAIRE, 1994).

Contudo, muitos diretores e atores já haviam sido afastados, e os que permaneciam preferiam ser cauteloso nas produções. O Cinemascope é adaptado a cor na busca em recuperar o terreno ocupado pela televisão. Hollywood, sistematicamente, produz filmes de contextos históricos, sem se envolver em debates do momento – o filme social e o filme de *noir* aos poucos desaparecem. E o cinema de propaganda, inspirados nos filmes de *noir*, surgem, assim como numerosas produções de guerras exaltando os soldados americanos. O *western* aproveita o “bom comportamento” de Hollywood e as novas técnicas para melhorar seus filmes: com aparentes produções neutras, porém, engajados na luta anticomunista (PARAIRE, 1994).

Apesar das tentativas de produções críticas da escola Actor’s Studio<sup>47</sup> – que honrava as produções de Hollywood-, o cinema comercial reagiu e levou o Star System ao seu auge. A partir de 1953, acontece a explosão de atrizes como Marilyn Monroe, Sophia Loren, entre outras. O Star System levou atrizes e atores ao nível de celebridade, que tornaram-se o novo mito de Hollywood. Os anos 50 demonstrará de maneira eloquente um cinema apenas interessado em números de entradas vendidas e que não se importava de correr riscos financeiros para atingir elevados lucros (PARAIRE, 1994).

O clima de tensão entre dois blocos que saíram do acordo de Ialta, também influenciaram nos filmes comerciais de Hollywood: Filmes de Guerras sobre a Coréia (Os bravos morrem de pé, de Milestone, 1959; Os que sabem morrer, de Mann, 1957) e os filmes de espionagem desse período são fortemente impregnados de um clima anti soviético da Guerra Fria (Anjo do mal e Tormenta sob os mares, de Fuller, 1994). Outro gênero que serviu de vetor a propaganda foram as produções de ficção científica, que refletiam a inquietação dos americanos quanto a invasão do país (Vampiros e almas, de Siegel, 1956; Guerra dos mundos, de Haskin, 1953) (PARAIRE, 1994).

Aos poucos, a vontade de mudança do povo dos Estados Unidos, se exprimiu com a eleição do democrata John Kennedy. Em 1960, ao lado do progresso dos direitos civis, dos direitos das mulheres e dos movimentos trabalhistas, o setor cinematográfico buscou liberdade artística e contestava a censura. As filmes de Hollywood tornaram-se mais violentos e eróticos, além de mais críticos devido a pressão europeia, desta forma, o código Hays foi abolido. Em 1968 o presidente da MPAA reformulou o código Hays com o sistema de classificação de filmes. Este sistema é visto por muitos como um símbolo da liberdade de expressão americana (PARAIRE, 1994; MPAA, 2017).

---

<sup>47</sup> O drama psicológico e social é o gênero privilegiado pelos criadores do Actor’s Studio. O Quadro de honra do Actor’s Studio era impressionante: ele era formado por atores de renome internacional como Marlon Brando, James Dean, Jane fonda, e até a Marilyn Monroe foi aluna do estúdio por um tempo (PARAIRE, 1994).



Com o fim da censura política nasce outro gênero, o filme antirracista, cujo astro negro Sidney Poitier dá bilheteria e relança o filme engajado em Hollywood. Alguns precursores já haviam iniciado o movimento na década de 50 com “Sangue do meu sangue” de Mankiewicz, 1950; “Sementes de violência” de Brooks, 1955. O western pro-índio e o filme antirracismo serão ambos consagrados por dois sucessos mundiais no final dos anos 60: “Pequeno Grande homem”, de Arthur Penn (1970) e “Adivinha quem vem para o jantar?” De Stanley Kramer (1967) (PARAIRE, 1994, pg.29).

O controle de Hollywood sobre a indústria cinematográfica, foi além das questões contratuais monopolistas. O domínio tomou tal proporção que, novamente, voltaram a administrar os preços no mercado de exibição. Não é possível estabelecer como este sistema de padronização de preços na indústria cinematográfica foi traçado, porém, é destacado por Orbach (2004) a década de 70, com o filme *The Godfather*. Nesta produção de alto estilo, todos os exibidores venderam os ingressos a um preço médio, no qual parece razoável inferir a ação da Paramount como distribuidora neste ato. Este se tornou o filme de maior bilheteria da época.

Paralelamente a convergência de preços surgiram as salas Multiplex. Na década de 70, quando a variação de preços por filmes praticamente desapareceu, ainda não havia as salas Multiplex, visto que a livre admissão de preços poderia tornar este um negócio não lucrativo, pois na maioria das cidades a maior parte dos teatros tinham apenas uma sala. Contudo, a padronização dos preços acabou por tornar competitivas as salas Multiplex, enquanto concorriam com teatros e salas com menor atratividade ao público (ORBACH, 2004).

Em 1976, com o aumento da pirataria a MPAA estabeleceu o programa internacional de combate à pirataria, que reforçou a legislação contra a pirataria nos governos locais e sugeriu penalidades aos que não respeitassem os direitos autorais (LEE, 2008).

Emendas à Seção 301 da Lei de Acordos de Comércio de 1979 institucionalizaram a participação do setor privado na política de comércio exterior, dando aos petionários privados o direito de buscar reparação do governo. Isso efetivamente tornou a Seção 301 uma arma poderosa para as indústrias domésticas que alegaram ter sido prejudicadas por práticas de comércio exterior. (LEE, 2008, p. 380).

De acordo com a seção 301, caberia aos Representante Comerciais dos Estados Unidos<sup>48</sup> identificar os países que violam os direitos de propriedade intelectual e esses países seriam obrigados, no prazo de seis meses, a negociar os danos causados com o governo. Caso as negociações não fossem satisfatórias, o governo dos EUA, teria o direito de impor sanções comerciais unilaterais (LEE, 2008).

De acordo com E4, a questão dos direitos autorais ultrapassam a questão do audiovisual:

---

<sup>48</sup> Representantes Comerciais dos Estados Unidos são profissionais especializados por regiões do mundo da *The Office of the United States Trade Representative (USTR)*. Criada em 1962, negocia diretamente com governos estrangeiros para criar acordos de organização e política comercial (<https://ustr.gov/>).

As propriedades intelectuais vão além da veiculação do conteúdo em si, porque na realidade acontece o efeito em cascata. Por exemplo, no filme “y” o sujeito está usando um tênis da Nike, aí o menino da periferia que vê o tênis no filme pirata - porque o pai dele não vai pegar um filme original, vai pegar no camelo da esquina -, vai querer também um tênis Nike e o pai dele vai comprar um tênis Nike pirata, porque o pai dele não vai pagar R\$ 600 em um tênis. Então, essa questão da pirataria, ela vai além do Megafilme, porque quando se pirateia um filme, tudo o que está no filme pode vir a ser pirateado. Os filmes norte-americanos são caros porque aproximadamente 30% são desenvolvimento e pesquisa. Por exemplo, eu tenho um roteiro sobre western, o pessoal precisa desenvolver um modelo de negócio do que eu posso vender num filme de western. Porque se tem poucos filmes de western hoje em dia? Porque lá fora a cultura country já não é uma cultura tão forte como aqui no Brasil, por exemplo. Então de repente vamos vender o chapéu, a bota, o cinto, a camiseta, o brinco, a fivela, o chicote, a sela, em fim tudo. Por isso os filmes americanos são caros, alguém pensa isso.

Novamente, no início da década de 70, o cinema de Hollywood passa por dificuldades, a maioria dos grandes estúdios perde sua independência econômica e alguns tornam-se estacionamentos de supermercados. Contudo, com o renascimento do grande espetáculo, o problema deixa de existir no final da década. Em 1987, o semanário americano *Variety* apresentou as receitas dos vinte e cinco filmes mais vistos em todos os tempos, em que estavam: E.T (228 milhões de dólares); Guerra nas Estrelas (195 milhões de dólares e um custo de apenas 10 milhões); O Retorno de Jedi (168 milhões); O Vento Levou e A Noviça Rebelde foram os únicos filmes antes da década de 70 que estavam entre os filmes com maior bilheteria. Os números demonstram que Hollywood refinou em pouco tempo a técnica e a rentabilidade dos filmes – O E.T rendeu em cinco anos três vezes mais que O Vento Levou da década de cinquenta. Esses números referem apenas ao consumo nos EUA, considera-se que no exterior os rendimentos foram equivalentes (PARAIRE, 1994).

Em 1980, Ronald Reagan, ex ator e governador da Califórnia chega a presidência dos Estados Unidos. Suas promessas de recuperação moral do país e o simples discurso “*America First*”, despontam confiança à população norte-americana. Começa a era Reagan, e Hollywood explora ao máximo a miragem ideológica e promove o cinema de puro espetáculo (PARAIRE, 1994).

Durante o início dos anos 80, o presidente da MPAA, Jack Valenti, tornou-se um crítico da pirataria de direitos autorais estrangeiros e foi a força motriz para a criação da Associação Internacional de Propriedade Intelectual (AIPI) em 1984. O objetivo da AIPI é promover interesses de direitos autorais e a aliança entre membros para ativamente abrir litígios com base na seção 301 (LEE, 2008). Também nesta década, uma das empresas transnacionais mais proeminentes, inseridas na elite cultural e a *News Corporation*, pertencente a Rupert

Murdoch,<sup>49</sup> torna-se poderosa devido ao fascínio que exerce sobre as classes dirigentes (ROXO, 2006).

Grupos com interesses no mercado doméstico, como a MPAA, buscam constantemente pressionar os governos para conseguir atingir seus objetivos no mercado estrangeiro. Ao longo da história, grupos competiram através de políticas para formar instituições favoráveis aos interesses econômicos da classe dirigente. A participação do governo em promover os interesses privados é decorrente do direito internacional da prerrogativa do estado soberano. No sistema internacional moderno, as empresas não estatais tem maior reconhecimento e colaboram significativamente na expansão externa do mercado e na criação das leis internacionais. A MPAA é exemplo efetivo de como a pressão de determinado grupo pode influenciar o governo a defender seus interesses no sistema internacional e, também, como uma organização do setor privado pode exercer influência econômica de forma independente na arena internacional (LEE, 2008).

Na opinião de E3, o aspecto de a MPAA ser formada por membros da diplomacia do governo dos Estados Unidos é o principal fator para seu exercício de *Lobby*. O poder da MPAA está em sua gigantesca capacidade de influência.

Por exemplo, se vai ser votado no congresso uma lei que favoreça o cinema brasileiro, mas que possa vir a prejudicar o cinema norte-americano, o “cara” pega um avião, vai para Brasília e fica lá vários dias conversando com todos os parlamentares, para votarem contra a lei. Esse lobby acontece no mundo inteiro, eles são muito organizados, muito profissionais (E3).

Hollywood tem significativa importância na economia dos Estados Unidos, mas a poderosa influência não é proporcional ao seu impacto econômico real. A indústria americana de filmes e televisão apoia dois milhões de empregos em todos os cinquenta estados norte-americanos; são pagos US\$ 134 bilhões em salários para atores, escritores, maquiadores, construtores, técnicos de efeitos especiais, contabilistas, tinturarias, tomadores de bilhetes de cinema, etc. A indústria também paga US\$ 43 bilhões por ano para mais de trezentas mil empresas, das quais 85% são pequenas empresas que empregam menos de dez pessoas. Uma explicação sobre a importância econômica de Hollywood é a força e a história do relacionamento de Hollywood com Washington (LEE, 2008; MPAA 2017).

Com o monopólio existente na indústria cinematográfica e a organização em forma de cartel, as salas de exibição nos Estados Unidos, em 1948 eram de aproximadamente 3.352

---

<sup>49</sup> Rupert Murdoch adquiriu em 1985 a 20th Century Fox e diversas cadeias regionais de televisão. Com planos de ascensão global, Rupert Murdoch, através do uso de satélites, os filmes eram vendidos a um vasto número de televisões a nível mundial (ROXO, 2006).

milhões; em 1958 esse número caiu para 1.011 milhões; e em 1967 ficaram apenas 553 milhões. Este foi resultado da forma como as relações monopolistas de distribuição e exibição organizaram-se (GIL, 2008).

Nos Estados Unidos, Hollywood é a segunda maior indústria exportadora. Em uma relação unilateral, os filmes de Hollywood dominam os mercados estrangeiros; porém, os filmes estrangeiros não conseguem estabelecer presença significativa no território estadunidense. Há argumentos que a proximidade de numerosas indústrias relacionadas e de apoio em torno de Hollywood, também foram fatores que contribuíram para sua expansão industrial. Por exemplo, fornecedores para a produção de filmes, empresas de efeitos especiais, escritórios de advocacia, agências de talentos e indústrias relacionadas, como a televisão, estão localizados em Hollywood, na região de Los Angeles. Apesar destes fatores influenciarem o sucesso dos filmes de Hollywood, para Lee (2008), o componente crucial do sucesso da indústria cinematográfica dos EUA nas negociações comerciais internacionais é a estreita relação de Hollywood com o governo dos EUA.

O fato de ser uma indústria de cultura e entretenimento, explica Roxo (2006), facilitou para Hollywood conseguir promover de forma clara a hegemonia norte-americana, seja em nível político, seja em nível socioeconômico, desde o início do século XX.

Em meados da década de 80, uma célebre onda de fusões tomou conta de Hollywood: Primeiramente, em 1986 a Columbia comprou um pequeno grupo de salas em Nova York, em seguida o milionário australiano Rupert Murdoch comprou a 20th Century Fox, como parte de sua estratégia para a criação do canal de TV Fox – criara-se assim, a inter relação entre filmes, noticiários e uma rede de negócios global. Em 1989, a Time Warner adicionou ao seu conjunto a distribuidora de filmes da Warner. As gigantes Sony e Matsushita incorporaram redes de TV a cabo, sistemas de distribuição impressa e sistemas de publicidade, “provavelmente, a vitoriosa expansão da Sony no território de jogos eletrônicos (com o playstation) seria comprometida sem a compra de propriedade intelectual, licenças e recursos humanos na área de cinema” (BAPTISTA, MASCARELLO, 2008, p. 265).

Na entrada do século XXI, com o crescimento do discurso de globalização e livre comércio, EUA assume a condição de única superpotência global, se arrogando a condição de “polícia” do mundo e se permitindo iniciar guerras “preventivas” contra ameaças potenciais ou imaginárias que coloquem em risco a segurança do país. Seu orçamento militar é dezenas de vezes maior do que o conjunto das outras potências militares e, correspondentemente, a frequência com que suas forças armadas são empregadas em operações no exterior também teve notável aumento (LEE, 2008).

É indiscutível que Hollywood atualmente domina mercados globais de filmes, tanto na bilheteria quanto em outros formatos de distribuição. Embora existam várias maneiras de estimar essa força, geralmente é acordado que os principais estúdios dos EUA atualmente controlam em qualquer lugar do mundo de 75% a 80% dos mercados cinematográficos (WASKO, 2007).

O domínio do cinema norte americano, conforme já apresentado, é decorrente de inúmeras relações paralelas de diversos fatores. Embora muitas fontes discutam o domínio internacional de Hollywood, os motivos dessa força global são demasiadamente simplificados ou não declarados. Para Wasko (2007) os fatores envolvidos no domínio de Hollywood são:

**Fatores Culturais:** O sucesso internacional de Hollywood é muitas vezes associado a superioridade industrial (orçamentos mais elevados, melhores talentos ou outros motivos) e pelo fato de suas produções terem um apelo universal. Alguns estudiosos afirmam que os filmes das produtoras de Hollywood possuem uma espécie de "transparência narrativa". Este tipo de argumento é ainda oferecido por economistas que usam o conceito de "desconto cultural" - algumas produções, com especificidade linguística e cultural podem ser impopulares fora de seu próprio país. Como os filmes estadunidenses apresentam um "apelo universal" e o uso generalizado do inglês acontece em todo o mundo, as produções desta origem têm um "desconto cultural" nos mercados estrangeiros. Isso leva alguns economistas a concluir que os filmes de Hollywood representam uma forma de arte universal (WASKO, 2007).

**Fatores Econômicos:** O conteúdo e o estilo dos filmes americanos não podem ser a única explicação para o sucesso global de Hollywood. Há algumas explicações econômicas para este domínio internacional:

Vantagens no mercado doméstico: Os Estados Unidos, em 2007<sup>50</sup>, era considerado como o possuidor do maior mercado doméstico<sup>51</sup> cinematográfico do mundo. Existiam cerca de 37.000 telas nos EUA e os cineastas americanos com alta renda per capita são responsáveis por 44% das bilheterias globais. De fato, os amplos lançamentos domésticos de filmes de estúdio e o poder publicitário por trás, ainda compõem um mercado forte para filmes dentro do país e no mercado estrangeiro. Alguns estudiosos afirmam que os filmes dos EUA dependem dos mercados internacionais para obter lucro, porém, na opinião de Wasko (2007), com um mercado interno tão grande, os lucros são apenas ampliados através da distribuição em outros

---

<sup>50</sup> Segundo o site [www.statista.com](http://www.statista.com), atualmente os EUA são o terceiro maior mercado cinematográfico em número de ingressos vendidos, ficando atrás de China e Índia. <Acesso em 12/2017>

<sup>51</sup> Segundo AFP (2018), atualmente a China é o maior mercado doméstico cinematográfico do mundo.

países, onde há somente as despesas incrementais. Os custos mais altos são os incorridos na produção e, portanto, para a exportação se requer apenas custos adicionais mínimos (WASKO, 2007);

Economias de escala: Semelhante a outras indústrias, as grandes corporações cinematográfica têm vantagens que as pequenas empresas não possuem, como por exemplo: os grandes talentos para filmes de alto conceito e blockbusters respaldados por uma forte promoção voltada para países e regiões específicas. Muitos filmes de Hollywood são deliberadamente criados para os mercados internacionais. O suposto apelo "universal" dos produtos de Hollywood não é imprevisível, pois, os profissionais de Hollywood são estimulados a pensar globalmente. Além disso, a capacidade de lançar grandes filmes de sucesso com estrelas internacionais é comum para as majors de Hollywood, que visam uma audiência global com filmes de ação e aventura, mesmo quando com pouquíssimo "desconto cultural". Historicamente, Hollywood opera em mercados estrangeiros através de cartéis de distribuição, que comercializam filmes dos EUA e de outros países. O principal exemplo é o United International Pictures (UIP), que representa a Paramount, Universal, MGM/UA. As alianças entre estúdios para distribuir filmes no exterior mantêm o domínio das *majors* nos mercados estrangeiros (WASKO, 2007);

Diversificação e integração vertical do negócio do cinema: É importante notar que os principais estúdios fazem parte de conglomerados de entretenimento altamente diversificados. Não só os filmes de Hollywood são distribuídos internacionalmente, mas também os produtos associados a estes filmes (por exemplo, mercadorias, jogos de vídeo, etc.). A propriedade de outros meios de comunicação, pelas *majors*, significa que os produtos de Hollywood são promovidos e vinculados com produtos em todas as possibilidades de mídia, isto é, em programas de televisão, em revistas, jornais, etc. (WASKO, 2007);

Orientação comercial inicial de Hollywood: A maioria das histórias de Hollywood revela a forte orientação comercial na evolução do filme nos EUA, este ponto as vezes é negligenciado quando discutido a natureza da força do marketing internacional de Hollywood. Os pioneiros do cinema norte-americano aproveitaram os avanços tecnológicos iniciais da Europa e logo perceberam que a distribuição e a exibição eram fundamentais para lucrar com o negócio do cinema, além da importância em desenvolver marketing de massa e o sistema de estrelas. Assim, enquanto outros países desenvolviam o filme como arte ou propaganda, os filmes das majors norte-americanas desenvolviam-se precoce e fortemente como uma indústria baseada em commodities desde o início da sua história (WASKO, 2007);

Guerras mundiais: Muitas vezes é ignorado o fato de que o domínio de Hollywood foi desenvolvido e impulsionado por duas grandes guerras mundiais. Após a Primeira e Segunda Guerra Mundial, as indústrias europeias foram dizimadas e as produções e distribuições dos Estados Unidos alavancadas. A partir de acordos após a Segunda Guerra Mundial, o governo estadunidense também garantiu contínuas vantagens à Hollywood. Em outras palavras, o cinema deste país se beneficiou imensamente das circunstâncias históricas que lhe permitiram continuar produzindo e distribuindo filmes durante conflitos globais, além de estar ligado a uma nação que conquistou enorme poder econômico e político (e, mais tarde, se tornou a superpotência mundial dominante) (WASKO, 2007).

**Fatores Políticos**: Os fatores políticos são vitais para explicar o sucesso internacional da indústria cinematográfica dos EUA e incluem as próprias atividades de lobby de Hollywood, bem como o apoio que recebeu do governo (WASKO, 2007).

Segundo E1, como uma entidade que representa interesses, a MPAA, pode legitimamente auxiliar tomadores de decisão e organizadores de políticas públicas na elaboração de leis atinentes ao setor econômico em que esteja envolvido o audiovisual.

A MPAA é uma força de lobby efetiva para seus membros. A partir da MPAA, formou-se a Motion Picture Association (MPA) (originalmente, Motion Picture Export Association), em 1945. Desde os seus primeiros dias, o MPA, também chamada de pequeno departamento de Estado, cobria as atividades no exterior nas arenas diplomáticas, econômicas e políticas. Uma indicação do significado desta organização é a proeminência de seu ex-chefe, Jack Valenti, que foi recompensado por seus diversos esforços em nome da indústria cinematográfica dos EUA e foi o primeiro lobista a atravessar a marca de US\$ 1 milhão. Através da MPAA as decisões políticas são influenciadas de acordo com os interesses industriais (WASKO, 2007).

Dentre as relações políticas econômicas é considerado relevante para E3 e E4, o aspecto de Estados Unidos não ter sido signatário do acordo proposto pela França, no GATT de 1994, chamado “exceção cultural”, que exclui das regras de acordos comerciais o audiovisual. Este acordo abre precedentes para que os países possam estabelecer critérios para defender suas políticas culturais, do qual o Brasil é signatário. Nesse ponto podem surgir conflitos no campo diplomático entre Brasil e Estados Unidos, contudo, ao que parece, a diplomacia brasileira não irá se indispor com o governo estadunidense por causa do cinema.

Ainda sobre os fatores políticos que servem ao domínio internacional de Hollywood, Wasko (2007), continua:

Apoio estatal: Jack Valenti afirmou que os filmes e programas de TV estadunidenses são cordialmente recebidos por cidadãos de todo o mundo, porém, sempre há a ajuda de

“amigos” em altos cargos. O governo dos EUA apoiou a indústria por anos, mas especialmente na superação da resistência das exportações de Hollywood nos mercados globais (WASKO, 2007);

Crescimento de coproduções: Por várias razões, o número de coproduções junto a Hollywood, aumentou através de incentivos para filmes indígenas, redução de custos trabalhistas, isenção de impostos e taxas. Alguns membros da indústria observam que a maioria dos filmes de Hollywood são produzidos em lugares fora de Los Angeles. Para as majors, a busca por coproduções possibilita fugir da aplicação internacional antitruste: as notórias tendências anti concorrenciais de Hollywood são desafiadas em alguns mercados, principalmente na Europa e Coréia. Quanto mais dominante as corporações transnacionais de entretenimento se tornam, mais atenção elas trazem ao seu poder de mercado e, provavelmente, mais países apliquem leis antitruste (WASKO, 2007).

De fato, não se faz nenhum filme sem ter algum dinheiro. Por vezes é necessário reunir montantes astronômicos para a direção, produção e, em seguida, para a distribuição. É preciso paciência, habilidade, autoridade e sólidos conhecimentos econômicos. Assim, o agrupamento de empresas para financiar as produções cinematográficas, desde seu início, revelou-se lucrativo. Aos poucos se estabeleceram os estúdios. “Desde o final dos anos 20, o panorama de Hollywood está estabelecido: oito firmas de produção, de direção e de distribuição compartilham noventa por cento da atividade cinematográfica americana” (PERAIRE, 1994, p. 45). O poder e as políticas de cada uma varia, cada uma mantém seu estilo, para proporcionar a “marca” de produção.

Todos sabem que as majors eram, em sua maioria, dirigidas por déspotas terríveis e implacáveis. Alguns agiam como monarcas absolutos e reinaram por muito tempo: Harry Cohn, odiado universalmente, dirigiu a Columbia Pictures de 1924 a 1957. Carl Laemmle fez o mesmo com a Universal de 1912 a 1936. Louis Mayer impôs a M.G.M sua concepção de cinema até 1951. Adolph Zukor supervisionou a produção de toda a Paramount de 1935 a 1953. Darryl Zanuck liderou a 20th Century Fox de 1933 a 1956 e de 1962 a 1964 (PARAIRE, 1994, p. 57).

A major mais antiga é a Paramount, seguido da Warner e Metro-Goldwyn-Mayer (MGM). Já a RKO, teve suas atividades de 1929 a 1957. A 20th Century Fox, foi a última a nascer em 1935. Um conjunto de outras empresas cinematográficas, que anteriormente eram denominadas minors, após alguns anos, entraram ao seleto grupo das majors. A Universal, constituída em 1912, a United Artists e Columbia Pictures (PARAIRE, 1994).

Estas firmas são caracterizadas por concentrarem poderosos recursos financeiros e organizarem-se em alianças societárias, em que cada elemento contribui com algum tipo de capacidade e/ou habilidade. Algumas participam com avanço tecnológico, outras com



estruturas de distribuição, outras possuem os talentos artísticos. O conhecimento técnico, industrial, de comercialização, financeiros e criatividade, todos reunidos em algumas poucas empresas, possibilitou o rápido resultado esperado: a supremacia cinematográfica no plano mundial - a partir do advento do cinema falado, o domínio nunca mais foi contestado (PARAIRE, 1994).

Seja ou não filmes de Hollywood (e outros produtos culturais) os efeitos culturais, ideológicos, de dominação cultural global, são questões importantes. Para a análise reforçada de como o domínio de Hollywood foi sustentado devem ser considerados os fatores culturais ou ideológicos, aspectos econômicos, políticos e históricos. Ao longo do tempo, Hollywood demonstrou considerável capacidade para se adaptar e usar suas forças econômicas e políticas para dominar os mercados cinematográficos em todo o mundo. No entanto, não se pode presumir que Hollywood perseverará. Também não se pode presumir que os EUA continuarão necessariamente a desempenhar um papel dominante na globalização. Na verdade, assim como o governo dos EUA, as empresas de Hollywood não são infalíveis. (WASKO, 2007).

#### **4.2.2 A MPAA no Brasil.**

A MPAA atua no Brasil efetivamente desde 1940, através da Motion Picture Association – América Latina. A MPA-AL, segundo E1, é a principal entidade representativa dos maiores estúdios de cinema do mundo na América Latina e tem entre seus membros: Warner Bros Entertainment; Universal Studios; 20th Century Fox Film; Sony Pictures; Paramount Pictures e Disney Entertainment. A missão da MPA-AL é a promoção e o estímulo à criação e à inovação no setor do audiovisual. A organização preocupa-se com valorização e fomento do processo criativo, enquanto orienta e permite com que conteúdos audiovisuais cheguem com qualidade para todos os públicos.

A Motion Picture Association-América Latina trabalha na representação dos interesses políticos dos seis estúdios que a compõe, junto às esferas legislativa e executiva. O foco da organização tem como pautas prioritárias do setor aspectos que englobam direitos autorais, incentivos fiscais, proteção à propriedade intelectual e o combate à pirataria. Através do acompanhamento das discussões nos Poderes Federais, busca fornecer subsídios que possam

servir ao desenvolvimento e execução de políticas públicas atinentes ao setor, bem como alertar para eventuais danos que a legislação ou regulação podem causar (E1).

Além de representar os interesses dos estúdios associados, a MPA-AL, acompanha os cenários político e econômico que se referem ao audiovisual. Estimula e consolida parcerias com os atores do setor audiovisual brasileiro nos campos público e privado, e promove o intercâmbio de expertises e a valorização global do mercado audiovisual, através do diálogo permanente com os agentes do setor. “A MPA/AL representa apenas os interesses políticos dos estúdios, não se envolvendo em questões comerciais, por razões competitivas” (E1).

Apesar de não atuar diretamente no setor comercial, a MPA tem capacidade de influenciar os órgãos que irão agir neste aspecto. No Brasil, Genestreti (2018) alerta que passa a fazer parte do Conselho Superior de Cinema<sup>52</sup>, José Mauricio Fittipaldo, advogado que representa a MPA, o que significa que os grupos estrangeiros terão mais voz ativa nas políticas para o cinema nacional. É previsto, a partir da nova composição do Conselho, a discussão sobre a Cota de Tela e a regulação do vídeo sob demanda.

Na opinião da jornalista Cláudia Motta (2018), com a nova composição do Conselho Superior de cinema há a tendência ao fim de estímulos de financiamento e de espaços para exibição nacional, o que pode levar ao fim da produção brasileira. “A raposa tomando conta do galinheiro, pode ser uma boa analogia para o que está ocorrendo<sup>53</sup>” na opinião de Motta (2018), pois a presença de produtores ligados a grande empresas passou a prevalecer no conselho.

A atuação da MPAA junto ao setor público e privado também se estabelece na participação, coprodução e codistribuição de filmes nacionais sucessos de bilheteria. A entidade confecciona relatórios/estudos que fomentem e contribuem para discussões relacionadas a sua esfera de influência em workshops, seminários, audiências públicas e eventos em geral, com o objetivo principal de intercambiar experiências, num ciclo de retroalimentação entre Brasil e Estados Unidos. “Como exemplo, pode-se citar que, em parceria com agentes locais, a MPA já levou diversos produtores nacionais aos EUA para uma imersão criativa com os estúdios membros da MPAA” (E1).

A MPA-AL trabalha de maneira ativa junto aos agentes do segmento do audiovisual, nas esferas pública, privada e acadêmica. Destaca-se a atuação conjunta com o Congresso Nacional, Ancine, MinC, a Frente Parlamentar em Defesa da Propriedade Intelectual; ABPI – Associação Brasileira da Propriedade Intelectual; ABRAPLEX – Associação Brasileira das

---

<sup>52</sup> Também integrará o Conselho Superior de Cinema um representante do Netflix, Facebook e Google (GENESTRETI, 2018).

<sup>53</sup> Disponível em: [www.brasildefato.com.br](http://www.brasildefato.com.br)

Empresas Exibidoras Cinematográficas Operadoras de Multiplex; ABTA – Associação Brasileira de Televisão por Assinatura; APRO – Associação Brasileira da Produção de Obras Audiovisuais; BRAVI – Brasil Audiovisual Independente; ETCO – Instituto Brasileiro de Ética Concorrencial; FNCP – Fórum Nacional Contra a Pirataria e a Ilegalidade; SICAV – Sindicato da Indústria Audiovisual; TAP – Television Association of Programmers; UBC – União Brasileira de Compositores; UBEM – União Brasileira de Editoras de Música; e UBV&G – União Brasileira de Vídeo e Games (E1).

As relações entre a MPA Brasil/América Latina e o Estado brasileiro cobrem diversas áreas, explica E1, e podem, eventualmente, contribuir para o intercâmbio de experiências tecnológicas, culturais, de inovação e conhecimento, não só entre Brasil e EUA, mas também entre outros países.

A MPA-AL por representar os interesses políticos e regulatórios dos maiores estúdios de criação, produção e distribuição de conteúdos audiovisuais do mundo, interfere nas questões políticas e/ou regulatórias, mas não interfere em aspectos comerciais de cada companhia e outras organizações que não são de sua alçada como a MPLC<sup>54</sup> e a DCI<sup>55</sup>. “A DCI seria um exemplo de um assunto que não é de nossa alçada, mas que, eventualmente, pode guiar nossas atividades, tal qual a política de acessibilidades nas salas de cinema, atualmente discutida no Brasil” (E1).

No Brasil, a MPA-AL tem programas nacionais que estimulam a exportação e distribuição de conteúdos audiovisuais brasileiros, mas a partir do pressuposto de estímulo e não de forma compulsória. Além dos programas, há fomentos a acordos bilaterais de coprodução e negociações comerciais privadas entre distribuidores estrangeiros. “Não é uma entidade de enforcement (garantidora de direitos) e, portanto, não pode fazer valer leis, mas seu principal objetivo, ao redor do mundo, é lançar mão de iniciativas, junto a governos, indústria e sociedade civil, que disseminem a importância da proteção da propriedade intelectual” (E1).

---

<sup>54</sup> Motion Picture License Company – Entidade criada para licenciar a exibição de filmes em circuitos não comerciais.

<sup>55</sup> Digital Cinema Initiative – Entidade criada com o objetivo de estabelecer um padrão técnico de exibição digital nas salas de cinema.

### 4.3 OS CONGLOMERADOS E O CINEMA

A expansão de grandes conglomerados industriais em mercados externos foi uma estratégia importante para manter o padrão de vida das elites burguesas dos países industrializados (HENNEBELLE, 1978).

A indústria cinematográfica começou a se estruturar em modelos de comercialização monopolista quando Charles Pathé, em 1907, introduziu o sistema de distribuição cinematográfica a partir de contratos de longo prazo, similar ao de Thomas Edison. O desenvolvimento econômico das empresas cinematográficas norte-americanas e europeias sempre tiveram algo em comum: a marcante característica monopolista e concentracionistas. Na lógica dos monopólios, os grupos econômicos atuam de forma vertical e horizontal e, sempre que possível, em forma de cartel (GATTI, 2007).

Apesar da legislação norte-americana ter tentado bloquear os monopólios industriais com a lei Antitruste, as grandes corporações sempre conseguiram se organizar de forma a fugir das imposições do Estado.

O caso paradigmático é o decreto antitruste, publicado em 1948, nos Estados Unidos, em que foram desmembrados as cadeias de exibição vinculadas aos grandes estúdios. Esse tipo de verticalização entre os três principais ramos da indústria cinematográfica tende a ser o mais presente nos países cujo o setor produtivo é capaz de tomar liderança no mercado (GATTI, 2007, p. 35).

Com a organização de cartéis, é possível ao conjunto de empresas controlar os preços e eliminar as formas de concorrência através da compra ou asfixia econômica. Ao longo do século XX, as técnicas e políticas comerciais foram modificadas em função da complexidade do mercado neste segmento e da adaptação às estruturas político-econômicas, de onde advém as principais práticas comerciais da indústria cinematográfica que vigoram até hoje. Deve-se ressaltar que as técnicas e as políticas comerciais das mais importantes produtoras e distribuidoras se transformaram, significativamente, ao longo do século XX (GATTI, 2007).

A hegemonia do produto importado é uma realidade na história do cinema brasileiro. Furtado (1978) alega que o processo de dominação norte-americana dá-se principalmente através da verticalização das estruturas de mercado. Na indústria cinematográfica vê-se esta verticalização com a associação entre produção, distribuição e exibição. Julga-se que este é um dos principais fatores pelo qual não foi possível ao cinema nacional competir com o importado. Esta situação tolera que o capital circulante na indústria se concentre em poucos grupos que se tornaram dominantes. “Para alcançar tal posição, os elementos dominantes operaram se

utilizando de práticas comerciais típicas de cartel, nutridas por produtos importados a baixos preços, o que por sua vez, caracterizaria uma prática comercial de *dumping*” (GATTI, 2005, p. 109).

A organização associativa entre empresas do cinema, é datada desde 1908, quando os “chefões” da indústria se uniram e criaram a Motion Picture Patents Company (MPPC). A MPPC foi a entidade pioneira no que se refere a medidas de políticas cinematográficas protecionistas. A MPPC controlava quase todos os custos de produção, desta forma, também ditava os preços para comercialização dos filmes. Muitas empresas que não possuíam capital suficiente para aquisição de equipamentos e para comercialização acabavam por ser extintas do mercado (GATTI, 2007).

As ações da MPPC foram as responsáveis pela criação de Hollywood como principal referência da indústria cinematográfica. Outro processo importante derivado da MPPC foi a chamada Guerra das Patentes, que gerou um processo intitulado “O governo dos Estados Unidos contra a Motion Picture Patents Company” (GATTI, 2007, p.38). As patentes das empresas da MPPC foram importantes, talvez decisivas, quanto ao controle desta corporação no setor cinematográfico dos Estados Unidos. Em 1913, depois de batalhas judiciais entre estado e sociedade privada, o monopólio foi desfeito, porém, se desdobrou em algo mais complexo, a partir da criação das associações entre as grandes produtoras-distribuidoras que se empenharam no desenvolvimento de uma política econômica internacional unificada.

Em 1915, sem a presença de Thomas Edison, um novo bloco com alguns dos pressupostos da MPPC se organizou, mais ambicioso que apenas dominar o mercado nos Estados Unidos, o novo bloco econômico ansiava por ser hegemônico no mercado exterior. No começo da década de 20 é formada a Motion Picture Association of America (MPAA), que além de utilizar recursos próprios, através das relações com o governo, recebia incentivos para a produção e comercialização de filmes que fossem de acordo aos interesses do Estado (GATTI, 2007).

Com o avanço do capitalismo norte-americano depois do fim da Segunda Guerra Mundial e a ideologia da globalização, as grandes empresas organizaram-se em conglomerados. Os conglomerados reúnem vários setores de atividades totalmente diferentes no interior de poderosas entidades econômicas. As Sociedades Anônimas nos Estados Unidos são poderosas burocracias privadas que comumente exercem funções públicas ou semi-públicas e controlam importantes setores da economia. Essas burocracias têm tanta influência que ações convencionais do poder público tornam-se ineficazes quanto à estabelecer regras com o fim de

evitar práticas de monopólio, cartelização e dumping (HENNEBELLE, 1978; FURTADO, 1978).

A Paramount, por sua vez passou às mãos da Gulf and Western Industries (seguros, fundições, material industrial, metais ferrosos, autopeças), que também lida com charutos e vacas nas Bahamas e São Domingos, e é grande acionista da Pan Am... bem como a rede de salas de projeção mais importantes do Canadá (país considerado pelos americanos como *domestic market*). A Universal quase passou para as mãos da Westinghouse. A Warner Bros é controlada pela Kinney National Service, a nº 3 no aluguel de carros, e é proprietária de dezenas de sociedades de serviços... inclusive sete empresas funerárias” (HENNEBELLE, 1978, p. 36).

Furtado (1978) explica que, mesmo que a demanda global se expanda regularmente, sempre haverá a queda, absoluta ou relativa, de outros produtos. Assim, quanto maior o número de mercados que uma organização atue, menor o risco de sofrer com as oscilações de demanda.

Com os paradigmas da globalização a MPAA e outras empresas norte americanas potencializaram as ações para expansão no mercado externo. Os países latino americanos são círculo de influência dos Estados Unidos, sob o qual a tutela deste se exerce. Entretanto, no modelo capitalista estadunidense, o papel político (tutelar) é desenvolvido pelas grandes empresas privadas, no qual o poder econômico tende a concentrar-se e a estrutura diversificar-se em funções e geografia (FURTADO, 1978). Através de ações políticas e mercadológicas, as *majors* expandiram seus escritórios, difusos geograficamente, em vários países latino americanos e também diversificaram a atuação nos segmentos de produção, distribuição e exibição (QUINTANEIRO, 2007).

No fim de década de 70 e durante os anos 80, houve a redução do número de salas de cinema, mas as companhias distribuidoras de filmes estrangeiros não foram afetadas. Por exemplo, em 1985 houve um total de 63,3 milhões de espectadores, com um preço médio de 1,2 dólares por ingresso, o faturamento bruto estimado foi de 75,9 milhões de dólares. Dez anos depois, em 1995, com 16,1 milhões de espectadores e um preço médio de 6 dólares, a arrecadação elevou-se a 96,6 milhões de dólares, ainda que o número de salas tenha se reduzido quase à metade e o volume de espectadores tenha caído para 74,5% (BOLAÑO, SANTOS, DOMINGUEZ, 2006).

O capitalismo transnacional, explica Ianni (2000), instalou-se no Brasil em etapas. Consciente ou inconsciente, nos anos da ditadura militar, entre 1964-85, as lideranças e organizações políticas com um modelo de capitalismo nacional foram arruinadas. No período seguinte, entre 1985-94 os governos adotaram medidas econômico financeiras de cunho neoliberal. E a partir de 1994 os governos criaram instituições e diretrizes voltadas ao projeto

do capitalismo transnacionais, segundo diretrizes teóricas, práticas e ideológicas do neoliberalismo.

A década de 90 é marcada pela acelerada expansão das empresas e corporações que operam com tecnologias, mídias e conteúdo. Há uma indústria audiovisual integrada a indústria de entretenimento que, por sua vez, faz parte do complexo de indústrias culturais (BARONE, 2005). Silva (2010) explica que a ação das majors norte-americanas não se restringe a distribuição ou produção de filmes, mas atuam em todos os setores de criação, desenvolvimento e comercialização do audiovisual. “Recentemente essas empresas sofreram profundas modificações acionárias e estruturais, dando origem a grandes conglomerados de informação, impulsionada pela nova economia que surgiu com o digital e a internet” (SILVA, 2010, p.68).

No início dos anos 80, a Gulf e Western Inc. comprou a Paramount Pictures, que também possuía a maior editora dos EUA, Simon e Schuster, além de várias estações de televisão. A firma mais tarde ficou conhecida como Paramount Communications e posteriormente seu controle foi assumido pela Viacom Inc., que incorporou o canal a cabo MTV, a Blockbuster entertainment Inc., e a rede de TV United Paramount. Outro estúdio que foi comprado pela Paramount foi a Dreamworks de Steven Spielberg e Kratzenberg. Além disso a sócia majoritária da Viacom é a NAI (National Amusements Inc.), pertencente a Summer Redstone, também proprietário da emissora de televisão CBS. Outra ação conjunta é da UCI, que opera no Brasil, que pertence a NAI (SILVA, 2010, p. 68).

Nos anos 80 a News Corporation, do editor de jornal Rupert Murdoch, adquiriu as ações do estúdio 20th Fox; dentre as propriedades da News Corporation incluíam-se jornais, revistas, canais de televisão e outras empresas de mídia. Também, nesta mesma década, a Warner Communications funde suas ações com a Time Inc., e formam a Time Warner, posteriormente, com a entrada da internet, através da AOL, torna-se o maior conglomerado de mídia. Já a Universal foi adquirida pela emissora NBC, formando o conglomerado NBC-Universal, pertencente ao maior grupo industrial do mundo, a GE, fundada por Edison (SILVA, 2010).

Com a inserção de organizações transnacionais nos países, os setores da Sociedade Civil Nacional subalternos - os que não tem acesso às estruturas nacionais e transnacionais de poder - desagregam-se e em pouco tempo, nas palavras da Ianni (2000), tornam-se acéfalas. No lugar de um projeto de desenvolvimento endógeno, se instala um projeto de dissociação nacional, devido as diretrizes assumidas pelos governantes.

A posição hegemônica norte-americana no campo do audiovisual foi favorecida por fatores endógenos, exógenos e pela política governamental. Os resultados do intenso e precoce processo de estruturação da indústria gerou: acúmulo de experiências profissionais, alto nível técnico e maior conhecimento dos mercados; rápida urbanização e desenvolvimento industrial;

isenção de impostos e outras formas de incentivos protecionistas; e a organização monopolista verticalizada (SILVA, 2010).

Em meados de 1995, as empresas transnacionais de exibição já demonstravam seu interesse no mercado brasileiro e passaram a investir direta e indiretamente no Brasil com sócios brasileiros, através de joint-ventures, fundos de pensão de empresas estatais, bancos privados, nacionais e estrangeiros. O objetivo comercial destas empresas é apenas um: conquistar a hegemonia do mercado de exibição cinematográfica (GATTI, 2005).

Muitos foram os estímulos para a transnacionalização de empresas norte-americanas, mas o principal, segundo Furtado (1984), foram os baixos custos em relação aos do país de origem.

A entrada de empresas multinacionais no setor de exibição modificou drasticamente as relações de propriedade no controle das salas e na programação. Por mais que a programação estivesse condicionada a exigência das grandes distribuidoras, em particular as norte-americanas, a decisão sobre a exibição dependia dos donos dos Multiplex. Até o início dos anos 90, as companhias locais, detinham 70% do mercado, mas, começaram a perder espaço para as companhias de origem norte-americanas - General Cinema Companie, Cinemark Cinemas - e australianas - Hoyts Cinemas Limited, Village Cinemas (BOLAÑO, SANTOS, DOMINGUEZ, 2006).

Na transição do século XX ao XXI, o Brasil caracteriza-se pelo abandono e o desmonte do projeto nacional, com implicações político-econômica e socioculturais. “Está em curso a transição de uma nação em província, com a transformação do aparelho estatal em aparelho administrativo de uma província do capitalismo global” (IANNI, 2000).

Como aconteceu em quase toda a atividade econômica da década de 90, a indústria cinematográfica sofreu uma série de reformulações, tanto políticas quanto econômicas. Os dados demonstram que o cinema se tornou elitista, o número de salas foi reduzido e passou a existir apenas nas cidades mais desenvolvidas, o preço dos ingressos também subiu. Dados estes estão relacionados ao *business* cinema, em que se prefere vender mais caro a poucos, do que mais barato a muitos (GATTI, 2005).

ESTA É A IRONIA da história: o Brasil nasce no século XVI como província do colonialismo e ingressa no século XXI como província do globalismo. Depois de uma longa e errática história, através do mercantilismo, colonialismo e imperialismo, ingressa no globalismo como modesto subsistema da economia global. Apesar dos surtos de nacionalismo e das realizações propriamente nacionais, como ocorre principalmente na época do populismo, isto é, do projeto e realizações do capitalismo



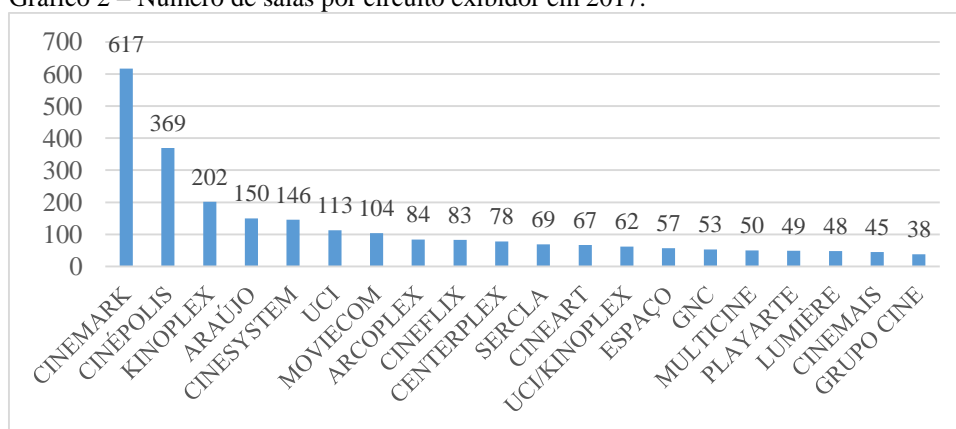
nacional, ingressa no século XXI como simples província do capitalismo global; revelando-se um caso de dependência perfeita (IANNI, 2000)<sup>56</sup>.

A tendência a homogeneização da programação fica clara com a instalação dos centros de exibição Multiplex, assim aumentam as dificuldades das distribuidoras independentes em colocar filmes nos centros de exibição. Os filmes brasileiros, neste caso, também tendem a ser distribuídos por empresas pertencentes a grandes conglomerados de audiovisual, no qual atuam atores popularmente conhecidos pelo público (GATTI, 2005).

A expansão mundial de empresas como a United Cinema Internacional, Cinemark, General Cinema Companies, Hoyts Cinema, Warner Bros, Imax, trata-se de uma nova fase do processo de comercialização internacional. Das empresas anteriormente citadas quase todas já se encontravam instaladas na década de 90, ou com projetos de instalarem seus poderosos centros de entretenimento no Brasil (GATTI, 2005).

Segundo os dados da Ancine, pode observar-se que os Multiplex internacionais são dominantes no circuito de exibição nacional (ANCINE, 2018). No qual a Cinemark, empresa norte-americana, é a proprietária do maior número de salas.

Gráfico 2 – Número de salas por circuito exibidor em 2017.



Fonte: Ancine (2018).

Elaboração: Autor.

A Cinemark é a principal rede de exibição atuante no país. No que diz respeito a programação das salas, sabe-se que a estrutura delas é bastante dinâmica. Claro que há explícita preferência por conteúdos com grandes retornos, notadamente a opção recai sobre os filmes distribuídos pela MPA-AL<sup>57</sup>, o que caracteriza uma certa horizontalização continental e mundial da programação do cinema hegemônico. Uma estratégia importante da Cinemark é que

<sup>56</sup> Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/S0103-40142000000300006>

<sup>57</sup> Motion Picture Association América Latina, é a filial da MPAA, destinada a acompanhar (investir, promover e investir) o mercado cinematográfico nos países latino-americanos.

esta não trabalha com grandes margens de lucro na exibição, portanto, necessita ter as salas de exibição com a maior lotação possível (GATTI, 2005).

As relações entre a Cinemark e as empresas associadas a MPA-AL, estão definidas fora do Brasil. A Cinemark está no mundo todo e é uma empresa norte-americana, explica E4. Diferente do que acontece com os exibidores nacionais, no qual as relações junto as majors se dão de maneira horizontal, a ação junto a Cinemark é verticalizada.

O Multiplex tem como efeito a aguda concentração econômica, onde há um significativo número de investidores interessados no desenvolvimento do cinema como indústria de entretenimento. Para o comércio de filmes de Hollywood, a ampliação das redes mundiais de exibição é um bom negócio, pelo fato de tornar a exibição um ambiente mais propício as relações internacionais (GATTI, 2005). Na opinião de E9, o processo de dominação norte-americano acontece pela sociedade ser influenciada de várias formas: “A pressão norte-americana existe em todas as esferas, tanto para o aprendizado da língua na escola, porque realmente a língua de troca do mundo é o inglês, e o dólar é a moeda”.

As mudanças ocorridas pela globalização e os sistemas de informações digitais levaram muitas salas a fechar a partir da metade da década de 70. Ao fim da década de 90 e início do século XXI outras foram abertas, porém, nas novas salas inauguradas foi predominante o modelo Multiplex que, por sua vez, concentrou-se nas cidades com grandes centros comerciais (GATTI, 2005).

Os dados da Ancine (2018) mostram, que aproximadamente 89% das salas ativas em 2017 encontram-se localizadas em Shopping Centers.

Gráfico 3 – Percentual de salas de exibição por local de funcionamento em 2017.



Fonte: Ancine (2018)

Com a concentração das salas em grandes centros comerciais, a exibição de filmes brasileiros tornou-se, em parte, dependentes de circuitos destinados aos públicos compostos por consumidores da classe A e B. Nessa conjuntura percebe-se que o cinema tornou-se uma arte, nos dias atuais, elitista. Esta situação obriga a produção de filmes brasileiros a trabalhar com

níveis de investimentos altos para o cinema nacional, desta forma, raramente um filme brasileiro se torna economicamente rentável (GATTI, 2005).

Quanto a elite, onde se inclui empresários, militares e alguns intelectuais, Ianni (2000) comenta que esta possui pouco compromisso com o povo. Enraizadas no poder político-econômico dos monopólios, trustes, cartéis corporações e conglomerados transnacionais, as elites movem-se no imperialismo que é impregnado pela globalização. As grandes organizações das elites, estão inclinadas a considerar uma sociedade nacional, o povo, apenas como um território de negócios, uma “pastagem” de lucros (IANNI, 2000).

Presencia-se, no mercado brasileiro, um quadro que contempla um razoável nível de produção, tanto em qualidade quanto em quantidade. Todavia, corre-se o risco da indústria nacional se tornar apenas um fornecedor de matéria prima para a indústria cultural internacional. A indústria cultural é a indústria da consciência, que forma mentalidades e, portanto, forma os espectadores em aspectos políticos e ideológicos (GATTI, 2005).

A hegemonia do cinema das majors norte-americanas, no mercado globalizado, atravessa com força o século XX, e ameaça as expressões nacionais originais e as indústrias locais, tanto de países pós industrializados como os emergentes. A condição desta hegemonia é resultado do modelo industrial adotado por Hollywood, que leva a concentração sistêmica de insumos, recursos artísticos, técnicos e grandes aportes de capital, que possibilitam operações de produção e distribuição em escala mundial (SILVA, 2010).

Além da atuação vertical em produção, distribuição e exibição, as sete majors norte-americanas<sup>58</sup> que monopolizam o mercado cinematográfico, atuam em outras áreas de entretenimento, através da compra de parque temáticos, merchandise e redes de aluguel ou venda de produtos audiovisuais. Estas ações reduzem os espaços das produções locais ou para qualquer proposta que não tenha a distribuição de alguma major (GATTI, 2007).

Do ponto de vista econômico e cultural, a hegemonia do produto estadunidense no Brasil, permanece intocada. Para Gatti (2005), esta situação é resultado do baixo índice de verticalização e horizontalização da indústria nacional. Contrário ao que acontece na expansão industrial norte-americana, em que tais estruturas (vertical e horizontal) são bastante comuns.

As conseqüências da integração horizontal em massa podem ser nefastas para a sobrevivência de um ambiente competitivo entre os ramos da indústria cinematográfica, pois o consumidor comum é o personagem mais afetado por essa prática. Portanto, sem a concorrência, temos o regime de cartel, em que os preços realizados são determinados em função dos interesses dos poucos envolvidos, e não dos espectadores ou trabalhadores da indústria, obrigados a se sujeitar a tais relações devido à falta de opções (GATTI, 2007, p. 35).

---

<sup>58</sup> Disney, Warner Bros. Inc., MGM-UA, Sony Pictures, Paramount, Universal e 20th Century Fox.

As fusões e aquisições, explica IANNI (2000), é o que alguns intelectuais chamaram de modernização, entrada no primeiro mundo. Parece que por meio do discurso da globalização, se fortaleceu a repressão e intimidação dos setores sociais da Sociedade Civil, pelo medo da posição de ser tecnologicamente atrasada. Tal situação desestruturou, precisamente, os setores empenhados em construir formas alternativas de hegemonia e deixou de lado o agravamento das desigualdades sociais que tal inserção no mercado mundial traz consigo.

A integração vertical acontece quando as empresas produtoras organizam-se junto às estruturas de distribuição e exibição. Desta forma, as produtoras passam a ditar os preços dos filmes. Esse tipo de ação tem por resultado a concorrência desleal, uma vez que passam a conduzir ou estabelecer o preço médio do filme. Outra forma de verticalização é entre exibição e distribuição, em que ambos passam a controlar a renda total de determinado filme exibido na cadeia de cinemas (GATTI, 2007).

O parque exibidor, para E5, é essencialmente voltado para o cinema dos Estados Unidos, porque é o que auferir maiores lucros. “A lógica funciona: se dá dinheiro, se é isso que a galera quer ver, é o que eu vou colocar”. Porém, junto a expansão dos filmes de Hollywood, são propagados e exportados a cultura e o padrão de vida norte-americano, através das relações comerciais com indústrias de segmentos difusos. Ocorre, desta forma, a penetração de outras corporações como Coca-Cola, Ford, McDonalds, etc. Assim, se propagam os estereótipos hegemônicos entre todas as camadas sociais (HENNEBELLE, 1978).

O cinema das majors norte-americanas possui um nível de sofisticação e desenho de modelo de negócio que a empresa brasileira que chega mais perto é a Globo, na opinião de E4. Por exemplo, continua E4, “no Filme Matrix, quanto a Warner ganhou para que o Keanu Charles Reeves usasse aquele óculos específico?”, não se sabe, pois trata-se de um segredo de negócio, mas isso aumenta o orçamento do filme. E assim empresas como Harley Davidson, Mercedes, Ferrari, compram merchandising nas produções. “Hoje o segundo maior comprador de merchandising no cinema americano é a Macintosh. Você vai ver um filme americano o cara está com um Macintosh aberto na cama. O primeiro deve ser a Coca-Cola ou a Pepsi não tenho certeza”.

A expansão industrial norte-americana possibilitou que o capital circulante no mercado cinematográfico fosse dominado por poucos grupos, que repartem o bolo econômico conforme seus interesses que, por via de regra, não são favoráveis ao cinema brasileiro (GATTI, 2005).

As grandes empresas norte-americanas, diz Furtado (1978), não derivam seu poder de ninguém, a não ser delas mesmas. Por isso, sempre que as sociedades anônimas influenciam a vida de muitas pessoas elas devem ser submetidas a regras constitucionais estabelecidas pelo

governo. Entretanto, quando operam em mercados externos com uma série de privilégios fora do controle antitruste e com cobertura militar, as empresas estadunidenses tornam-se grandes potências, independente do mercado, no qual orientam o consumo, investimentos e tecnologias.

Com a transnacionalização a economia brasileira transforma-se em província do capitalismo mundial. Todas as decisões que se adotam no âmbito do governo e que irão afetar a vida dos indivíduos e das coletividades são de acordo com as exigências das transnacionais. O Estado, a cultura, a língua, as tradições passam a subsistir. “A parte principal do solo do Estado-nação transnacionaliza-se, torna-se pasto das corporações transnacionais” (IANNI, 2000).

Quanto a transnacionalização de empresas, explica Silva (2010), o governo norte americano tem um posicionamento diferente da maioria dos países da América Latina. Ela comenta que a fusão da Columbia TriStar e Sony Entertainment revelou-se incomoda ao congresso, pois, pela primeira vez uma empresa estrangeira (japonesa) comprava uma produtora de conteúdo estadunidense. Tal transação teve por resultado um projeto de lei que propunha um limite de no máximo 50% sobre a propriedade estrangeira em empresas de atividades culturais norte-americanas.

Os filmes distribuídos pelas *majors* e suas associadas são os preferidos pelos exibidores, pois são comercializados a um preço competitivo em relação às produções nacionais, tem publicidade em massa e quando chegam ao Brasil já tiveram o sucesso “testado” em outros países. As produtoras e o próprio estado brasileiro, desde os anos 90, têm-se movido para avançar em tecnologia e ações para ampliar o setor audiovisual no Brasil. Contudo, uma das formas encontradas para tentar promover a cinematografia nacional foi permitir a associação de produtoras e distribuidoras nacionais às internacionais (GATTI, 2005).

Com a lei do Audiovisual<sup>59</sup>, empresas como Fox, Columbia e Warner, que possuem filiais no Brasil dedicam-se à produção e distribuição de filmes brasileiros, que obtiveram importantes sucessos comerciais (GATTI, 2005; BOLAÑO, SANTOS, DOMINGUEZ, 2006).

Na opinião de E10, a participação das *majors* como coprodutoras do cinema nacional acaba por determinar o gênero e estilo da produção brasileira. Os diretores nacionais procuram desenvolver modelos mais comerciais, pois, é observado que as produções fora de

---

<sup>59</sup> A Lei do Audiovisual (Lei 8685, de 1993) permitiu que as empresas deduzissem do imposto de renda os investimentos feitos nos filmes nacionais - com limite de 3% do total que seria pago. O Artigo 3º da lei possibilita o abatimento de 70% do imposto sobre a remessa de lucro das empresas estrangeiras do setor audiovisual com representações no Brasil, caso invistam na co-produção de obras cinematográficas brasileiras.

determinado formato comercial, artísticos ou intelectual, não recebem investimento dessas empresas.

Existe um padrão para uma major entrar com investimento e depois que uma major entra você perde toda a liberdade, liberdade até de ator, porque eles escolhem pra você. Inclusive a gente, nos próprios laboratórios de desenvolvimento, eu por exemplo ganhei com um longa um projeto de desenvolvimento, e assim, é uma grande fábrica de produzir roteiros idênticos. Você tem o padrão americano, em que o primeiro ato vai até “tantos” minutos, aí tem uma virada. Um padrazinho que o mundo inteiro hoje segue (E10).

A presença do filme importado limitou o desenvolvimento da cinematografia brasileira e adaptou as produções aos modelos internacionais hegemônicos. A integração entre as empresas dominantes em produção e distribuição criou um projeto de industrialização próprio, e as alianças com as *majors* só vêm a reforçar a presença do filme importado no mercado nacional (GATTI, 2005).

Resumindo e simplificando ao máximo: as empresas distribuidoras estrangeiras, que detêm mais de 90% do mercado brasileiro, pagam um imposto elevado ao enviar seus polpudos lucros para as respectivas matrizes nos Estados Unidos. Essas empresas, se assim desejarem, podem deixar de pagar metade desse imposto, bastando para isso que invistam a quantia que deixou de ser recolhida ao Tesouro em filmes brasileiros. É isso mesmo: em vez de pagar imposto, os gringos podem ajudar o cinema tupiniquim. Parece engenhoso, principalmente se considerarmos que essas empresas terão interesse em distribuir decentemente os filmes nacionais de que possuam participação na bilheteria (GERBASE, 1995).

A lei do Audiovisual, apesar de ter tido a intenção de capitalizar as produtoras, acabou tendo resultado adverso, pois existem mecanismos que trabalham contra isso. Para que uma produção se capitalize é fundamental que seja trabalhado um ciclo de produção contínua, assim, um filme é produzido enquanto outro está em lançamento (SILVA, 2010).

O Fundo Setorial, segundo E10, é outra forma de fomento que parece estar, privilegiando os modelos hegemônicos. Antigamente, havia linhas de fomento em que era possível tentar produzir filmes artísticos, linhas para filmes de baixo orçamento, primeiro e segundo longa, mas essas linhas acabaram. Havia uma linha para produção de filmes mais de arte, que foi agrupada em outra linha, em que concorrem junto as grandes e pequenas produtoras, e o critério para conseguir o capital para produção é pontuação “absolutamente grotesca”, nas palavras de E10. Para participar dos Editais do Fundo Setorial é necessária uma determinada pontuação e o único critério para obter pontos é público.

Assim, ter um único critério é bizarro, e o pior é que quem conseguiu inscrever mais rápido ganhou. E a consequência é assim, você vai ter dez ou quinze grandes produtoras, dez grandes distribuidoras e acabou, Então eles vão quebrar todas as pequenas e medias empresas. Eu fui fazendo curtas, que rodou em um monte de festivais importantes fora, preparei o roteiro em laboratório. Então, você vai lá na Ancine, você tem um ponto, porque você não fez um longa, Então, você não consegue mais fazer filme (E10).

Além da organização vertical de produção, distribuição e exibição cinematográfica, as filiais das majors têm como prática associar-se às firmas de produção local, como ocorre na Espanha, Alemanha ou Inglaterra. A decisão de investir em um filme local depende da capacidade de aproveitar as sinergias entre três segmentos: cinema, televisão e home vídeo (BOLAÑO, SANTOS, DOMINGUEZ, 2006). No Brasil, observa-se essa associação, principalmente, com a Globo Filmes.

A Rede Globo, diz E3, apesar de exibir muitos filmes distribuídos pelas majors é ainda a exibidora de TV aberta que mais exibe o filme nacional. A Record exibe apenas os filmes que ela mesma produziu.

A Globo não tem uma política clara a respeito do filme brasileiro, de dar prioridade pro cinema brasileiro, mas ainda é, das grandes redes abertas, a que dá espaço para o cinema nacional, para os filmes que de certa forma o departamento dela tem alguma participação na carreira dos filmes, porque as outras emissoras se quer põem filmes brasileiros. A Record só os filmes produzidos por ela mesmo e isso faz parte de uma deficiência intelectual do empresariado brasileiro. O empresariado brasileiro é atrasado, não enxerga a dinâmica, porque se eles fossem constatar, o filme nacional tem mais audiência que o estrangeiro na TV aberta. As pessoas gostam de filme brasileiro na TV aberta, fazem mais espectadores do que os filmes gringos, que não tem nada a ver com a nossa realidade social, até porque o filme é dublado tem uma certa artificialidade na dublagem. O filme brasileiro tem autenticidade na tela, são atores e atrizes que o público já conhece das novelas e minisséries (E3).

Apesar de constatada que na televisão aberta o filme nacional acaba por ter mais audiência que o filme estrangeiro, as produções norte-americanas são exibidas com maior frequência em TV aberta porque é mais barato comprar um pacote de filmes estrangeiros, do que adquirir filmes nacionais. E4 explica que é possível comprar um pacote de filmes com cinquenta títulos estrangeiros a um bom preço, enquanto o mercado nacional é fragmentado, “é preciso adquirir três filmes de um distribuidor, dois com outro, o filme nacional acaba se tornando muito caro”.

Outro aspecto que estimula a exibição de títulos estrangeiros, na opinião de E3, é que a televisão aberta quer patrocinadores, já que não recebem assinatura, então é oferecido um horário ao patrocinador, por exemplo a Nestlé, em que irá passar o filme com alguma estrela de Hollywood.

Também é importante destacar a tendência ao fortalecimento do poder exercido pelos grandes grupos de comunicação que atuam no país, como Record, Globo, Netflix, Google, Facebook, a partir da nova composição do Conselho Superior de Cinema, que passa a ter como membros representantes destas organizações (Genestreti, 2018). De fato, infere-se a intenção de potencializar a concentração do mercado audiovisual, de forma favorável as grandes empresas, que terá impactos ainda mais degradantes ao cinema independente.

As *majors* norte-americanas, por meio de estratégias políticas e articulações voltadas aos interesses capitalistas, possuem capacidade de determinar as demandas cinematográficas. No Brasil, tem-se aproximadamente trezentos e setenta (370) distribuidoras licenciadas para o alastramento do audiovisual vindo dos Estados Unidos (MPLC, 2017). Furtado (1978) diz que à medida que grandes empresas controlam determinado setor da economia, mesmo que o façam de forma articulada com outras, elas têm condições de interferir no processo de distribuição de renda social.

Ao adotar o projeto de capitalismo transnacional, desenvolve-se também a alienação dos centros de decisão nacionais. A despeito dos aparelhos estatais, políticos e econômicos, o Estado-nação se torna uma entidade sem base econômica e jurídico-política que, por fim, contamina toda a sociedade. O Estado torna-se um aparelho administrativo obrigado a acomodar as exigências da transnacionalização crescente da economia, esquecendo as necessidades de setores sociais subalternos (IANNI, 2000).

#### 4.4 SOBRE CINEMA E TECNOLOGIA

Na metade da década de vinte há o aumento das produções do cinema brasileiro. Surgem os primeiros clássicos do cinema mudo, o talento artístico se sobressai. Porém, o país encontrava-se tecnologicamente atrasado em relação aos países desenvolvidos; Estados Unidos já propagava o cinema falado, que era preferência em todas as partes, e o cinema mudo, apesar das evoluções técnicas, não consegue competir por espaço nas telas. Com a proliferação do cinema falado as produções nacionais, novamente, passaram por duras quedas. Para Paranaguá (1984), a indústria e o Estado brasileiro aceitaram passivamente a entrada do cinema de Hollywood no país e, para Simis (1996), a frente tecnológica desenvolvida pelos Estados Unidos foi o que desestabilizou o cinema nacional.

Em países desenvolvidos, como Estados Unidos, o florescimento econômico em grande parte proporcionado pelo desenvolvimento tecnológico, em vários setores emergentes, contribuiu para o crescimento do Produto Interno Bruto do país. No década de sessenta, as novas relações de produção no Estado norte-americano, estimularam ao crescimento da sociedade de consumo, aspecto que levou algum conforto às classes menos favorecidas (ROXO, 2006).



Hollywood, segundo Roxo (2006), foi uma das principais indústrias a auxiliar na expansão da sociedade de consumo e do estilo de vida estadunidense, criou-se um processo de homogeneização cultural global. Condiçãoada por aspectos econômicos, políticos e tecnológicos – tendo o último impulsionado as indústrias de comunicação e entretenimento -, as crescentes relações internacionais acarretaram em transformações na sociedade principalmente no final do século XX. Nesse momento, a indústria de entretenimento norte-americana criou um universo audiovisual global intenso, extenso e veloz, e passou a fazer parte integrante das sociedades e das culturas, ao menos um pouco, em todo o mundo.

A respeito das indústrias tecnológicas de apoio à produção de filmes, o surgimento de filmes sonoros é bastante ilustrativo, pois a adição da tecnologia representou, em média, um aumento de 30% no custo total de um filme qualquer nos Estados Unidos. O fenômeno dos incríveis avanços das indústrias técnicas, por sua vez, é facilmente observável nas fichas dos filmes exibidos comercialmente, cada vez mais prolixas. Isso se deve a criação de novos segmentos e subsegmentos tecnológicos que atualmente um filme precisa conter para competir em igualdade de condições com seus concorrentes (GATTI, 2008, p. 28).

A partir da primeira grande guerra a indústria cinematográfica norte-americana começa a desenhar o mercado cinematográfico e a se tornar hegemônica no Brasil, porém, é no período da Segunda Guerra Mundial que firma sua posição dominante no país. O cinema nacional, na década de 60, busca pela libertação das grandes indústrias de produção norte-americanas – que são pesadas, rígidas e caras -, neste período a qualidade técnica do cinema brasileiro passa a ser uma das questões centrais (BARONE, 2009).

De modo geral, a operação técnica de produção cinematográfica crescia no Brasil, onde a contratação de equipamentos e serviços eram feitas de acordo com cada projeto. Glauber Rocha, um dos produtores independentes que era referência da época, estimulava formatos de operações diversos ao hegemônico com o fim de contornar os altos custos do uso de estruturas industriais, que julgava ser um material superado, pois não ofereciam possibilidades para uma linguagem moderna. Glauber Rocha, preferia as câmeras Arrifles, de origem alemã, mais leves do que as Mitchell, de produção norte-americana (BARONE, 2009).

Até a década de 80, o parque técnico e infraestrutura de serviços necessários ao funcionamento da atividade cinematográfica, permanecia essencialmente composta pelo mesmo desenho: câmeras, gravadores de som, microfones, artefatos de iluminação, maquinaria – como guas, travellings, dollys, etc. Sistema de edição para imagens e som, laboratórios de revelação e cópia incorporavam melhorias pontuais, mas que não alteravam a essência do processos. Ao lado desses equipamentos, havia a necessidade dos estúdios de filmagem e som, com os respectivos serviços auxiliares (desde carpintaria para a confecção de cenários, até os

arquivos climatizados para armazenagem de matrizes e cópias). Todo esse sistema demandava ainda a contratação de técnicos e artistas com especializações (BARONE, 2009).

Pelas especificidades e características de funcionamento e uso, o aparato técnico da indústria cinematográfica demanda altos investimentos, especialmente para as operações em escala industrial. O alto custo de implantação e manutenção de estruturas conforme os modelos baseado nos estúdios das majors norte-americanas, foram parte do fracasso de produtoras brasileiras como a Cinédia, Atlântida e Vera Cruz (BARONE, 2009).

Os setores de eletrônica e informática no país, até a década de 70, eram rigorosamente controlados pelo Estado. As políticas de restrição e substituição de importação, adotada pelos governos militares, eram compreendidas como uma reserva de mercado para a indústria nacional, porém resultou no grande atraso tecnológico do país (BARONE, 2009).

No Brasil, a década de 90 foi um período em que as tecnologias operaram significativas transformações no campo da comunicação, sobretudo com os avanços das telecomunicações, eletrônica e informática. Porém, é preciso considerar que o cenário tecnológico no Brasil terá uma forma de progressão diferente da ocorrida em países desenvolvidos, pois sua progressão estará diretamente relacionada ao processo de implantação de uma economia e política neoliberal (BARONE, 2009).

O primeiro setor da indústria cinematográfica a sofrer com as mudanças tecnológicas foi a pós-produção. Inicialmente, a pós produção era feita em máquinas como a Moviola, com cortadeiras e cola. Com o surgimento das gravadoras de vídeo, também passaram a ser usadas na pós-produção sistemas eletrônicos, para varrer os fotogramas do vídeo gerando a cópia em vídeo, chamada de telecine (ANDRE, 2017).

A tecnologia é a base do cinema, na opinião de E8, e o fato de ter que importar todo o equipamento para a produção é algo que eleva significativamente o custo de produção, pois, além do equipamento ser caro, os impostos de importação também são altos. Ter equipamentos de alta qualidade desenvolvidos no país tornaria menos oneroso fazer cinema.

O cinema é uma arte, mas das artes, é a mais tecnológica de todas, é uma arte que surgiu de uma evolução tecnológica. O cinema em si é muito tecnológico. E no Brasil a gente não tem uma produção de indústria tecnológica para o cinema, a tecnologia no Brasil ela é importada, então, quando tu tem um produto importado ele é mais caro, isso eleva o custo de produção do cinema no Brasil. Ter uma câmera, um equipamento de luz adequado, maquinário específico para fazer movimentos precisos, coisas essas todas que a Globo tem, é difícil (E8).

Os sistemas de telecine evoluíram paralelamente às tecnologias de captação de imagens e a conversão digital. Outras importantes inovações apareceram, como o timecode - nas fitas de

vídeo e formatos de captação de áudio. As fitas DAT (Digital Audio Tape), foram introduzidas pela Sony e substituíram o som direto da fita Negra a partir da década de 90 (ANDRE, 2017).

No cinema, as tecnologias digitais facilitaram os massivos processos da indústria, ao mesmo tempo ampliou as possibilidades estéticas e abriu caminho a novos realizadores independentes. Apesar das facilidades obtidas com às inovações tecnológicas, esses processos constituem uma contradição, que Felinto (2006, p. 414), chama de “paradigma digital”. Contradição que exige uma abordagem seletiva e parcial, em razão da imensa quantidade de problemas envolvidos no processo de reestruturação tecnologia e cultural que ocorreram na indústria cinematográfica.

Os primeiros projetores de vídeo usavam tecnologia CRT – Catodic Ray Tube - que, até o início dos anos 90, era considerada a melhor opção. No final de 1980, surgiram os primeiros projetores com tecnologia LCD (Liquid Cristal Display), apesar de serem muito caros para os padrões da época, explica Andre (2017), atingiam luminosidade e resoluções muito superiores ao sistema CRT, o que levou os a substituírem o CRT.

O objetivo das tecnologias digitais, afirma Felinto (2006), era proporcionar espaço aos produtores independentes, porém, o uso dessa tecnologia aumentou os obstáculos para os pequenos e médios produtores, distribuidores e exibidores, devido ao maciço uso que as grandes corporações fazem das tecnologias digitais. Por isso, muitos diretores de videomakers independentes, encaram com extrema suspeita a contribuição das tecnologias digitais ao cinema.

No Brasil, explica E5, todos os cinemas exibem o digital. O cinema digital deve ser fechado no formato DCP (Digital Cinema Package), esse formato para o produtor independente acaba elevando o custo da produção, por ser um formato muito pesado, aproximadamente 200Gb, assim, só pode ser transportado em HD ou satélite. A logística do HD pode vir a ser muito complexa e cara, o satélite é considerada a melhor opção, contudo também tem seu custo. O DCP é um formato fechado que combate à pirataria. Ele tem um código gerado para cada sala de exibição, filme, data e hora. O exibidor recebe o filme e junto um código.

Então, você está em Porto Alegre e tem cinco salas de cinema. Você informa que vai passar o homem aranha na sala 4, então é gerado um código para aquele horário e sala, para passar o filme. Então, você tem que receber o filme, mas também tem que receber a chave (E5).

Imaginava-se que com a ampliação das possibilidades de exibição, através da tecnologia digital, a distribuição tornaria-se mais fácil para os produtores independentes, porém, André (2017), afirma que, na verdade, o digital apenas veio a reforçar a primazia econômica da majors.

É preciso não confundir necessidades técnicas e opções na organização do processo produtivo. É preciso não confundir a infraestrutura mínima (aparelhagem, laboratórios, produção, sobretudo esquema de distribuição, acesso à exibição), com uma indústria como a hollywoodiana, com sua fabricação em série, equipe sob contrato, grandes estúdios, star system, etc. A organização da produção em função da realização padronizada de filmes de ficção era apenas uma das fórmulas possíveis de desenvolvimento do cinema. A dependência não foi apenas tecnológica, ela foi sobretudo ideológica (PARANAGUÁ, 1984, pág. 35).

O modelo DCP, na opinião de E2, onera a produção para o cinema independente, porém, quando era película o custo era maior ainda. Assim, explica E2, fazer um DCP, apesar de ainda ter um custo é bem mais barato se comparado com a película, “é possível fazer um DCP de forma caseira e exibi-lo”. E8 comenta que poucas pessoas sabem converter a produção para um formato DCP com alta qualidade, isso as vezes a contratação de pessoas especializadas o que aumenta o custo do filme. “Fazer filme no Brasil é muito caro”, diz E11.

Logo no início em que foi lançado o formato DCP, era pago em torno de dez ou quinze mil por HD. Hoje, afirma E10, é possível o próprio produtor converter suas produções através de um software aberto, mas confirma que poucas pessoas sabem fazer isso, o que não deixa de ser uma barreira para muitos produtores.

Antes tinha que pagar 10, 15 mil por HD pra fechar cada um dos DCP. Então tinha uma restrição forte. Hoje eu fecho os meus próprios filmes com um software aberto de DCP, claro que ainda é uma barreira, mas não é mais tão pesada. A questão de tecnologia não é o que efetivamente restringe a produção e distribuição cinematográfica (E10).

O formato DCP foi estabelecido internacionalmente, ele seria o equivalente a película no meio digital. Fazer a conversão do DCP é complexo, mas não muito difícil. Porém, existem poucas pessoas que sabem como fazer, afirma E8.

O início do mercado neoliberal é marcado pelo surgimento dos primeiros sistemas digitais de gravação e reprodução de imagens e sons. Também, há o início das operações de televisão com sinal codificado e a ampliação do setor de informática. Seguindo a tendência global, esses instrumentos passaram a ser os novos símbolos da modernidade, do desenvolvimento e do avanço tecnológico. Com a abertura do mercado, a privatização dos setores de energia elétrica, de telecomunicações e a entrada de grandes corporações transnacionais, o quadro tecnológico do país se altera (BARONE, 2009).

No caso da indústria cinematográfica, observa-se que o modelo técnico de produção estadunidense, acabou por ser implantado pelas emissoras de televisão, principalmente às ligadas aos grandes conglomerados de comunicação, como a Rede Globo (BARONE, 2009).

Após as duras quedas sofridas pelo cinema nacional com a política neoliberal, o início do período denominado como “retomada” do cinema brasileiro foi o momento de adaptação aos ditames imperativos do capital nacional e internacional. Estava em curso um processo de

reformulação da circulação de bens da indústria cultural e foram feitas profundas alterações na circulação dos filmes (GATTI, 2005).

Sobre a realidade do mundo contemporâneo, nos anos 1990 e 2000, leva-se em conta que a rapidez de resposta aos estímulos externos foi uma chave para a sobrevivência no mundo dos negócios. Mas, mesmo depois de quase 80 anos de corporativismo cinematográfico no Brasil, a indústria permaneceu em um estado economicamente incipiente e marcado por profunda dependência tecnológica (GATTI, 2005).

Com a questão tecnológica em pauta, os laços de dependência do cinema brasileiro tendem a ser reforçados e a sobrevivência da produção nacional de longa-metragem neste novo período do mercado, ao que tudo indica, reforçará a importância do papel dos ocupantes internacionais do mercado audiovisual brasileiro. Para Gatti (2005) a indústria de filmes brasileiros caminha para se transformar num apêndice da indústria audiovisual internacional.

A década de 90 trouxe uma revolução tecnológica sem precedentes na história do entretenimento. O uso dos equipamentos digitais para gravação e reprodução de som e imagens possibilitou diversas alternativas para a exibição, que eliminam os custos das cópias em 35mm. A digitalização foi um processo irreversível, no qual os cinemas passaram a receber por satélite imagens e sons codificados (GIANNASI, 2008).

As gravações em arquivos digitais proporcionaram uma economia grande em relação aos negativos, que chegavam a representar 20% dos custos de produção em média e atingiam montantes de 55 milhões de dólares, a exemplo do blockbuster Titanic (ANDRE, 2017).

O Brasil tradicionalmente se caracteriza como um importador de tecnologia de ponta no setor audiovisual, aspecto que remete a dependência e posição claramente periférica frente ao imperialismo dos países desenvolvidos. O crescimento da economia capitalista é alavancado pelo desenvolvimento tecnológico, porquanto reduz a necessidade de mão de obra. Porém, quando assimilado por estados subdesenvolvidos traz por consequência o desequilíbrio estrutural. Os avanços tecnológicos não são somente um fator de avanço econômico, mas também possibilita a preservação do sistema de poder (GATTI, 2005; FURTADO, 1978).

Apesar de alguns títulos de sucesso brasileiros seguirem os padrões de produção das majors norte-americanas, o filme brasileiro “Cidade de Deus”, foi um título que fugiu dos ditames imperiais das produções tradicionais, pois, além de contar com uma linguagem própria, ou seja, luz, câmera, interpretação e ambientação, a tecnologia de pós produção foi explorado de forma competente e abriu novas possibilidades de invenção criativa (GATTI, 2005).

As demandas para a produção cinematográfica digital, para André (2017), é de certa forma natural no Brasil, dado ao financiamento da produção por vias públicas, sem necessidades de resultados comerciais.

Apesar dos avanços tecnológicos, até o ano de 2010 os grandes festivais privilegiavam os formatos 35mm, que era considerado o de melhor qualidade. Isso causou muito transtorno aos produtores independentes que se utilizavam das tecnologias digitais. O Brasil foi pioneiro em sistemas experimentais de projeção digital, com um sistema chamado de Eletronic Cinema (e-cinema). Porém, a pouca qualidade de imagem, som e profissionais com pouco treinamento, contribuíram para que os sistema não fosse bem aceito pelo público e trouxesse uma série de reclamações em festivais (ANDRE, 2017).

A empresa Rain Networks, norte-americana, ciente da demanda digital de produção e exibição no Brasil, desenvolveu um modelo de negócio e estabeleceu um sistema híbrido de codificação, distribuição e exibição. Em seu melhor momento, ocupou 350 salas em mais de 40 cidades do país (ANDRE, 2017).

O cenário estabelecido a partir dos anos 90, para Barone (2008), é resultado das tensões entre fatores tecnológicos e político institucionais, entre os quais figuram o aparato técnico de exibição, a pouca regulação e a produção hegemônica distribuída pelos grandes conglomerados de mídia norte-americanos. Desde então, lançar filmes e mantê-los em exibição tem sido um grande desafio e o cinema nacional compromete sua sustentabilidade como atividade fundamental no sistema industrial.

Os grandes filmes, nos anos 90, foram lançados com diferentes propostas de sistemas digitais: o Dolby Digital, foi apresentado em 1992, com o filme “Batman - O Retorno”; a Sony Dinamic Sound, foi apresentada em 1993, com o filme “O Último Grande Herói”; e o Digital Theater System, também em 1993, com o filme “O Parque dos Dinossauros”. A disputa entre os modelos de tecnologias digitais findou quando a Dolby reduziu substancialmente o preço de seu sistema completo. Ficou claro para as majors que seriam elas que controlariam o padrão de produção cinematográfica e o formato de como as produções seriam distribuídas e exibidas (ANDRE, 2017).

O cinema interativo, feito a partir de banco de dados, são consequência da invasão da multimídia e das tecnologias interativas na produção e exibição cinematográfica. O processo fotográfico com base ontológica é substituído pela narrativa, interface e concepção arquitetônica. A interface permite ao espectador entrar no processo de construção da obra e o conduz a estar o mais próximo possível da experiência narrada, “o que leva a cada vez maior indefinição do real e da ficção porque tende a uma progressiva transparência até seu

desaparecimento” (VIVEIROS, 2005, p. 1045). As estruturas interativas, transformam a linearidade do cinema tradicional numa estrutura arborescente. Assim, as decisões importantes da narrativa são induzidas ao espectador.

O importante na produção de um filme é a dimensão espaço tempo, ou seja, o potencial interativo de tempo, filme e narrativa. Programas de computador com a fórmula para essa interação foram desenvolvidos como fruto do processo de globalização. A exemplo tem-se o Soft Cinema, desenvolvido por Manovich em 1998 (VIVEIROS, 2005).

No Soft Cinema temos: montagem algorítmica - que conjuga o conteúdo das imagens (localização geográfica) com seus aspectos formais, (cor dominante, linha de orientação, contraste e movimento de câmeras- e o Macro cinema – chamado de princípio *split screen* - com efeitos especiais que quebram o fluxo temporal das imagens (VIVEIROS, 2005).

O paradigma digital tem cumprido o papel de reforçar a sensação de realidade das narrativas tradicionais, mesmo quando a história é de caráter totalmente fantasioso. Empregadas principalmente na produção de efeitos especiais, as tecnologias digitais operam em Hollywood como coadjuvantes essenciais nas realidades apresentadas através dos blockbusters. “Os dinossauros digitais de Parque Jurássico (Steven Spielberg, 1993) devem parecer reais segundo nossos códigos de representação cultural, mesmo que não possamos ter certeza absoluta de como um dinossauro real se parecia” (FELINTO, 2006, p. 416).

Hoje no Brasil, usa-se as mesmas câmeras que os americanos, os mesmos equipamentos de som, afirma E3. O que acontece é que o Brasil possui um mercado mais frágil que o norte-americano e falta expertise.

Você dá um chute em uma macega em Los Angeles e aparecem um monte de grandes especialistas em efeitos especiais. Aqui, se você procurar em todo o Brasil, você acha 40 ou 50 grandes especialistas de efeitos especiais, que ainda assim, por não terem uma prática frequente, estão abaixo dos norte-americanos (E3).

Os movimentos de intercâmbio e apropriação há bastante tempo caracteriza diferentes esferas da cultura. Esse fenômeno representa a tendência da produção cultural contemporânea, hibridação de formas, gêneros, conteúdos e narrativas. As tecnologias digitais potencializam as formas híbridas de produção e, também, a experimentação de formas de cinematografia menos tradicionais. A rotoscopia<sup>60</sup> digital constituiu uma das muitas possibilidades de hibridação (FELINTO, 2006).

---

<sup>60</sup> Processo no qual as imagens registradas em uma película são posteriormente modificadas por meio de desenhos realizados sobre ela. A rotoscopia também pode criar imagens novas - não capturadas pela câmera (FELINTO, 2006, p. 415).

Adotar novas tecnologias implica em custos diretos e indiretos, como o reforço e novos treinamentos de equipe técnica e pode, ainda, destacar obsolescências de competências já estabelecidas. Também há custos administrativos relevantes quanto a incorporação de tecnologias: custos contábeis, jurídicos, logísticos e até mudanças no modelo de negócio. Em teoria é fácil trocar um software por outro, mas preparar uma equipe para o melhor resultado não é simples (ANDRE, 2017).

Em escala global, as tecnologias ampliaram as possibilidades de circulação de filmes. Contudo, com a chegada dos sistema Multiplex na década de 90, os grupos estrangeiros passam a dominar grande parte do circuito exibidor (BARONE, 2008).

As salas de exibição foram a parte da indústria mais atrasada na transição para o digital. Ainda nos anos 2000, mesmo os filmes que tinham sua produção e pós produção digital eram no final impressos em películas para serem exibidas nas salas. Os motivos eram os altos custos para a transição e a não definição do padrão de produção e exibição (ANDRE, 2017).

Dada as dificuldades que os produtores independentes tinham com a exibição digital, em virtude da baixa qualidade, o modelo de negócio desenvolvido pela empresa Rain Network foi positivo, pois baixou os custos de exibição e ainda ofereceu as agências de publicidade um sistema com controle completo de horários e locais de veiculação. O sistema supria as demandas de uma forma combinada: “cessão em comodato de um projetor digital multimídia (comercial, não específico para cinema, nem certificado) com sistema integrado de gerenciamento, reprodução e carregamento a distância de conteúdo, via rede” (ANDRE, 2017, p.200). O lançamento deste sistema aconteceu em 2003, no festival do Rio de Janeiro. Contudo, devido a algumas limitações técnicas o sistema foi considerado inadequado pelas majors.

Em 2002 houve a formação do consórcio DCI<sup>61</sup> (Digital Cinema Initiative), com o objetivo de estabelecer um acordo com o padrão técnico de exibição digital nas salas de cinema, as diretrizes determinadas pelo consórcio foram concluídas em 2005. O estabelecimento de padrões em uma indústria, no geral, são constituídos através dos agentes mais poderosos, que não se excluem dos riscos, mas que tem maior capacidade de superar as dificuldades que poderiam vir das mudanças tecnológicas. Conforme os padrões são adotados por mais de uma indústria, isso também gera economia em escala (ANDRE, 2017).

---

<sup>61</sup> A Digital Cinema Initiative foi criada em março de 2002, inicialmente chamava-se NEWCO e é uma joint venture entre Disney, Fox, Paramount, Sony Pictures, Universal e Warner. O principal objetivo é documentar e estabelecer as especificações para uma arquitetura aberta do cinema digital que garante um nível uniforme e elevado de desempenho (ANDRE, 2017, p. 216).



A Rain Network foi a empresa pioneira na distribuição digital de filmes, enquanto a Cinemark, no Brasil, foi quem introduziu o modelo multiplex com a primeira sala equipada com projetores digitais com qualidade de imagem em alta definição (acima de 2K), compatível com os requisitos estabelecidos pelas majors, através do DCI 1.0 (AROUXA, DALTO, SANTOS, CALDERON, 2011).

Dentre as exigências estabelecidas pelo DCI, está o formato de saída DCP, segundo E11.

O formato para se exibir na sala de cinema hoje é o DCP, é o formato padronizado no mundo pela DCI, porque o DCP permite que você tenha controle de quantas foram as exibições. Ele tem uma chave com código, se o filme foi exibido uma vez vai contar um número para a distribuidora. Desta forma, não é possível exibir um filme sem o conhecimento da distribuidora (E11).

A Cinemark iniciou suas atividades através do acordo feito com a empresa norte-americana Christie. O modelo de negócio da Christie proporciona financiamento aos exibidores de salas de exibição digital para equipamentos, hardware e softwares. Assim, a Cinemark passou a integrar a rede de canais Christie para distribuição digital das produções cinematográficas dos principais estúdios de Hollywood, na modalidade cinema digital (AROUXA, DALTO, SANTOS, CALDERON, 2011).

Com exceção das salas multiplex norte-americanas instaladas, a exibição digital no Brasil era incipiente. Em 2009 após vários problemas de projeção nos festivais do Rio, o Fórum da Crítica publica uma carta aberta aos responsáveis pela projeção digital no Brasil e, ao final de 2011, há um novo manifesto feito pela Associação Brasileira de Cinematografia (ABC). O Brasil tentou adiantar-se com a adoção do sistema digital, porém, com as críticas, naufragou e as grandes distribuidoras americanas tomaram posição e padronizaram o modelo de exibição digital (ANDRE, 2017).

Sobre a atuação da ABC, E4 comenta que é uma entidade que atuava<sup>62</sup> em bloco e funcionava como uma espécie de cartel, em que estavam reunidos grandes exibidores nacionais e internacionais, todas as majors e, talvez, algum grande importador.

A DCI foi um consórcio criado a partir das majors, após observarem o que ocorreu na indústria da música entre 1999 e 2010, em que o faturamento caiu quase 70% pela distribuição de músicas pela internet. O consórcio tomou a postura de blindar avanços contra os fabricantes de equipamentos e segurar a digitalização, a partir da determinação da resolução do padrão

---

<sup>62</sup> E4 ressalta que não sabe como esta empresa atua no mercado nos dias de hoje.

digital entre 2k e 4k, aspecto que eliminou todos os cinemas digitais instalados na época, que tinham a resolução, em sua maioria, entre 1280 x 720 (ANDRE, 2017).

O consórcio indicava quais os critérios que pautariam os padrões adotados pelas majors, e passou a determinar as regras para formato de arquivos e as certificações de equipamentos de projeção e distribuição. O padrão da DCI, em 2007, tornou-se predominante para o cinema digital no mundo. Desde então, a digitalização do cinema aconteceu rapidamente nos Estados Unidos, seguida pelo restante do mundo (ANDRE, 2017).

Apesar da definição dos padrões a serem seguidos para produção e exibição de filmes pela DCI, as mudanças nas salas para o digital não foram imediatas, pois era um processo oneroso, mesmo mediante os acordos de Virtual Print Free (VPF) entre distribuidores<sup>63</sup> e exibidores. O filme “Avatar”, em 2010, foi a produção que serviu como estímulo a digitalização das salas. De fato, foi o uso de projetores 3D, com altas promessas de retorno que motivou a primeira leva de salas com projeção digital (ANDRE, 2017).

Contudo, em 2012, no Brasil, apenas 25% das salas de cinema eram digitalizadas. O que alterou o quadro foi a medida provisória 545 de 2012, que criou o projeto “Cinema Perto de Você”, em que o governo federal isentou os impostos federais e de importação, e financiou a juros baixos a aparelhagem de salas com equipamentos para projeção digital (ANDRE, 2017).

Para os grandes complexos, os principais exibidores dos blockbusters, a medida provisória 545 não teve grande importância. Para as multiplex internacionais, o acordo entre distribuição e exibição (VPF) foi suficiente, tanto para as necessidades dos exibidores como das majors. Já, para as salas de pequeno e médio porte, que exibem filmes de produtores independentes que, no geral, são menos rentáveis, o VPF serviu para reduzir o espaço das produções nacionais. Como o VPF obriga o distribuidor ao pagamento de uma taxa, independente do resultado do filme, muitos distribuidores nacionais acabam por não lançar os filmes em muitas salas para não correr muitos riscos. Isso diminuiu o mercado de filmes independentes (ANDRE, 2017).

Segundo os dados da Ancine (2018), todas as salas de exibição atualmente em funcionamento dispõem de sistema digital. As salas digitais operam com um sistema de exibição em que a distribuição é feita via satélite. O filme é convertido em arquivo digital para ser recebido em um servidor na sala de exibição (BARONE, 2008).

---

<sup>63</sup> Como com o sistema digital reduziria significativamente os custos das distribuidoras com as cópias, estas, através do Virtual Print Free (VPF), remuneraram os exibidores a cada cópia digital exibida, para auxiliar nos custos com os investimentos de digitalização das salas (ANDRE, 2017).

O conteúdo digital torna o cinema um produto cuja a logística é diferenciada. O impacto das tecnologias digitais revolucionaram a distribuição cinematográfica. O filme pode estar ao mesmo tempo em lugares extremamente distantes, com menores custos ao distribuidor em relação às cópias. Porém, o modelo de negócio criado pelas major em relação às janelas de exibição permanece, ou seja, inicialmente a produção deve ser exibida no cinema, para depois ir aos demais canais de exibição (AROUXA, DALTO, SANTOS, CALDERON, 2011).

Com as projeções digitais os maiores beneficiados são os distribuidores, pois implica em uma enorme redução de custos com cópias, que não estão sujeitas a deterioração. Também apresentam vantagens quanto a distribuição logística, pois podem ser enviadas com maior diversidade de suportes: mídias óticas, magnéticas, ou até imateriais - satélite, internet, etc. (ANDRE, 2017).

A distribuição digital aliviou muito a pressão do transporte, comenta E5, que é algo muito caro e pouco viável quando se trata do lançamento de produções independentes, que só acontecem graças aos programas de apoio existentes, como Fundo Setorial, BNDES, BRDE, e editais para o cinema independente. O envio do filme pelo sistema digital, via satélite, também aumentou a confiança, segurança e agilidade.

As cópias digitais podem ser entregues em escala global de forma rápida e diversifica as possibilidades de marketing no lançamento, especialmente o online. O digital também serviu para a redução da pirataria, por permitir a criptografia das cópias vinculadas às salas e aos equipamentos (ANDRE, 2017).

A distribuição digital permite aos sistemas multiplex trocarem facilmente a sala de exibição dos títulos de acordo com a utilização das mesmas. Também, são necessárias medidas eficientes para a proteção dos conteúdos, com níveis de sofisticação semelhantes a utilizada por militares. Os algoritmos de criptografia são distribuídos através de chaves públicas em um framework de acesso condicional. Este framework inclui aspectos tanto técnicos, como aspectos comerciais de gestão de direitos e edição de cópias (AROUXA, DALTO, SANTOS, CALDERON, 2011).

As salas multiplex são projetadas e construídas com modernas técnicas arquitetônicas e administrativas. Vale dizer que as técnicas administrativas, que tem como objetivo a racionalização de custos, apoiam-se em sistemas informatizados de exibição com capacidade de controlar e operar tantas salas quanto forem necessárias ao mesmo tempo. Estas conquistas tecnológicas e arquitetônicas permitem que o multiplex conte com um variado cardápio de filmes aliado ao excelente padrão de conforto e atendimento ao público. Este último aspecto foi algo que poucos exibidores brasileiros souberam valorizar (GATTI, 2005).

Além disso, as cópias podem ser exibidas entre salas de um mesmo complexo ou rede. Para os produtores o digital impactou em diversas formas de captação e efeitos. A exibição digital também diminui as incertezas quanto ao que será reproduzido na tela, porém, como observou-se no e-cinema no Brasil, a qualidade de exibição depende de outros fatores, que não são apenas referente a tecnologia adotada, mas de quem as controla (ANDRE, 2017).

As produções independentes tinham particular interesse na digitalização das obras, pelas reduções de custos, porém, na dinâmica industrial, muitas vezes as inovações com potencial de democratizar as obras acabam por beneficiar ainda mais as grandes empresas (ANDRE, 2017).

#### 4.5 A DISTRIBUIÇÃO CINEMATOGRAFICA

Este tópico está dividido em outros quatro subcapítulos com o objetivo de caracterizar a distribuição cinematográfica nacional. O primeiro subcapítulo apresenta um pouco da história do cinema internacional, seguido da história da distribuição cinematográfica no Brasil. O terceiro subcapítulo expõe o momento importante para o cinema nacional conhecido como Retomada. Por fim, são apresentados dados sobre a distribuição e exibição cinematográfica nacional a partir do ano de 2009, em que é notório a hegemonia das produções de Hollywood nas salas comerciais de cinema no Brasil.

##### **4.5.1 Distribuição cinematográfica internacional.**

O desenvolvimento da indústria cinematográfica inicia-se, principalmente, a partir de três empresas dos pioneiros: Thomas Edison, Auguste e Louis Lumière e Charles Pathé. Através de seus grupos de empresas, esses senhores capitalistas<sup>64</sup>, desenvolveram os primeiros sistemas de produção, distribuição e exibição de filmes que se conhece. O modelo de comercialização

---

<sup>64</sup> Segundo Gatti (2007), o pesquisador Terry Ramsaye em seu texto *A million and one nights*, indica que Edison gastou precisamente \$24.118,04 no desenvolvimento de imagens em movimento entre 1887 e 1894. Portanto é falsa a ideia preconizada pela grande maioria dos pesquisadores sobre a história do cinema, que afirmam que os inventores não viam possibilidades econômicas para o cinema e que se trata de uma invenção sem objetivos comerciais, pois esse valor pode ser considerado uma pequena fortuna para os padrões da época.

desenvolvido por estes inventores tinha como principal característica a atuação de maneira vertical e defesa dos interesses patrimoniais e direitos autorais (GATTI, 2007).

Os modelos instituídos por Thomas Edison e os Irmãos Lumière são a base para a compreensão sobre a evolução dos sistemas industriais e comerciais do cinema analógico. Por terem sido pioneiros, os dois grupos deixaram heranças em todos os setores do comércio e da indústria cinematográfica. O modelo empresarial norte-americano - de Thomas Edison - tem por base processos gerenciais de produção em escala; já o modelo europeu - dos irmãos Lumière e Charles Pathé - a produção artesanal. Mas ambos tinham em comum o aspecto de manter relações diretas com os projetos de desenvolvimento de seus respectivos países, Estados Unidos e França, através da hegemonia na atividade cinematográfica (GATTI, 2007).

Thomas Edison distribuía as produções fílmicas e equipamentos através da venda direta, que logo passou a ser efetuada por representantes comerciais. Os irmãos Lumière adotaram o sistema de vendas casada - quando vendido algum equipamento, junto iam os filmes e os operadores (GATTI, 2007).

Os primeiros a realizar apresentações simultâneas para mais de uma pessoa foram os irmãos Lumière. Enquanto isso, nos Estados Unidos, eram feitos experimentos, através da combinação do Cinetoscópio com a Lanterna Mágica. Filmes distintamente mais elaborados foram produzidos nos estúdios de Thomas Edison, em que artistas de circo, dançarinos e atores dramáticos executavam performances para as câmeras. “Nesse período, os equipamentos tinham sido padronizados e esses filmes imediatamente comercializados em escala internacional” (GATTI, 2007, p.18).

Podemos atribuir o pioneirismo da distribuição comercial de imagens em movimento de modo industrial ao inventor-empresário norte-americano Thomas Alva Edison, que patenteou o primeiro equipamento eletromecânico de exibição de imagens em movimento: o Cinetoscópio. Thomas Edison, a partir de 1894, passaria a negociar filmes em escala para exibição nos cinescópios espalhados pelo mundo inteiro, inclusive América Latina (GATTI, 2007, p.32).

Quando surgiu o cinema, o filme era vendido diretamente ao exibidor, ou seja, o produtor do filme era quem o distribuía. No entanto, com o crescimento do número de espectadores foi necessária a especialização das atividades comerciais. No início a distribuição cinematográfica era operacionalizada diretamente por produtores que se localizavam em países desenvolvidos: Dinamarca, Alemanha, Itália, França, Estados Unidos, entre outros. Com o passar do tempo foram instaladas agências filiais ou escolhidos representantes locais para negociar com os exibidores de diferentes praças (GATTI, 2007).

Em fevereiro de 1909, em Paris, os conflitos de interesses econômicos gerados pela distribuição cinematográfica, resultaram no II Congresso Internacional de Cinema (CIC), presidido por Georges Méliès. O congresso teve o intuito de determinar regras para a comercialização de produtos da indústria cinematográfica no mercado global. Por fim, os congressistas chegaram ao acordo de estabelecer preços fixos para a venda de películas, essa medida foi tomada para organizar o mercado e diminuir a concorrência. Também, foi estabelecido que as fitas poderiam ser exploradas pelo período máximo de quatro meses e devolvidas aos distribuidores. Tal prática seria regida por um contrato entre distribuidor e exibidor. O elo criado pelo distribuidor foi vital para a ascensão da indústria cinematográfica no mundo. O distribuidor foi a chave para que a cadeia produtiva tivesse o máximo de receita (GATTI, 2007; MATTA, 2009).

A França, o país com industrialização mais avançada na época, tinha um amplo mercado e uma população de alto poder aquisitivo. Desta forma, os filmes franceses conseguiam cobrir os investimentos e gastos com produção e ainda auferir lucros no mercado interno, o que possibilitava comercializar cópias no exterior a um baixo custo (MATTA, 2009).

O modelo de distribuição que abalou às estruturas do mercado foi introduzida por Charles Pathé, em 1907. Foram instituídas sociedades internacionais e regionais na França, que operavam com contratos de 20 anos. Através dos longos contratos as distribuidoras passaram a monopolizar a comercialização dos filmes da empresa francesa e negociar os direitos de distribuição com outras empresas se assim desejassem. Este método era similar ao utilizado por Thomas Edison nos Estados Unidos, porém, a indústria norte-americana ainda não tinha alcançado o mesmo grau de internacionalização que a francesa (GATTI, 2007).

A opção de concentrar as etapas do processo produtivo multiplicou o faturamento e a concentração de poder, que teve seu auge com Hollywood. Ao analisar a lógica que levou à ascensão de Pathé e a hegemonia francesa até a I Guerra Mundial e compara-la com a trajetória de ascensão do cinema dos Estados Unidos, percebe-se que as estratégias adotadas pela indústria francesa foram replicadas e aperfeiçoadas por Hollywood. A tendência a formação de oligopólios por meio de trustes horizontais ou verticais caracterizou a hegemonia francesa e depois de Hollywood (MATTA, 2009).

Quanto maior é o poder de uma distribuidora, maior é sua capacidade de concentração de renda. Observa-se que nos países periféricos, há maior frequência de operações verticalizadas entre distribuidor e exibidor, que normalmente giram em torno do filme importado. A elevação dos custos industriais de produção, tecnologia e comercialização, tornou necessária a expansão territorial para o alcance de altos lucros. Conforme a lógica oligopolista,

os grandes estúdios através da verticalização de toda a cadeia industrial concentram ao máximo as atividades – o que torna mais difícil a sobrevivência dos estúdios menores (GATTI, 2007; MATTA, 2009).

Em 1948, quando o governo estadunidense proibiu a verticalização entre produção, distribuição e exibição, foi estimulado a articulação entre os dois primeiros elos da cadeia cinematográfica, o que aumentou ainda mais a importância da distribuição (MATTA, 2009).

A colocação do filme no mercado é de responsabilidade do distribuidor, a apresentação é um elemento importante para o desempenho comercial da obra. Sessões de gala e pré estréia à crítica especializada são exemplos de ações com o objetivo de conseguir o maior número de simpatizantes. As técnicas utilizadas para a distribuição são consideradas parte do conjunto do processo de homogeneização ou padronização desta indústria. “A racionalidade da distribuição faz com que as pessoas passem a consumir filmes sem questionar seus produtos e/ou gêneros” (GATTI, 2007, p.31).

Neste sentido, segundo Matta (2009), convém citar o Oscar, a mais importante premiação da indústria cinematográfica, que acontece desde 1929. O glamour contribui para a preservação e a renovação do star-system, um dos maiores símbolos de poder de Hollywood, que foi reforçado com a transmissão na TV.

Inicialmente, uma das principais funções da distribuição era cuidar para que o filme chegasse ao exibidor em perfeitas condições, mas, com a expansão da indústria, os distribuidores passaram também a financiar as produções e tornaram-se uma espécie de banco de fomento. Com isso, a distribuição passou a negociar diretamente com as duas pontas da indústria: produção e exibição (GATTI, 2007).

A venda das produtoras-distribuidoras norte-americanas dos próprios filmes, no exterior, de maneira direta aos exibidores locais é importante para manter a comercialização das obras, porque a estabilidade comercial é mantida através do baixo custo de manutenção da atividade. Normalmente são as próprias produtoras que distribuem os filmes, este tipo de verticalização implica em uma redução muito grande de custos e assegura um razoável estoque de filmes para realizar as negociações (GATTI, 2005).

Para as distribuidoras que não são verticalizadas, explica Gatti (2005), a compra dos direitos de comercialização implica em possuir uma disponibilidade relativamente alta de capital, o que obriga ao distribuidor independente a manter uma reserva monetária para conseguir suportar eventuais prejuízos.

O Multiplex surgiu com a evolução no lançamento dos blockbusters, permitiu maior ganho monetário e de mercado nos lançamentos mundiais. Com o avanço tecnológico e o

surgimento de novas mídias que compuseram a indústria audiovisual, a indústria cinematográfica criou a estratégia *windowing*, onde as salas de cinema assumem a posição de mercado primário para a exibição. Após as produções serem comercializados pelas salas de cinemas nacionais e estrangeiras, seguem para mercados adicionais com baixo custo, até chegar as exibições domésticas: pay per views, vídeos e DVDs, TVs pagas, TVs abertas - nacionais e estrangeiras - e quaisquer outras mídias (transmissões via internet, telefones celulares, etc.) (MATTA, 2009).

Para a distribuição de filmes em circuitos de exibição sem fins comerciais, foi criada a MPLC, uma empresa autorizada a licenciar a exibição de filmes das grandes distribuidoras. Todos os filmes e obras pertencentes às majors (com exceção da Warner no Brasil) podem ser exibidas através da Licença Guarda-Chuva, que é uma licença de 1 ano, destinada para exibições gratuitas, ou seja, não pode ser cobrada entrada direta ou indiretamente. A MPLC Brasil permite a qualquer pessoa, empresa ou associação cultural fazer exibições de obras cinematográficas ou audiovisuais em DVD ou VHS em lugares públicos de filmes dos distribuidores associados, por um preço muito baixo (MPLC, 2017).

A MPLC, explica E9, “tem uma licença guarda-chuva, em que filmes de determinadas distribuidoras, tipo a Sony e várias outras distribuidoras, a Universal, podem ser exibidos. Com a da licença anual, nós podemos exibir os filmes dessas distribuidoras”. Porém, ressalta E9, a maior parte dos filmes são realizados nos Estados Unidos e como o objetivo da sala, que E9 programa as exibições, não é comercial, é difícil encontrar uma produção fora do modelo blockbuster. “Todo mundo que trabalha com cinema gosta muito de cinema europeu, ou estadunidense que seja mais outsider, ou como do cinema oriental... esse tipo de filme nós não conseguimos encontrar na MPLC, é muito difícil”.

Com a compra da licença da MPLC, comenta E9, a sala pode exibir qualquer produção distribuída pelas majors, a única que impõe restrições é a Sony, que proíbe a exibição de filmes brasileiros que são por ela distribuídos.

A licença pode ser comprada por seção ou anual, mas anual é muito mais barata. Tu paga uma taxa e pode passar o ano todo filmes da MPLC, inclusive os que estão sendo lançados. Mas é um único tipo de filme, são filmes que a gente exhibe, mas não é o grande foco. A MPLC para nós é quase como se fosse um curinga, porque tem muito blockbuster (E9).

Com a distribuição direta ao mercado no exterior, as empresas norte-americanas passam a ter maior conhecimento a respeito dos exibidores locais. Desta forma, as firmas especializadas em explorar o mercado externo escolhem a dedo onde seus filmes serão exibidos (GATTI, 2005).

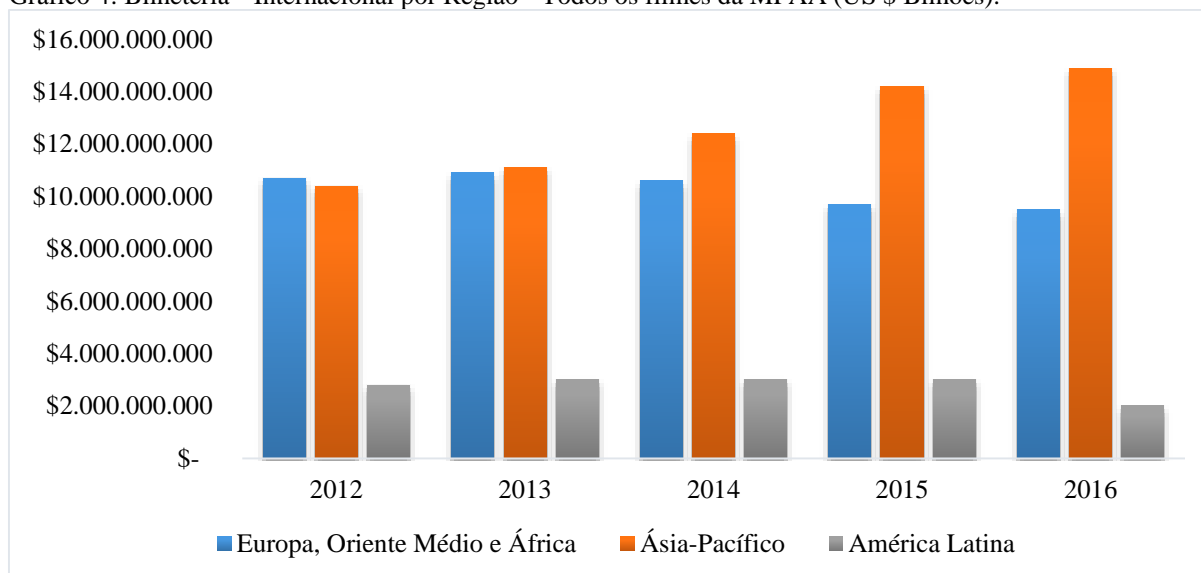


De acordo com o Theatrical Market Statistic Report (MPAA, 2016), o lançamento de filmes de associadas a MPAA ao redor do mundo, em 2016, apresentaram aumento na receita de bilheteria em relação a 2015. As bilheterias da região Ásia- Pacífico (US\$ 14,9 bilhões) aumentaram em 5% em relação a 2015. Mas os principais impulsionadores do crescimento foram Japão (27%) e Índia (28%). Após, mais de uma década de ganhos consecutivos, em 2016, as bilheterias chinesas caíram 1% em dólares americanos, contudo tiveram um aumento de 4% em moeda local.

A bilheteria na Europa, Oriente Médio e África, caíram 2% em dólares americanos entre 2016 e 2015. Esse fator está relacionado a depreciação de 12% da libra em relação ao dólar no Reino Unido e de 13% na Alemanha. No entanto, no mesmo período a França e Itália tiveram um aumento de 5% e 6% respectivamente.

As bilheterias na América Latina, em 2016, caíram em 18% em dólares americanos em relação a 2015, apesar da valorização da moeda local. Apenas as bilheterias brasileiras foram uma exceção, apresentando um aumento de 5% em dólares a partir de 2015. Contudo, a desvalorização de várias moedas frente ao dólar em 2016, incluindo México (-15%), Argentina (-37%) e Venezuela (-31%) %, contribuiu para o declínio geral nas bilheterias regionais.

Gráfico 4: Bilheteria<sup>65</sup> Internacional por Região - Todos os filmes da MPAA (US \$ Bilhões).



Fonte: Theatrical Market Statistics (2017).

Elaboração: Autor.

Para o cinema das majors norte-americanas, na América Latina, os principais mercados são México, Brasil e Argentina.

<sup>65</sup> Bilheteria dos filmes distribuídos pela MPAA.

Tabela 1: Vinte principais mercados internacionais da MPAA por bilheteria - Todos os filmes (US \$ Bilhões - 2016)

1°	China	\$ 6.6	11°	Itália	\$ 0.7
2°	Japão	\$ 2.0	12°	Rússia	\$ 0.7
3°	Índia	\$ 1.9	13°	Espanha	\$ 0.7
4°	Reino Unido	\$ 1.7	14°	Países Baixos	\$ 0.3
5°	França	\$ 1.6	15°	Indonésia	\$ 0.3
6°	Coreia do Sul	\$ 1.5	16°	Taiwan	\$ 0.3
7°	Alemanha	\$ 1.1	17°	Argentina	\$ 0.3
8°	Austrália	\$ 0.9	18°	Hong Kong	\$ 0.3
9°	México	\$ 0.8	19°	Polônia	\$ 0.2
10°	Brasil	\$ 0.7	20°	Turquia	\$ 0.2

Fonte: Theatrical Market Statistics (2017).

Apesar do Brasil ocupar uma posição significativa para a comercialização do filme dos Estados Unidos, na opinião de E3, a partir de 2008, ano em que o Fundo Setorial começou a funcionar, o filme nacional também passou a ocupar maior espaço. “Eu diria que hoje, a produção nacional está em uma posição interessante, com cerca de 10 ou 20% do mercado interno. Se for comparar com outros países latino americanos que não chegam a ter 3% do mercado interno com seus filmes” (E3).

#### 4.5.2 Sobre a distribuição cinematográfica no Brasil

O cinema nacional, interage muito com o filme estrangeiro, onde, algumas vezes, a relação é de entendimento, outras de conflito, por existirem interesses mútuos e influências trocadas no decorrer das relações. Desde o início da exibição cinematográfica no Brasil, a enorme quantidade de filmes estrangeiros possibilitou a aventura de alguns exibidores no interior do país. Era possível adquirir filmes facilmente, inclusive títulos similares aos de sucesso por não existir, na época, uma legislação protecionista. A compra avulsa de filmes e equipamentos é uma característica do período inicial da relações internacionais do comércio cinematográfico (GATTI, 2007).

No Brasil, apenas algumas empresas trabalhavam com os concessionários Pathé e Edison. Em 1908, o fotógrafo Ferraz obteve exclusividade para vender os afamados produtos franceses de Pathé Frères. Com o passar do tempo os vendedores de filmes e suprimentos ficariam conhecidos como distribuidores. Atribuiu-se aos representantes de Pathé o pioneirismo no uso do termo distribuidor no Brasil (GATTI, 2007).

Os reflexos do mercado nacional estão diretamente relacionados com a instalação das distribuidoras norte-americanas no país. Em 1915, instalam-se escritórios subsidiários das filiais Argentinas das distribuidoras norte-americanas Fox e Universal; no ano seguinte, 1916, a Paramount - com as chamadas películas de luxo. Este processo continuou, com a chegada da Metro-Goldwyn Mayer (MGM), em 1926; Warner Bros (WB), 1927, e da First National e Columbia, em 1929 (GATTI, 2007; SELONK, 2004).

Um forte vínculo foi desenvolvido entre os exibidores brasileiros e as distribuidoras norte-americanas. Através das distribuidoras os filmes eram alugados, sem a necessidade que os exibidores comprassem as produções. Essas distribuidoras internacionais tinham exclusividade sobre os filmes norte-americanos e também distribuía os títulos europeus (SELONK, 2004).

Com a entrada das distribuidoras internacionais, os importadores nacionais foram excluídos do mercado, pois já não era possível realizar a importação direta. Para os europeus era interessante manter relações comerciais com os norte-americanos, enquanto contratavam suas produções para exibi-las, também, nos Estados Unidos - na época o maior mercado cinematográfico do planeta (GATTI, 2007).

O cinema mal havia se instalado no Brasil e já era um mercado cobiçado pelos grandes produtores e distribuidores norte-americanos e europeus. No início dos anos 20, várias distribuidoras norte-americanas e empresas de publicidade se instalaram nos países latino-americanos, onde a concorrência dos europeus era relativamente baixa. Com ações agressivas de marketing, as distribuidoras estadunidenses inibiram a concorrência vinda de outros países e, até mesmo, o filme nacional parecia um “estrangeiro”. Compreender as ações para inibir a concorrência, segundo Gatti (2007), faz parte da estrutura para conhecer as raízes da hegemonia cultural e econômica que os Estados Unidos mantêm<sup>66</sup>.

Os contratos entre os exibidores e distribuidoras, desde os anos 20, também eram feitos em pacotes no Brasil. Simis (1996) explica, nas palavras de Pedro Lima que: “se você tinha um cinema, para exibir um filme da Metro, da Universal ou da Fox, teria que fazer um contrato e exibir todos os 52 filmes da companhia” (SIMIS, 1996, p. 127). Desta forma o exibidor não escolhia os filmes de longa-metragem isoladamente, mas um lote<sup>67</sup> e a renda desse lote, antes

---

<sup>66</sup> Apesar de Gatti ter escrito a afirmação sobre a hegemonia dos Estados Unidos no Brasil no ano de 2007, esta é uma premissa que ainda se mantém, conforme pode ser verificado em dados apresentados neste trabalho.

<sup>67</sup> Fora do Brasil, desde a Primeira Guerra, esta prática vinha sendo adotada por Hollywood em países como a Inglaterra onde ficou conhecida como *block booking* (SIMIS, 1996, p. 127)

do decreto 4.064, era dívida em partes iguais por todos os filmes. Essa forma de divisão de renda prejudicava o filme nacional que, por vezes, era recorde de bilheteria.

Ao mesmo tempo em que se instalaram no Brasil as distribuidoras norte-americanas, novas formas de distribuição cinematográfica foram assimiladas. A principal ficou conhecida como linha de exibição, no qual a dinâmica consistia em que determinado filme deveria seguir uma linha de salas de exibição, sempre lançado com exclusividade em uma única sala - normalmente a que tinha o ingresso mais caro. Geopoliticamente, a linha de exibição obedecia a ordem centro-periferia, do ingresso mais caro ao mais barato (GATTI, 2007).

Com o sistema de exibição em escala, introduzido no Brasil pelos Estados Unidos, a comercialização das produções brasileiras ficou à mercê de viajantes que levavam os filmes para exibição no interior do país. Por vezes, estes viajantes nunca retornavam e o produtor perdia o controle da arrecadação. A exibição em escala se trata de um processo endógeno, o mercado brasileiro não possuía nenhuma organização para atuar neste formato. Artesanal e semi profissional, a distribuição do filme brasileiro é um dos frágeis pilares do cinema nacional (GATTI, 2007).

Na década de 40, o cinema nacional passou a contar com profissionais e estruturas para distribuição. Foi fundada, em 1945, a União Cinematográfica Brasileira (UCB), empresa de propriedade de Severiano Ribeiro. A UCB passaria a ser a distribuidora das Chanchadas e dos filmes de carnaval. Durante três décadas foi a distribuidora nacional mais influente. “Outra característica importante está no fato de ser a única distribuidora, na história do cinema brasileiro, a integrar-se verticalmente, em escala industrial, com a produção e a exibição” (GATTI, 2007, p. 58).

Observa-se, em 1946, o aumento na produção de longa-metragens, aspecto que Simis (1996) atribuiu ao aumento na obrigatoriedade de exibição do longa metragem nacional, que passou de um para três ao ano em 1945. Apesar da obrigatoriedade de exibição do longa metragem ter aberto espaço ao cinema nacional, não foi possível romper com o sistema de venda de lotes das distribuidoras estrangeiras, assim, os filmes nacionais de sucesso ficavam impedidos de se manter em cartaz.

Além disso, posteriormente os distribuidores, valendo-se da obrigatoriedade da exibição, transformaram o filme nacional com grandes expectativas de bilheterias em cabeça-de-lote. Conforme depoimento do presidente do Sindicato das Empresas Exibidoras de São Paulo, Mansueto Gregório, foi o que ocorreu com *Banana da Terra*, usado pela Metro-Goldwyn-Mayer junto com seus filmes (SIMIS, 1996, p. 128).

Na década de 50 estavam presentes no mercado brasileiro quase todas as importantes distribuidoras norte-americanas e algumas do México e Japão. Neste período aconteceu o

envolvimento das distribuidoras estadunidenses nos filmes nacionais, no qual destacou-se a Paramount, que distribuiu filmes da Maristela e Vera Cruz. As relações entre as produtoras nacionais e as distribuidoras norte-americanas foram responsáveis pela pequena inserção dos filmes brasileiros no exterior (GATTI, 2007).

Entre o período de 1951 e 1952, consoante Simis (1996), os dados do IBGE apontaram que a importação de filmes das majors norte-americanas havia aumentado de 1.012.723 metros, em 1944, para 1.685.282, em 1951. A isso infere-se, principalmente, à comercialização por lotes de filmes. Os lançamentos aumentaram e junto a procura por novos títulos. Assim, até mesmo obras de qualidade inferior eram exibidas. Os lotes continham em média 80 filmes estrangeiros, dos quais 60 a 75 títulos eram de categoria C. Como os custos dos filmes estrangeiros eram cobertos em seus próprios territórios nacionais, quando chegavam ao Brasil eram comercializados a preços muito baixos (SELONK, 2004).

O domínio norte-americano no Brasil, levou a Associação Profissional da Indústria Cinematográfica do Estado de São Paulo a considerar a ação do Governo, entre 1951 e 1953, como criminosa, sendo este o culpado pela destruição do notável esforço de industrialização dos últimos anos. O dumping do cinema estrangeiro era decorrente - além da quantidade de filmes importados - do baixo preço dos ingressos, que eram resultados dos privilégios cambiais cedidos aos filmes estrangeiros por acordos comerciais entre os governos (SELONK, 2004).

As relações entre produtores nacionais e distribuidores estrangeiros eram mínimas. Dentro do Brasil, a concorrência se dava de forma predatória e tendia a ser totalmente desfavorável ao filme nacional, pois os distribuidores brasileiros nunca tiveram o mesmo nível de organização que já havia sido alcançado pelos estrangeiros. Mesmo com o tímido protecionismo estatal, a indústria nacional era prejudicada com a hegemonia norte-americana (GATTI, 2007).

Na revolucionária e difícil década de 60, surgem distribuidoras alinhadas com a proposta do Cinema Novo, como a Copacabana Filmes e a Difilm. A experiência de alguns dos mais importantes cineastas do Cinema Novo, como Glauber Rocha e Ruy Guerra junto a estas distribuidoras contribuiu para a consciência do problema quanto ao sistema de distribuição do filme brasileiro. Sistema que poderia inviabilizar qualquer projeto de produção em termos artísticos, estéticos industriais ou empresariais (GATTI, 2007).

Com a criação do Instituto Nacional do Cinema (INC), em 1966, inicia-se o lento processo de transformação do mercado cinematográfico brasileiro. O INC era dotado de poderes para regular, praticamente, qualquer tema relativo a indústria cinematográfica. Começa-se a catalogar informações sobre a indústria cinematográfica e, pela primeira vez, foi

possível obter informações detalhadas sobre faturamento e a respeito das práticas comerciais das empresas exibidoras e distribuidoras. Nesse período, algumas distribuidoras passaram a investir diretamente na produção e distribuição do filme brasileiro (GATTI, 2007).

Segundo E3, o INC foi a primeira tentativa de um grupo de trabalho voltado para o cinema, foi a primeira instituição criada relacionada ao cinema puramente nacional, período em que o Estado assumiu a responsabilidade sobre a comercialização da produção brasileira, seguida depois pela Embrafilmes.

Com a extinção do INC, em 1975, os registros do mercado cinematográfico ficaram sob tutela da Embrafilmes. A década de 70 foi um período áureo para o filme brasileiro, que passou a ocupar significativa parcela do tempo-tela, é estabelecida a Cota de Tela em 140 dias/ano. Também, nesta década, houve a multiplicação de médias e pequenas distribuidoras, algumas vinculadas a exibidores, como a Paris Filmes. Em 1973, no INC estavam registradas 271 empresas de distribuição; em 1979, na Embrafilmes, esse número passaria a 434 (GATTI, 2007; SELONK, 2004).

O cinema nacional apresenta-se em uma posição otimista no período dos anos 70. Há a redução na importação de filmes, mas, ainda percebe-se a clara hegemonia do cinema de Hollywood. Em 1978, dos 384 filmes importados, 175 são de origem dos Estados Unidos. A maior distribuidora em operação no Brasil no final da década era a Cinema International Corporation (CIC) que representava os estúdios das produtoras Metro Goldwyn Mayer, Walt Disney, Paramount (GATTI, 2007).

O declínio nas importações de filmes na passagem dos anos 70 aos 80 é resultado das mudanças estruturais na indústria internacional: há censura de determinadas produções com apelo político e erótico; imposição de barreiras alfandegárias que oneraram muito a importação de filmes. Contudo, a taxa inflacionária que o país enfrentava degradou a cadeia produtiva do filme em função da desvalorização da moeda, com a inflação o maior prejudicado era o produtor brasileiro. Em 1984, o mercado cinematográfico apresentou claríssimo declínio econômico (GATTI, 2007).

Nos anos 80, consolidou-se uma legislação protecionista para o filme brasileiro, no sentido de limitar a importação de películas: obrigatoriedade de cópia de filmes estrangeiros, obrigatoriedade de exibição de filmes de curta metragem, produção de material de divulgação do filme estrangeiro por artistas e empresas localizadas no Brasil, criação de um depósito compulsório, solicitações burocráticas para a importação e para o envio de divisas ao exterior. Esses fatores aliados à lei de obrigatoriedade de exibição do longa-metragem nacional, foram os responsáveis pela inibição da importação de filmes em geral, contribuindo para uma sensível diminuição do filme estrangeiro (GATTI, 2007, p. 80).

Porém, as limitações para proteger a indústria nacional, na década de 80, afetaram muito os pequenos e médios distribuidores, pois as *majors* evitavam exportar filmes que não apresentassem grandes chances de sucesso. Desta forma, entravam no Brasil apenas filmes importados, em sua grande maioria, que proporcionassem grandes bilheterias, a fim de compensar os custos para o envio de divisas ao exterior. Segundo dados da Concine, a soma do último trimestre de 1985, com o dos anos de 1986 e 1987, revelam que foram enviados ao exterior a quantia de US\$ 42.821.031.35 como remessa de lucros (GATTI, 2007).

Do meio para o final dos anos 80, o cinema nacional começou a definhar. Não havendo mais responsabilidade por parte do Estado e com os recursos da Embrafilme reduzidos, o cinema nacional foi perdendo, milímetro a milímetro, a guerra para o cinema estadunidense (E3).

Para Gatti (2007), a Associação Brasileira de Cinematografia (ABC) foi uma das entidades responsáveis pela expansão do cinema dos Estados Unidos e estagnação ou depressão do cinema nacional.

Podemos afirmar, com certeza, que entre os recentes anos 80 e 90, a ABC operava como um verdadeiro cartel das distribuidoras norte-americanas, o que pode ser observado na política dos preços executadas entre as distribuidoras integrantes da associação. Notadamente as empresas norte-americanas Warner, Fox, UIP e Columbia e algumas brasileiras integravam o board desse Cartel, como a Paris Filmes, o representante do grupo de empresas da família Severiano Ribeiro, etc (GATTI, 2007, p. 44).

Verificadas as dificuldades na distribuição dos filmes brasileiros, foi criada a distribuidora Rio Filmes, que atuava timidamente no mercado por não ter muitos recursos disponíveis. Contudo, era considerada por muitos a única porta de entrada de produções nacionais nas salas de exibição. Apesar da distribuidora atuar, nos anos de 1992 à 2000, com mais de 50% dos filmes brasileiros, dos 20 títulos de maior sucesso, entre 1995 à 2000, apenas dois foram distribuídos pela Rio Filmes e ainda estavam em regime de codistribuição com outras empresas (MELEIRO, 2010).

Com a adoção de uma política de liberalismo cultural, o Estado extingue os órgãos públicos do setor cinematográfico e a indústria nacional fica sem nenhum amparo. O período de 1990 a 2002 é caracterizado pela dependência da iniciativa privada (SELONK, 2004).

A estrutura de cartel entre produção, distribuição e exibição é prática das *majors* norte-americanas, desta forma as distribuidoras impõem às salas de exibição as quantidades e quais filmes devem ser exibidos. Entre 1995 até 1998, por imposição, eram trazidos muitos filmes estrangeiros. Em 2001, entrou em vigor a Medida Provisória 2.288/01, com o objetivo de controlar a entrada de produções estrangeiras taxou determinadas categorias de filmes e criou a Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica (Condecine). Entretanto,

em razão da resistência e das pressões das distribuidoras e exibidores de filmes importados, a Medida Provisória foi extinta (MELEIRO, 2010).

#### **4.5.3 A retomada do cinema brasileiro**

O cinema brasileiro, depois de viver a maior crise de sua história no governo Collor, teve uma progressiva melhoria de desempenho a partir de 1995, ano em que se fizeram sentir os primeiros resultados da nova política de fomento indireto, com base na concessão de incentivos fiscais (MATTA, 2009).

A retomada pode ser considerada como um período de múltiplos aspectos do cinema brasileiro. Além da produção, houve a retomada no campo da distribuição, um setor historicamente dominado pelas grandes companhias norte-americanas. Surgiram às denominadas distribuidoras independentes: Rio Filmes, o Consórcio Severiano Ribeiro e Marcondes (CSR&M), Elimar/Copacabana, Paris, Lumière e a Pandora. Com projetos bem dimensionados, ocuparam posições e permanência em um mercado altamente competitivo. Merece destaque, em 1997, o início das atividades da Globo Filmes, cujo as operações pertencem a maior rede de televisão do país (SILVA, 2010).

O progresso da exibição de filmes nacionais deu-se de forma lenta e compulsória, através da Cota de Tela. Desde 2007 a Cota de Tela se restringe a 28 dias por ano para complexos com uma sala, aumentado um filme por sala adicional, sendo esse número significativamente inferior ao ano de 1980, onde a Cota de Tela era de 140 dias por ano (MELEIRO, 2010).

A Globo Filmes vem a alcançar uma posição de destaque entre as distribuidoras nacionais. Para Gatti (2005), esta posição é decorrente de várias razões: ter em suas produções atores de destaque na mídia; produções que são originariamente exibidas em TV aberta - no formato de minisséries; gestão e níveis de profissionalização bem superior à média das produtoras cinematográficas brasileiras tradicionais.

Na opinião de E12, se em um projeto de filme existe dinheiro, a melhor forma de atrair o público e colocar algum ator famoso. No caso das produções nacionais, E12 afirma que, quando possível, deve ser colocado algum ator da Globo. “Já fiz trabalhos alternativos e não



teve nenhum ator conhecido, então, não teve público. Infelizmente tem que ter alguém dos olhos das pessoas, para as pessoas quererem ver”.

A relevância da Globo Filmes ficou evidente no período de 2000 e 2003, quando percebeu-se que a empresa caminhava para uma fabricação de conteúdo em um ritmo que pode-se classificar como industrial. Tal situação é resultado do fato de suas produções contarem com amplo esquema de divulgação - tanto para produções próprias como para coproduções - que envolve apoio do conglomerado global de comunicação, com diferentes veículos: revistas, rádios, televisão, jornais, internet, etc. (GATTI, 2005).

É identificado na atuação da Globo Filmes um forte esquema de distribuição associado às majors Columbia, Fox e Warner. Além das distribuidoras norte-americanas, a Globo Filmes, realiza ações em conjunto à Lumière, que pode ser considerada como uma major nacional.

Percebe-se o fato de que a união do poder de comunicação da TV Globo junto à distribuição praticada por aqueles agentes econômicos hegemônicos no mercado foi capaz de criar uma sinergia e que ela é a grande propulsora da condição privilegiada alcançada pelos filmes apoiados em tal esquema dito global (GATTI, 2005, p. 93).

No que tange a distribuição, existem dois fatores antagônicos presentes desde o início do processo: o primeiro é a presença do Estado no processo - representado pelo fim da Embrafilmes e o surgimento da Rio Filmes-; o segundo é de ordem externa, pois este foi um processo reorganizado no seio de empresas transnacionais, cujo os processos de fusão e incorporação aconteceram na década de 90. No Brasil, o reflexo das mudanças na distribuição podem ser vistos quando a Columbia Tri Star Buena Vista, passa a ser uma das principais empresas em atividade, cuja a liderança ficou dividida com outras duas majors (GATTI, 2005).

A concentração do mercado em poucas distribuidoras levou a redução no lançamento de títulos. Para Gatti (2005), é prática comum da indústria cinematográfica hegemônica lançar cada vez menos títulos em um número maior de salas.

Devido às facilidades oferecidas pelo artigo 3º da Lei do Audiovisual que foram ampliadas na MP nº 2.288/01, as distribuidoras transnacionais ou as empresas aqui representantes destes interesses passaram a distribuir e a coproduzir filmes brasileiros com maior frequência junto às exibidoras de televisão por assinatura. O resultado dessa combinação de forças foi o fato que em 2003, o ano de melhor desempenho do mercado e do cinema brasileiro na retomada, as majors distribuíram cerca de 14 filmes, que representou 50% dos filmes lançados neste ano. “A ocupação do mercado local pelo filme aqui produzido encontra-se na mão das empresas estrangeiras. Esta é uma situação inédita na história da comercialização” (GATTI, 2005, p. 126).

A Riofilme é uma distribuidora importante em relação a aspectos quantitativos, pois se revelou como a empresa brasileira que mais títulos lançou entre os anos de 1992 e 2000. A empresa foi criada através da lei municipal nº 1.627/91, vinculada à secretaria Municipal de Cultura, Turismo e Esportes com o objetivo de estimular as atividades cinematográficas do município. Porém, o fato de a Rio Filme estar subordinada à secretaria da cultura reforça a ideia de que os produtos do cinema estão voltados apenas à cultura, ao invés de voltarem-se ao desenvolvimento econômico (GATTI, 2005).

Ainda na década de 90, algumas distribuidoras comercializavam o filme brasileiro de forma bastante esporádica, pois estavam mais voltadas a distribuição do filme importado no geral, a saber: Consórcio Severiano Ribeiro, Pandora, Paris, Lumière, Playarte, Art Filmes, entre outras. Dentre estas, a Lumière obteve projeções bastante superior às demais, principalmente em 1998, quando fechou um acordo com a companhia norte-americana Miramax. A partir desse momento a distribuidora passou a distribuir filmes de grande público, os blockbusters. Com o acordo entre Lumière e Miramax, a distribuidora começa a disputar mercado junto as *majors* norte-americanas (GATTI, 2005).

O artigo 3º, segundo o site oficial da Ancine (2008), foi criado com o objetivo de estimular a associação entre cinema, televisão e produção independente no Brasil. Ele abre mais espaço para a veiculação de obras audiovisuais nacionais nas grades de programação brasileiras e também no exterior. O dispositivo foi introduzido na lei do Audiovisual pela lei nº 11.437 de 28 de dezembro de 2006 e regulamentado pelo Decreto nº 6.304, de 12 de dezembro de 2007.

O artigo 3º autoriza empresas de TV's abertas e programadoras de TV por assinatura, nacionais e internacionais a investirem parte dos impostos devidos sobre a remessa de recursos enviados ao exterior - derivados da aquisição dos direitos de transmissão - na coprodução de obras audiovisuais independentes. Também, o contribuinte estrangeiro pode investir até 70% dos impostos devidos no desenvolvimento de projetos de produção de obras cinematográficas: longa metragem brasileiro de produções independentes e na coprodução de curtas, médias e longas metragens de produção independente (ANCINE 2008).

Durante a retomada alguns filmes brasileiros são destaques nacionais e internacionais, no qual chama-se a atenção para “Cidade de Deus” e “Central do Brasil”. “Cidade de Deus” foi premiado pela *Motion Picture of America e o Writers Guild of America*, em 1999, no Concurso Anual de Roteiros Cinematográficos (GATTI, 2005).

“Central do Brasil” foi o filme que mais se sobressaiu em relação aos demais na retomada do cinema brasileiro. Esta produção foi distribuída pela *Sony Pictures* nos Estados Unidos, que investiu cerca de 1,5 milhão de dólares e levou 1,6 milhões de espectadores ao

cinema. Como resultado obteve em bilheteria US\$ 6,5 milhões nos Estados Unidos, um fenômeno da cinematografia brasileira no exterior (GATTI, 2005).

Notada a dificuldade das produções nacionais em ocuparem as telas dos cinemas nacionais, quando distribuída por distribuidores independentes, foi apresentado no relatório final do 3º Congresso Brasileiro de Cinema (CBC), realizado em 2000, ações que o governo deveria ajustar para possibilitar o espaço do filme brasileiro nas telas. É descrito que os distribuidores independentes não possuem capital para fazer a comercialização das produções nacionais. Com a lei do Audiovisual foram investidos R\$ 340 milhões em produção e apenas R\$ 25 milhões na distribuição e é de responsabilidade do Estado garantir a isonomia competitiva dos mercados. Contudo, aumentar a isonomia competitiva não poderia ser através do aumento das taxas sobre o envio de royalties, porque feriria os acordos de comércio internacional do qual o Brasil é signatário (GATTI, 2005)

Na 3º CBC foi solicitado a criação de uma distribuidora no modelo da Riofilmes que, apesar da sua representatividade cultural, o desempenho econômico deixava muito a desejar. A deficiência da Riofilmes, segundo Gatti (2005), está centralizada na sua incapacidade de expandir os investimentos quando se trata de lançar filmes inéditos. Com efeito, tem-se a comercialização dos filmes realizados por empresas débeis e os títulos nacionais que podem vir a ter rentabilidade são jogados nos braços das distribuidoras hegemônicas. É demonstrado que os títulos nacionais mais rentáveis entre 1993-2003, foram distribuídos por um número limitado de empresas: Columbia (Sony), Warner, Fox, Lumière.

A Columbia, atual Sony Pictures, tem uma relação antiga com a distribuição de filmes brasileiros. Segundo Silva (2010), a distribuidora atua no Brasil desde 1950, graças a parcerias com as empresas Vera Cruz e Maristela.

No relatório da Ancine, segundo Giannasi (2008), é apresentado que, no ano de 2005, 110 filmes nacionais estavam prontos para exibição, mas apenas 30 foram lançados neste ano. Ou seja, 80 filmes nacionais ficaram sem exibição no ano que deveriam ser lançados.

A distribuição comercial de filmes no cinema durante a retomada mostra sua incapacidade histórica de promover os produtos cinematográficos brasileiros em níveis de verticalização que possam vir a ser considerados como satisfatórios. Com a efetiva desnacionalização da comercialização nacional e internacional dos filmes de maiores bilheterias, o cinema brasileiro se tornou uma espécie de subproduto rentável que os ocupantes do mercado vem se servindo sem a menor cerimônia (GATTI, 2005).

A utilidade do art. 3º mostra-se efetivo apenas a partir de 2003 quando a Globo Filmes e a Rede Globo engajam-se na produção, coprodução e/ou no patrocínio dos filmes (MATTA, 2009).

O fato observado é que as empresas estadunidenses se interessam pelo mercado brasileiro e tendem a se inserir a medida em que lhes são garantidos benefícios econômicos e/ou fiscais. A política praticada no país pelas empresas norte-americanas é relativamente diferente da média das ações aplicadas em outros países; isso deve-se, em grande parte, ao tamanho do mercado brasileiro, que encontra-se entre os dez maiores da MPA (GATTI, 2005). Segundo dados do *Theatrical Market Statistics* no ano de 2016, dos vinte mercados com maior faturamento da MPAA, o Brasil ainda ocupa a décima posição (MPAA, 2017).

A importância da distribuição comercial cinematográfica, consoante Gatti (2005) deve-se a sua posição estratégica e ideológica, considerando que a circulação efetiva das produções cinematográficas provocam transformações no núcleo da indústria e são através das distribuidoras que o filme chega ao público. Como já ocorrido em vários países, a indústria de filmes brasileiros tende a ser um apêndice do audiovisual internacional e ter os laços de dependência reforçados.

#### **4.5.4 Dados sobre a distribuição cinematográfica nacional a partir de 2009.**

As majors norte-americanas atuam no Brasil de duas formas: como distribuidoras ou como coprodutoras de projetos de longa-metragens. Quando são apenas distribuidoras, participam como mediadoras entre produção e distribuição, participando de percentuais incidentes sobre a arrecadação obtida na exibição. Já como coprodutoras as empresas investem nos filmes e dividem com os produtores os direitos patrimoniais. Geralmente as empresas coprodutoras que distribuem são responsáveis pelo lançamento dos filmes (SILVA, 2010).

Para a compilação de dados da Ancine (2018), são consideradas distribuidoras internacionais as empresas brasileiras subsidiárias dos grandes estúdios de produção e distribuição dos Estados Unidos da América (EUA): Paramount, Universal, Disney, Sony, Fox e Warner. Todas as demais são definidas como empresas nacionais de distribuição. As parcerias de distribuição entre distribuidoras internacionais e nacionais são classificadas como Codistribuição Internacional-Nacional.

Entre os anos de 2009 e 2017, observa-se que dos vinte filmes nacionais lançados, seis dos com maior bilheteria tiveram a participação de alguma major norte-americana. Também, destaca-se que, dentre estas produções, dezessete tiveram em seu elenco atores ligados a Rede Globo, como: Minha mãe é uma peça 1 e 2; Tropa de Elite 2; De pernas para o ar 1 e 2; Se eu fosse você 2; Loucas para casar; Até que a sorte nos separe 1, 2 e 3; Vai que cola – o Filme; Meu passado me condena; Chico Xavier; Vai que dá certo; Nosso lar; Cilada.com.

O filme “Os Dez Mandamentos” apesar de ser produzido pela Record TV e não ter atores relacionados atualmente a Rede Globo, tem a participação de atores que já foram estrelas nas novelas da emissora em seu elenco, como Sidney Sampaio, Sérgio Marone, Mel Lisboa, Heitor Martinez, Roger Gobeth e Aisha Jambo.

Tabela 2 – Os vinte filmes nacionais, entre 2009 e 2017, com maior bilheteria.

Ano de Lançamento	Título da obra	Distribuidora	Salas no Lançamento	Renda (R\$) acumulada	Participação da Major
2016	Minha mãe é uma peça 2	Downtown/Paris	1.055	124.681.177,82	Paramount; Universal
2016	Os Dez Mandamentos - O Filme	Downtown/Paris	1.127	116.833.026,88	
2010	Tropa de elite 2	Zazen	733	103.461.153,74	
2012	De pernas pro ar 2	Downtown/Paris/RioFilme	718	50.312.134,36	
2013	Minha mãe é uma peça	Downtown/Paris	407	49.533.218,31	
2009	Se Eu Fosse Você 2	Fox	315	47.624.137,00	20th Fox
2015	Loucas pra Casar	Downtown/Paris	604	45.688.069,53	Paramount
2013	Até que a Sorte nos Separe 2	Downtown/Paris	778	45.274.441,66	
2015	Até que a sorte nos separe 3	Downtown/Paris	819	42.262.993,62	
2015	Vai que Cola - O Filme	H2O Films	636	41.803.908,21	Universal
2010	Nosso lar	Fox	444	36.126.083,00	20th Fox
2013	Meu Passado me Condena	Downtown/Paris	421	34.826.391,63	
2012	Até que a Sorte nos Separe	Downtown/Paris/RioFilme	417	34.712.891,76	
2015	Meu Passado Me Condena 2	Downtown/Paris	618	32.941.689,75	
2011	De pernas pro ar	Downtown/Paris	346	31.033.778,76	
2010	Chico Xavier	Sony/Downtown	392	30.279.855,27	Sony Pictures
2013	Vai que dá certo	Imagem	469	28.990.665,92	
2016	Carrossel 2 - O Sumiço de Maria Joaquina	Downtown/Paris	888	28.590.125,61	
2011	Cilada.com	Downtown/Paris/RioFilme	389	28.030.183,67	
2015	Carrossel, O Filme	Downtown/Paris	616	27.221.239,28	

Fonte: Ancine (2017).

Elaboração: Autor.

A respeito da atuação artística nos filmes nacionais, comenta E6, a grande referência é a atuação neutra, não muito exagerada, a maneira de falar com controle emocional, mesmo nas cenas em que a emoção deve ser mais exagerada, ela ainda é mais contida, se comparada com outros países latino-americanos. “Tudo isso é de acordo com o padrão norte-americano. No extremo oposto, nós temos as novelas mexicanas, a maneira latina de interpretação é completamente diferente. Aqui no Brasil, nós temos bem exteriorizado o padrão norte americano”. Desta forma, acontece que o gosto pelo estilo de atuação estadunidense torna-se

outro aspecto de preferência do público, visto que, com o incentivo a esta forma de interpretação ela passa a ser a natural e legítima, sem causar estranheza aos olhos do público.

Sobre o filme “Os Dez Mandamentos”, E3 afirma que os números são inflados.

...teve filmes considerados a Grife da Igreja Universal, que fez dois filmes com muitos espectadores, que foi do Edir Macedo e Os dez mandamentos. Mesmo que sejam questionáveis os processos utilizados – A igreja compra uma sala de cinema para passar a bibliografia do Edir Macedo e compra todos os ingressos, em 28 sessões, distribui os ingressos nas igrejas. No borderô aparece 200 pessoas na sala, tu entra lá tem 20 ou 30, pessoas que compraram por obrigação, porque o pastor mandou. O mesmo acontece com o filme “Os Dez Mandamentos, esse filme aparece como mais de 10 milhões e expectadores, são números inflados, mas não deixa de ser bom pro cinema brasileiro (E3).

Entre os anos de 2009 e 2017, as distribuidoras que obtiveram maior renda com a distribuição de filmes nacionais foram Downtown em codistribuição com Paris Filmes; Riofilme e Sony; Imagem; Fox; Zazen. A Downtown em codistribuição com a Paris filmes se destacam na distribuição nacional – dos dez filmes nacionais mais rentáveis entre 2009 e 2017, as distribuidoras foram responsáveis pelo lançamento de sete produções (ANCINE, 2018).

Tabela 3 - Renda acumulada, entre 2009 e 2017, por distribuidora de filmes nacionais.

<b>Renda Acumulada</b>	<b>Distribuidora</b>
R\$ 919.715.869,10	Downtown/Paris
R\$ 200.330.932,59	Imagem
R\$ 172.183.885,75	Downtown/Paris/RioFilme
R\$ 138.334.707,29	Fox
R\$ 107.473.140,60	Zazen
R\$ 74.956.364,00	Warner
R\$ 57.575.993,40	H2O Films
R\$ 42.357.518,99	Disney
R\$ 36.822.668,46	Sony/Downtown
R\$ 34.552.340,16	Sony

Fonte: Ancine (2018).

Elaboração: Autor.

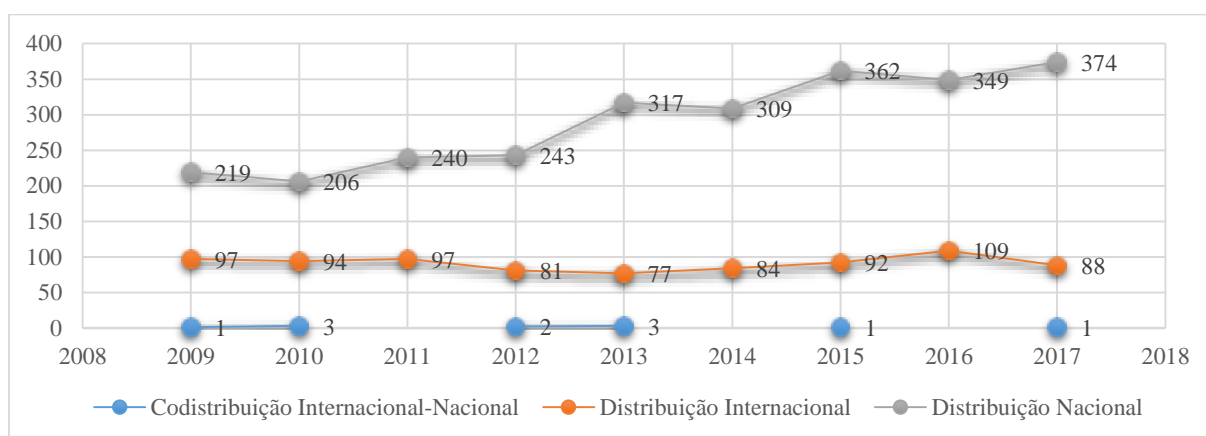
Do ponto de vista de E4, a união entre a Downtown e a Paris, acabou por concentrar os recursos que estão disponíveis para investimento no audiovisual:

Durante muito tempo o artigo 3º da lei do audiovisual foi decisivo no orçamento dos filmes de grande produção, mas acho que isso diminuiu bastante de uns anos pra cá com o Fundo Setorial. Eles criaram inclusive algumas linhas, em tese, para combater o artigo 3º, que foi a linha C, que era uma linha direta de apoio ao distribuidor para comprar os direitos de exibição dos filmes. O fundo, enfim, era uma maneira de tornar mais atraente a distribuição de filmes brasileiros por distribuidoras localizadas no Brasil, mas essa política acabou centralizando, concentrando toda a receita do cinema brasileiro em um consórcio – no caso a Downtown junto com a Paris filmes. A Downtown não, mas a Paris é uma grande importadora de filmes, então ela pode conjugar um apoio com o artigo 3º, por outro lado a Downtown vai lá é pega o dinheiro do Fundo Setorial como se fosse de natureza pura de distribuição brasileira, então, eles conjugam esses recursos e concentram o mercado (E4).

Segundo os dados da Ancine (2018), é demonstrado no Anuário de 2017 a tendência crescente do número de lançamentos de produções nacionais, porém, não são apresentados dados relativos ao tempo dos filmes nacionais e internacionais nas telas dos cinemas. Também observa-se que o número de lançamentos nacionais é significativamente superior ao número de lançamentos internacionais. Entretanto infere-se que os lançamentos nacionais são feitos, em sua grande maioria, com exibidores nacionais e em poucas salas, pois o que se é percebido na grande maioria das salas multiplex é a predominância de filmes importados.

Segundo E5, existem várias dificuldades para a produção nacional ocupar as salas de cinema, mas o principal problema é a falta de espaço nas salas. Como a performance dos filmes nacionais é, no geral, menor que a do filme das majors norte-americanas, as salas não os mantêm por muito tempo.

Gráfico 5 - Evolução dos lançamentos entre 2009 e 2017.



Fonte: Ancine.

Elaboração: Autor.

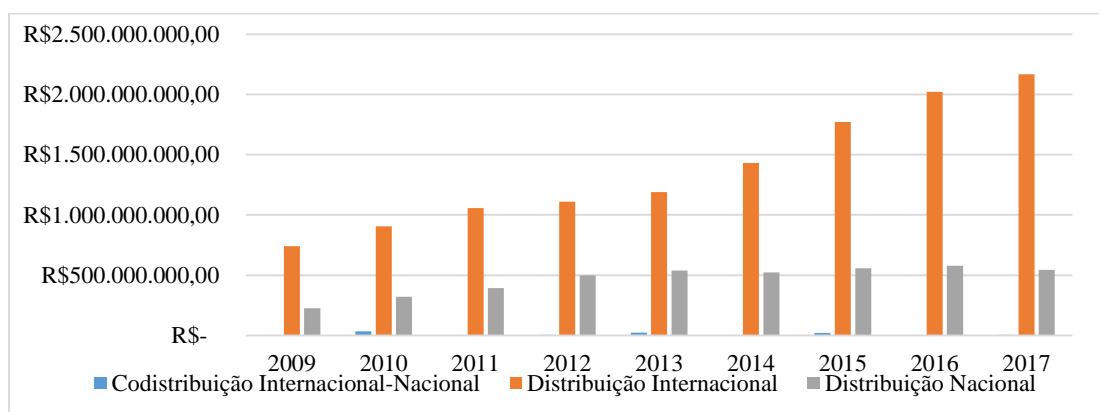
Apesar do número de lançamentos de filmes das distribuidoras nacionais ser significativamente superior aos das distribuidoras internacionais, nos cinemas comerciais, explica E5, não há tantas estreias nacionais e muito menos salas suficientes que comportem toda a diversidade existente de filmes nacionais. Porém ainda há alguns cinemas que conseguem fazer uma programação apenas de filmes independentes, como é o caso de alguns dos Espaços Itaú, o Caixa Belas Artes em SP, etc. Estes cinemas por vezes têm 12, 15 ou até mais filmes programados ao mesmo tempo. Mas o fato é que são pouquíssimos os cinemas que colocam em sua programação filmes nacionais. Existem muitos filmes, mas poucos são os locais disponíveis para exibição.

Com o aumento das produções brasileiras, afirma E4, a estratégia de distribuição passa a ser de nicho, o que torna o mercado menos homogêneo. Contudo, observa-se que a bilheteria por distribuidora torna-se homogeneizada e leva a concentração de recursos do mercado.

A Downtown comemorou a venda de mais de cem milhões de ingressos. Qual foi a distribuidora brasileira que vendeu cem milhões de ingressos na história do cinema brasileiro? Sei lá, poucas provavelmente, talvez a Embrafilme. Contudo você vê uma distribuição de nicho surgindo, então o mercado não está tão homogêneo assim. Ele está homogeneizado na concentração da bilheteria, da concentração do capital, tanto oriundo do Estado, porque a Downtown, a Paris pegam dinheiro do Fundo Setorial, e o dinheiro vindo do artigo 3º (E4).

Apesar do número de títulos nacionais lançados ser significativamente superior a dos filmes internacionais – mais que o dobro -, a renda auferida pelas distribuidoras internacionais é muito superior as das distribuidoras nacionais - independente se a quantidade de títulos lançados é reduzida.

Gráfico 6 – Renda por tipo de distribuição.



Fonte: Ancine (2018).

Elaboração: Autor.

Percebe-se que o público, tanto para filmes estrangeiros como para os filmes nacionais, não apresentam muitas variações. Contudo, quanto a renda, no caso das produções nacionais, esta apresenta variações, por vezes aumentam, por vezes caem, diferente do que ocorre com a renda dos filmes estrangeiros, em que, a tendência é sempre ao aumento significativo.

Durante muito tempo, os incentivos fiscais foram voltados para a produção, mas não se tinha uma política para escoar a produção, afirma E10. “Então muito filmes, foram produções extremamente estritas e super elitista, muito focado em pessoas que circulam no circuito de festivais e que não tem reverberação nenhuma”.

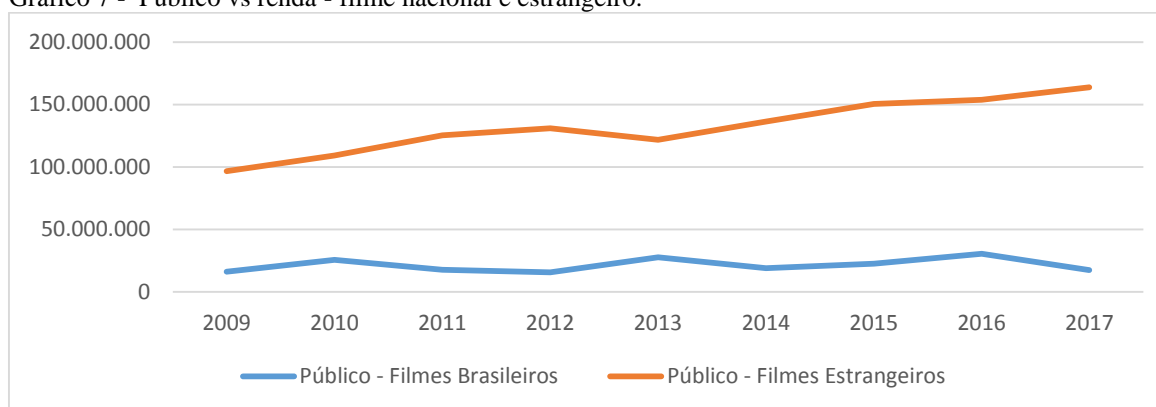
A produção brasileira, explica E9, é muito forte. Várias produções, do Sul por exemplo, de alunos da PUC e Unisinos, participaram de festivais internacionais, como o de Berlim e tornaram-se conhecidos. “Mas é inacreditável, pois quando tem mostra de produção brasileira o público cai”. Nesse sentido, diz E9, as salas não comerciais tem o dever de exibir filmes nacionais, pois, os filmes nacionais que vão para salas comerciais, com a pressão dos blockbusters, ficam três ou quatro dias e saem. O pouco número de salas para exibição, na



opinião de E10, também é um problema, pois, mesmo com a Cota de Tela, o filme dos Estados Unidos ocupa um percentual muito alto do número de salas e tempo disponíveis.

Ainda, na opinião de E9, a pouca demanda por filmes nacionais é algo enraizado na cultura brasileira, nos hábitos de consumo da população. Existe a referencia incutida na percepção da pessoas de que o filme estrangeiro é sempre melhor que o nacional, para grande parte da população.

Gráfico 7 - Público vs renda - filme nacional e estrangeiro.



Fonte: Ancine (2018).

Elaboração: Autor.

É difícil para um filme nacional permanecer nas salas de exibição, frente a concorrência norte-americana, afirma E8, “nós já não temos muitas salas de cinema no Brasil, em uma proporcionalidade de território e de população. Grande parte dessas salas são de posse das empresas estrangeiras, desses conglomerados, ai fica muito difícil”. Assim, na opinião de E8, seria importante um sistema de fomento, por parte da Ancine, que contemplasse mais efetivamente o sistema de distribuição.

O percentual de renda, de 79,7% do total, reunido pelas distribuidoras internacionais, em 2017, foi o mais alto desde 2009. Isso demonstra que, mesmo com uma menor quantidade de títulos exibidos em 2017, em relação a 2016, as obras selecionadas pelas distribuidoras estrangeiras atraíram maior público e renda (ANCINE, 2018).

O filme com temáticas brasileiras, no geral, não interessam ao brasileiro, coloca E5. Os brasileiros sabem pouco sobre a sua história, características, existência.

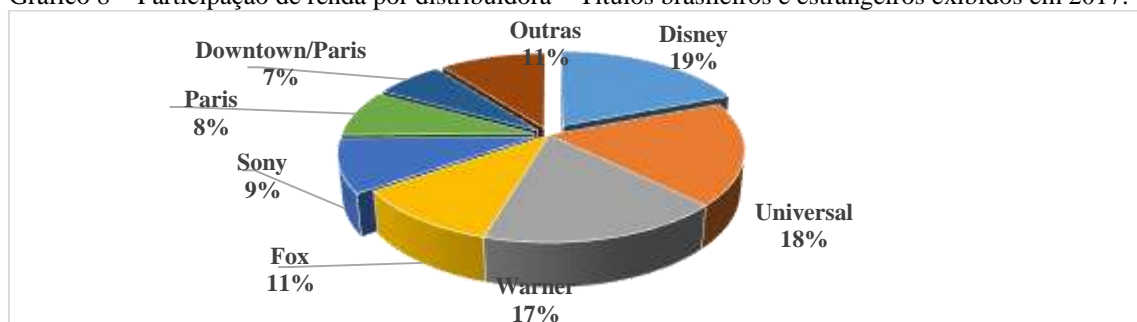
Existe uma visão muito deturpada daquilo que o Brasil é. São vários mundos, cada estado do Brasil é um mundo em si, existe uma pluralidade muito grande, mas por outro lado existe um profundo desconhecimento das histórias e não existe um engajamento do público brasileiro com as histórias na tela. Assim, você vai ao cinema, de 3 em 3 meses, vai pagar trinta reais de ingresso, comprar pipoca, você vai gastar 60 conto no programas e você não vai ver umas explosões? Uns carros batendo, umas coisas acontecendo? Sem isso você não vai. É um pouco essa! Vou sair de casa vou até o cinema comprar um ingresso pra ver um documentário sobre o quão difícil é morar no Brasil lá em não sei onde, eu não vou! Bom é um cinema entretenimento. O cinema que a gente trabalha, também é, mas é um cinema reflexão que tem outras

propostas. E talvez não converse com o ritmo frenético que o brasileiro médio vive né. O Brasileiro trabalhador, ele não precisa, ele não sente necessidade de problematizar... o cara está lá tentando viver. Não que ele não sinta a necessidade, é que ele não chega nesse ponto do problema, ele tem problemas estupidamente mais imediatos para responder. Hoje, eu vou levar meus filhos e minha esposa no cinema, hoje vamos gastar 120 reais e vamos todo mundo no cinema. “Bora” ver coisas explodindo, gente correndo, alegria. Ver um filme de animação legal da Pixar, como eu vi no MC Donalds, que tinha brindes. Se pensar no dia a dia da galera não apetece ver sessão com debate de não sei o que...

Porque terror funciona bem? A Freira superou as expectativas, porque você não vai falar de nada que tenha haver com a minha rotina, com problemas, com as horas extras que não me pagam, as 4h que fico parado no ônibus pra ir e chegar no trabalho, sabe? Eu vou lá e vou morrer de susto e vou gritar bastante, vou voltar feliz pra casa (E5).

Na opinião de E11, a questão da cultura brasileira tem certa resistência ao filme nacional. Apesar da produção nacional já estar com um bom nível de produção, o filme não chega para as pessoas consumirem, ainda existe uma certa resistência ao cinema nacional. “Apesar de já ter quebrado um pouco isso com filmes de grandes bilheteria como todos os “Tropa de Elite”, os filmes do Fernando Meireles, mas ainda o grosso da produção não chega na sala comercial de cinema” (E11).

Gráfico 8 – Participação de renda por distribuidora – Títulos brasileiros e estrangeiros exibidos em 2017.



Fonte: Ancine (2018).

Em 2017, a Disney foi a distribuidora com maior participação de renda, 19,1%, seguida pela Universal, com 18,2% e pela Warner, 17,3%. A Vitrine Filmes foi a distribuidora que mais colocou filmes no mercado em 2017, com 61 títulos, seguida pela Imovision, com 59 títulos, e Paris, com 42 (ANCINE, 2018).

O fato de não existirem no Brasil políticas públicas suficientes para a defesa do cinema nacional, diferente do que acontece na Argentina e até do próprio cinema norte-americano, que sempre se auto protegeu – não das maneiras convencionais, mas estabelecia barreiras protecionistas. Na opinião de E11, as questões sobre políticas públicas merecem atenção.

Por exemplo, a gente chega numa sala de cinema, aqui em Santa Cruz, tem o mesmo filme de super herói passando em duas ou três salas, isso é absurdo! Então tem a questão: Tem a demanda? Tem! Mas o que nós estamos fazendo pra conseguir educar a população que os nossos filmes são bons, quais as políticas públicas que existem

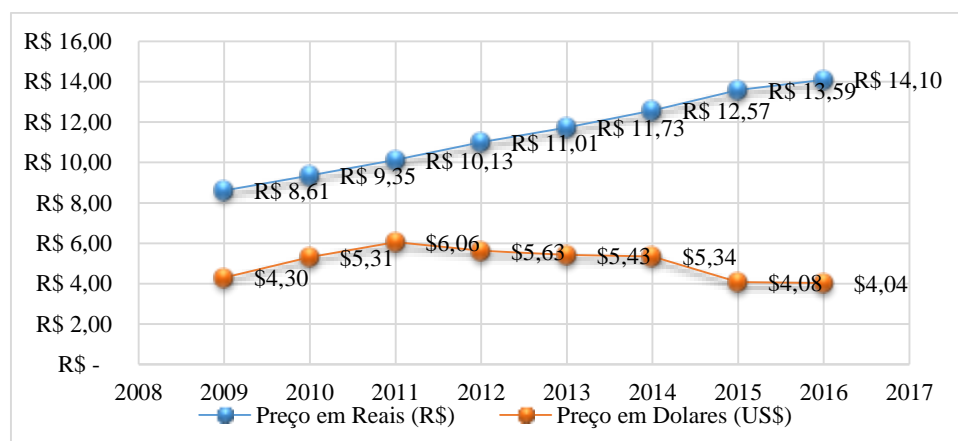
para isso hoje. Nos evoluímos muito de 98 e depois com os governos Petistas a questão da cultura teve um crescimento gigantesco, mas ainda dá para melhorar muito (E11).

#### 4.6 SOBRE O MERCADO CINEMATOGRAFICO DE 2009 Á 2017

No decorrer da década de 80 os preços dos ingressos em dólar aumentaram, somente a partir de 1992 até 2002 que os valores foram reduzidos, porém, os valores em reais continuaram a aumentar de maneira regular. O aumento contínuo no preço dos ingressos em reais prejudicou substancialmente os produtores nacionais, visto que o público de baixa renda foi afastado do parque exibidor - público que até então era o sustentáculo do cinema nacional (GATTI, 2005).

Segundo os dados da Ancine (2016), os valores dos ingressos em reais, desde 2009 apresentam crescimento, enquanto os valores em dólares, a partir de 2012, demonstram queda.

Gráfico 9 – Evolução do preço médio do ingresso (PMI) entre 2009 e 2016.



Fonte: Ancine (2016).

A possibilidade de aumento nos preços dos ingressos seria positiva para a indústria nacional que teria maior possibilidade de ganhos, contudo, como as exhibições são dominadas pelas majors norte-americanas, o aumento no preço dos filmes nacionais e a pouca propaganda poderia vir a provocar o crescimento na procura por filmes de Hollywood e, conseqüentemente, a maior evasão de divisas ao exterior (SIMIS, 1996; GATTI, 2005).

Do ponto de vista de E10, ir ao cinema não é compatível com o poder de compra de grande parte da população, é um programa de elite, e a elite, em sua grande maioria, não está interessada em ver filmes nacionais alternativos.

Por isso tem que ter um governo forte, ou o governo vem e faz as coisas, ou assim, não vai ser nós, produtores pequenos, que vamos resolver esse problema. Nós não

temos nem como competir com a Warner, não tem nem como começar. Se o governo não for forte e não ir pra cima, não tem como fazer (E10).

Sobre a diferença de valores do PMI entre Brasil e Estados Unidos, trata-se de uma questão econômica, diz E4. “O que acontece nos Estados Unidos é uma coisa muito simples: o mercado saturou de salas de exibição, há um saturamento porque eles estão com quarenta mil salas, eles tem uma sala para cada oito mil habitantes”. Assim a competição entre as salas nos Estados Unidos se eleva, também, deve-se considerar que cada vez mais pessoas tem acesso a conteúdo pela internet. Cerca de 80% do trânsito de internet nos Estados Unidos, diz E4, é de vídeos, “então lá, eles têm uma concorrência muito pesada”. Essa concorrência existe no Brasil, mas é em uma escala muito menor.

Há um excesso de salas, quarenta mil salas. Eu não consigo imaginar isso em um país do tamanho dos Estados Unidos, com 320 milhões de habitantes e o cinema concorre com todas as outras mídias, onde o Netflix tem, sei lá, x milhões de assinantes, HBO... Então, lá é uma concorrência absurda, é natural do ponto de vista econômico que as salas comecem a ter preços mais baratos pra se tornarem mais atraentes. Mas isso lá é negociado diretamente com o produtor, diferente do Brasil. Nos Estados Unidos, a economia do cinema quem comanda são os produtores, os exibidores e distribuidores dependendo no nível de verticalização (E4).

Se existissem mais salas de exibição no Brasil, talvez, o cinema viesse a se tornar menos elitista e mais democrático. De acordo com E8, há um apoio do Fundo Setorial junto a Ancine para ampliar o circuito de exibição, mas ele é pouco usado, chamado Programa de Apoio ao Desenvolvimento de Infraestrutura (ProInfra). “A falta de salas é mais um detalhe que contribui para a dificuldade na distribuição do cinema nacional” (E8).

Outro ponto que influencia a tendência a queda no preço do filme estadunidense é que o lucro dos exibidores não provem necessariamente da venda do ingresso, mas dos produtos vendidos no bomboniere, porque, nos Estados Unidos, cerca de 95% da renda da bilheteria é do produtor, assim eles necessitam das salas cheias. Diferente do que acontece no Brasil, em que 50% da renda da bilheteria é do exibidor, desta forma, para o exibidor nacional, quanto maior for o preço do ingresso melhor.

Segundo dados do site Filme B (2018) e Ancine (2016), a tendência ao aumento no preço dos ingressos em reais é contínua, aspecto que prejudica a distribuição do filme nacional, pois há o afastamento do público de classes populares.

Tabela 4 - Aumento do preço médios dos ingressos entre 2009 à 2016.

<b>Evolução do Preço Médio do Ingresso</b>		
<b>Ano</b>	<b>P.m.i (R\$)</b>	<b>Aumento</b>
2009	8,61	5,5%
2010	9,35	8,6%
2011	10	7,0%
2012	11,01	10,0%
2013	11,71	6,4%
2014	12,55	7,2%
2015	13,54	7,9%
2016	14,04	3,7%

Fonte: Filme B (2018).

Elaboração: Autor.

Com o aumento do preço dos ingressos há a tendência a redução do público nas salas de cinema. Porém, observa-se que o real prejudicado com este aumento é a indústria nacional. Os dados da Ancine (2018) demonstram que, entre 2010 e 2017, o público e a renda das distribuidoras nacionais tendem a oscilar, diferente do que ocorre com as distribuidoras internacionais, onde o público pode até reduzir mas a renda total tende apenas a aumentar, mesmo quando é reduzido o número de filmes distribuídos. Os exibidores, explica E4, são quem controla o preço dos ingressos, então, se é observado que existe a tendência a queda de público em determinadas exhibições, é feito um aumento no preço dos ingressos que tem bilheteria garantida, que no geral são os distribuídos por alguma major.

Tabela 5: Evolução de público, renda e lançamentos entre 2010 e 2017.

	<b>2017</b>	<b>2016</b>	<b>2015</b>	<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>	<b>2011</b>	<b>2010</b>
<b>Público Total</b>	<b>181.226.407</b>	<b>184.327.360</b>	<b>173.022.827</b>	<b>155.612.992</b>	<b>149.518.269</b>	<b>146.598.376</b>	<b>143.206.574</b>	<b>134.836.791</b>
Distribuidoras Internacionais	142.915.293	138.788.947	128.774.105	112.381.738	98.870.054	99.623.836	103.541.234	95.484.714
Distribuidoras Nacionais	37.909.154	45.537.173	42.611.690	43.231.254	48.389.449	46.549.918	39.657.066	35.485.353
Codistribuição Internacionais – Nacionais	401.960	1.240	1.637.032		2.258.766	424.622	8.274	3.866.724
<b>Renda Total (R\$)</b>	<b>2.717.664.735</b>	<b>2.599.327.628</b>	<b>2.351.590.807</b>	<b>1.955.943.573</b>	<b>1.753.200.572</b>	<b>1.614.022.223</b>	<b>1.449.997.621</b>	<b>1.260.373.852</b>
Distribuidoras Internacionais	2.166.642.802	2.021.823.643	1.771.827.203	1.432.863.088	1.191.214.551	1.110.201.319	1.056.522.189	906.282.424
Distribuidoras Nacionais	545.427.507	577.492.978	558.655.544	523.080.485	538.667.579	499.384.723	393.450.626	320.210.270
Codistribuição Internacionais – Nacionais	5.594.425	11.006	21.108.061		23.318.443	4.436.180	24.807	33.881.159
<b>Lançamentos Totais</b>	<b>463</b>	<b>458</b>	<b>455</b>	<b>393</b>	<b>397</b>	<b>326</b>	<b>337</b>	<b>303</b>
Distribuidoras Internacionais	88	109	92	84	77	81	97	94
Distribuidoras Nacionais	374	349	362	309	317	243	240	206
Codistribuição Internacionais – Nacionais	1		1		3	2		3

Fonte: Ancine (2018)

Existe um real desinteresse da grande maioria da população por cinema nacional. Existe uma fatia muito significativa da população que se recusa a ver cinema nacional, isso está instaurado. Isso é muito complicado de desconstruir. Teria que se desconstruir na escola e na escola o buraco é mais embaixo. Dentre certas bolhas, você acha que não vai haver interesse e existe, tem gente que ainda quer ver o Tom Cruise no cinema. Existe uma habituação com aquele tipo de cinema, aquelas

fôrmulas, aquele jeito de contar historia, e demora muito para o cinema nacional, o cinema nacional mais popular, ter a mesma performance. Se você for ver as comédias brasileiras: demora muito para uma comédia dar certo, entre muitas outras, com formas muito similares as comédias americanas. É uma questão cultural e estrutural muito grande, seria como entender porque temos que ter o Androide e o Iphone, mas de repente todo mundo tem, é uma das coisas que é difícil de explicar onde começou o problema e porque ele se arrasta (E5).

Para E11, a construção do apreço do público brasileiro pelo cinema nacional, também, deveria ser construído a partir da escola. Nesse sentido, esta foi uma prática que os Estados Unidos fizeram bem nas décadas seguintes à Segunda Guerra Mundial, em que as crianças brasileiras assistiam nas escolas filmes da Disney, chamados de educativos. “Hoje em dia você vê uma aula de arte em uma escola pública, por exemplo, a criança as vezes passa a aula de educação artística até a 8ª série fazendo desenho, ela não está tendo aula de educação artística. Então nossos problemas se originam lá na base, a questão da educação (E11).

O padrão cinematográfico norte-americano que serve de referência é representado pelas majors, segundo Silva (2010): Wald Disney, Sony Pictures, Paramount, 20th Fox, Universal e Warner Bros. Porém, estas empresas não atuam apenas na distribuição cinematográfica, mas em todos os setores de criação audiovisual e suas atividades se ampliam exponencialmente graças as possibilidades criadas pelo uso do vídeo e do digital.

Entre os anos de 2009 a 2017, os filmes que encabeçaram o ranking dos com maior renda são, quase que exclusivamente, produções e distribuições das majors, em que o estúdio Walt Disney se destaca. Vale ressaltar que os filmes distribuídos pela Disney, com maior público, são da produtora Marvel, estúdio que a Disney comprou no ano de 2009. Segundo o Jornal Estadão (2009), com esta fusão, a Disney desfrutará de uma enorme oportunidade mercadologica ao acrescentar os personagens da Marvel em seus parque temáticos. A Disney apresenta maior apelo ao público feminino, com a compra da Marvel passa a ter oportunidades mais promissoras com o público masculino. Assim a Disney opera como um grande conglomerado de entretenimento, além dos filmes, ela possui parques temáticos, venda de licenças para a comercialização de brinquedos, venda de livros ilustrativos e de histórias, temáticas de festas infantis, enfim, há uma gigantesca rede de produtos e serviços que servem para a comercialização e divulgação das produções Disney.

Tabela 6 - Os dez filmes com maior renda, por ano, de 2009 e 2017.

Ano	Filme	Gênero	Distribuidora	Salas Ocupadas	Salas Totais	Renda (R\$)
2017	Velozes e Furiosos 8	Ficção	Universal	1.544	3.220	133.423.662,00
2016	Capitão América: Guerra civil	Ficção	Disney	1.635	3.160	143.337.776,00
2015	Vingadores: A Era de Ultron	Ficção	Disney	1.356	3.005	146.184.931,00
2014	Malévola	Ficção	Disney	796	2.833	73.652.030,62
2013	Homem de ferro 3	Ficção	Disney	1.253	2.678	96.493.278,00
2012	Os Vingadores - The Avengers	Ficção	Disney	1.042	2.517	129.595.590,00
2011	A saga crepúsculo: amanhecer - parte 2	Ficção	Paris	1.278	2.352	66.362.694,57
2010	Tropa de elite 2	Ficção	Zazen	733	2.206	103.461.153,74
2009	Avatar	Ficção	Fox	738	2.110	102.346.712,00

Fonte: Ancine (2018).

Elaboração: Autor.

No período referido na tabela 7, entre 2009 e 2017, a única produção brasileira que encabeçou o ranking de maior bilheteria foi o filme “Tropa de Elite 2”, em 2010, mesmo tendo ocupado um número de salas significativamente menor que a média das distribuições internacionais. Contudo, vale destacar que os sócios da distribuidora Zazen, Marcos Prado e José Padilha, são nomes importantes dentro das organizações Globo. Também chama a atenção o fato de se tratar de continuação de uma produção em que, o primeiro filme, já havia sido distribuída, em 2007, pela Universal, aspecto que pode ter influenciado no conhecimento da obra e no interesse do público.

A respeito das organizações Globo, mais especificamente sobre a criação da Globo Filmes, trata-se de uma produtora e distribuidora no qual alguns autores como André Gatti, Anita Simis, Habija Silva, chamam a atenção quanto a sua relevância no papel da indústria cinematográfica nacional.

1997 foi um ano marcante, na retomada, também por conta da criação da produtora Globo Filmes, vinculada às organizações Globo. Desde então, o selo Globo Filmes, está associado a maioria dos sucessos de público do cinema nacional. O sucesso dessas produções tem relação direta com o fato de suas campanhas terem obtido significativo espaço de divulgação na Rede Globo, sendo frequentemente reforçado pela presença de estrelas da televisão ou música, em seu núcleo artístico. Até 2006, a principal política federal de apoio a distribuição era o dispositivo do Art. 3º da Lei do Audiovisual. As *majors*, por meio desse incentivo fiscal, adquirem coprodução e a distribuição de filmes brasileiros no mercado interno. Muitas vezes, selou-se a presença de uma *major* e da Globo Filmes como coprodutores do mesmo projeto (MELEIRO, 2010, p.48).

Entre os anos 2000 e 2017, os filmes nacionais com maior renda são os com a participação da Globo Filmes, algumas vezes associada a alguma *major*.

Tabela 7 – Os dez filmes nacionais com maior renda entre 2000 e 2017.

Filme	Renda (R\$)	Distribuidora	Produção <sup>68</sup>
Minha mãe é uma peça 2	124.208.504	DTF/PARIS	Globo Filmes; Paramount; Universal
Os Dez Mandamentos - O filme	116.618.000	DTF/PARIS	Paris Filmes
Tropa de Elite 2	103.812.200	ZAZEN/RIOFILMES	Globo Filmes
Se eu fosse você 2	50.543.885	FOX	20th Fox; Globo Filmes
De pernas pro Ar 2	50.292.566	DTF/PARIS	Globo Filmes
Minha mãe é uma peça - O filme	49.534.000	DTF/PARIS	Globo Filmes
Loucas para casar	45.905.145	DTF/PARIS	Globo Filmes; Paramount
Até que a sorte nos separe 2	45.355.454	DTF/PARIS	Globo Filmes
Até que a sorte nos separe 3	42.251.460	DTF/PARIS	Globo Filmes
Vai que cola	41.910.200	H2O	Universal

Fonte: Filme B.

Elaboração: Autor.

Para que a campanha de uma produção tenha a demanda esperada, explica Silva (2010), os filmes se utilizam do Star-System, desta forma, o valor agregado do filme está diretamente ligado ao conhecimento que o público tem dos atores envolvidos e, em alguns casos, dos diretores. Como exemplo tem-se o filme “Se eu fosse você”, de Daniel Filho, protagonizado por duas estrelas da Rede Globo, Tony Ramos e Gloria Pires, a obra explora a fórmula de filmes para a família, amplamente utilizada pelos estúdios das majors norte-americanas. O padrão Globo, afirma E10, determina o que as pessoas assistem de filme brasileiro.

Mas a gente vive na barra de comédias e biografias, basicamente é isso que a Globo Filmes faz. É um tipo de filme, é um tipo de cinematografia que chega para as pessoas, as pessoas que eu digo é a população em geral, não para as pessoas do mundinho fechado exclusivista e classista que é o do cinema que a gente vive, que eu vivo. Então, a Globo Filmes determina muito nosso padrão de filme (E10).

Os dados da Ancine, explica E5, em geral, não apresentam realmente os dados de público do cinema independente no Brasil, isso devido ao excesso de burocracia para que determinadas produções sejam contabilizadas.

Os distribuidores de cinema independente no Brasil têm muitos parceiros, que no geral são cinemas vinculados ao Estado ou com a Secretaria de Cultura. Todas as salas de cinema devem ter um código e estarem cadastradas na Ancine, caso a sala que a produção foi exibida não tenha o código e seja não esteja cadastrada na Ancine, mesmo que a produção tenha um público de duzentas pessoas, esse público não será contabilizado. Outro aspecto necessário para que seja contabilizado público é a transação comercial. Com exceção das salas da SP Cine, todas as demais para contabilizar público devem estabelecer uma relação de comércio, explica E5.

<sup>68</sup> Os filmes possuem outras produtoras e distribuidoras envolvidas, contudo, não são o foco deste trabalho.



A contagem do público nas exposições nacionais é um fator extremamente importante, para que os produtores consigam obter recursos financeiros vindos do Estado. Para a participação de editais da Ancine, diz E10, a pontuação é de acordo com o público que o produtor conseguiu levar ao cinema em obras anteriores, porém, mesmo que muitas pessoas tenham assistido ao filme do produtor que esta concorrendo no edital da Ancine, caso a sala não esteja de acordo com as regras estabelecidas, o público não será contabilizado, o que irá dificultar a obtenção de recursos através de editais.

E5 explica que realiza a distribuição de filmes em muitas salas do país e procura motivar os exibidores nacionais a se cadastrarem e a conseguirem o código da Ancine, mas muitos não conseguem pelo excesso de burocracia. E5, também, solicita que os exibidores cobrem ingresso, mas para muitas salas ainda é uma barreira cultural. “E quanto a cobrar pelo ingresso, há alguns que existe um certo receio em cobrar e outros, por serem aparelhos do Estado, dizem que não podem cobrar”. Nesse sentido, E5 observa que há uma incongruência burocrática, pois, por ser aparelho do Estado não se pode cobrar ingresso, mas se não cobrar ingresso a produção não contará público. Existem salas de cinema com potencial para realizar o trabalho de formação de público, comenta E5, mas a forma como alguns exibidores se comportam em relação a algumas produções nacionais dificulta este trabalho.

Eu já tive salas de cinemas distantes que são aparelhos do Estado. Em Belém, isso aconteceu há algum tempo: eu queria muito levar “O Paraíso Perdido”, um dos atores era de Belém e nos queríamos muito que contasse público. No nosso trabalho temos essa pauta e não adianta você fazer um trabalho de formação de público, se todas as exposições que você levar são gratuitas. Porque o que fica é que teu filme fez 2 mil pessoas e não 10 mil, mas 8 eram de graça. É difícil mensurar e contabilizar esse tipo de público. Então de uma forma geral, a gente encoraja as salas de cinema a irem correr atrás do código da Ancine. A gente cede o filme de graça, entrega tudo, pro exibidor, mas pede para cobrarem um valor simbólico de bilheteria, R\$2,00, em que “R\$1 fica pra vocês e R\$1 para nós”. Isso vira um problema! já tivemos várias salas que disseram: “não, mas é um órgão público, não pode cobrar”. Poxa, não podem receber dinheiro, mas se não receber dinheiro não conta público. É uma mera questão de transação. Em duas salas em Belém eu tentei fazer isso e uma delas não conseguia fazer o código da Ancine, e, se fizesse, que não adiantaria, porque por lei eles não poderiam nunca cobrar o ingresso das pessoas. Então se cria um problema. Jamais a Ancine vai falar com o Ministério da Cultura e entender isso, ai fica difícil porque são coisas muito burocráticas, pouco práticas. Como ninguém pensou nisso direito? Você abre um aparelho público que nunca pode receber nenhuma transação, como ele é público tudo tem que ser gratuito, mas se for gratuito você não vai conseguir contar as pessoas (E5).

Outra barreira para a produção do filme independente no Brasil, é que, a partir do final do ano de 2017, segundo E8, a pontuação também advém da produção exclusiva de longas-metragens, o que potencializa a dificuldade de novos produtores a participarem de editais da Ancine, pois para a produção de um longa-metragem é necessário um montante significativo

de recursos financeiros disponíveis, o que não é algo possível para a grande maioria dos novos produtores.

Mas como você vai fazer um longa? Um baixo orçamento de longa, pagando o mínimo, é na casa de 1 milhão e meio, dois milhões. Essa mudança foi no final do ano passado (2017). Com isso tu mata as pequenas produtoras independentes que faziam curta metragem para ganhar experiência, não só artística e estética, mas também de administração, de gerencia de projeto. Hoje, a única forma de eu conseguir fazer um filme pela minha produtora é pegando o meu projeto e dando, literalmente, para outra produtora, através de uma coprodução, só que eu não vou ser produtor majoritário dessa coprodução, apesar de ser tudo meu, porque se eu for, eu não terei pontuação para competir um edital da Ancine. Então, ou eu sou rico ou convenço alguém, dou uma de José Padilha, convenço um monte de empresário a me dar dinheiro. Então essa mudança, não só mata a produção independente, como se tornou antidemocrática (E8).

A necessidade de ter produções de longa-metragens e público para pontuar nos editais da Ancine, acaba por concentrar a distribuição de renda em algumas poucas produtoras, o que torna o acesso a produção de filmes elitista e pouco democrático e tende, ainda, a tornar homogênea as produções e o gosto pelo filme nacional.

No ano de 2017, o público em salas de exibição foi de 181,2 milhões de pessoas, o que representa um recuo de 1,7% em relação a 2016, todavia, mesmo com a redução de público os filmes estrangeiros venderam quase 10 milhões de ingressos a mais que no ano anterior (ANCINE, 2018).

Tabela 8 - Público e renda dos títulos exibidos em 2017.

Títulos	Público	Renda (R\$)	Participação de Publico	Participação na renda	PMI (R\$)	Títulos Exibidos	Títulos Lançados
Brasileiros	17.410.142	241.406.198,70	10%	9%	13,87	223	158
Estrangeiros	163.758.297	2.475.236.044,45	90%	91%	15,12	470	302
<b>Total</b>	<b>181.168.439</b>	<b>2.716.642.243</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>14</b>	<b>693</b>	<b>460</b>

Fonte: Ancine (2018).

A participação de público e a renda dos títulos estrangeiros são bastante superior a dos títulos nacionais. Os filmes estrangeiros, em sua grande maioria, quando chegam ao Brasil e são oferecidos aos exibidores apresentam vantagens que dificilmente a produção nacional poderá competir. Em países industrializados, onde a população possui considerável poder de compra, os produtores cinematográficos encontram um público numeroso e com condições de pagar valores de ingressos que cubram os gastos de produção e ainda proporcionem lucros. Esta comercialização desencadeia impactos econômicos e culturais em países de economia subdesenvolvida, pois, os filmes de produtoras locais não conseguem competir com o preço e as vantagens oferecidas pelos filmes estrangeiros. Destarte, a exibição passa a ser principalmente a importada (GATTI, 2005; BERNARDET, 1980).

Como consequência de alta demanda de público por títulos estrangeiros no Brasil, há um alto valor de evasão de divisas ao exterior. Para controlar o envio de divisas e tentar desafogar a indústria nacional do produto estadunidense, Gatti (2005) explica que, durante o 3º Congresso Brasileiro de Cinema, realizado no ano de 2000 em Porto Alegre, propuseram o aumento das taxas para envio de *royalties* às empresas estrangeiras, entretanto, recordou-se que tal aumento iria contra os acordos internacionais de comércio ao qual o Brasil é signatário.

As relações comerciais entre Brasil e Estados Unidos, sofrem influências para a não imposição de barreiras à entrada do filme norte americano. Com isso, os interesses da distribuição cinematográfica norte-americana predominam, apesar de nos anos do governo Lula, explica E3, a diplomacia brasileira tenha enfrentado a questão da organização mundial do comércio e acompanhado a França na votação do princípio da exceção cultural. No princípio da exceção cultural os países podem discutir sobre a taxação de qualquer produto, criando regras de mercado isonômicas, mas fica de fora o plano cultural. O mercado de bens culturais neste princípio é determinado pelo Estado, este estabelece suas próprias regras, pois o setor cultural influencia na questão de segurança nacional e de identidade nacional.

Entre as dez produções com maior renda acumulada nos anos de 2009 a 2017, percebe-se a clara hegemonia das produções cinematográficas de origem norte americana. A única exceção na lista é o filme “Minha mãe é uma peça 2”, que, assim como o filme “Tropa de Elite 2” trata-se de uma continuação no qual teve a participação da Globo Filmes e da major Universal.

Tabela 9 - Os dez filmes com maior renda acumulada entre 2009 e 2017.

Ano	Filme	Gênero	Distribuidora	Renda (R\$)
2015	Vingadores: A Era de Ultron	Ficção	Disney	146.184.931,00
2016	Capitão América: Guerra civil	Ficção	Disney	143.337.776,00
2015	Velozes e Furiosos 7	Ficção	Universal	142.466.037,02
2017	Velozes e Furiosos 8	Ficção	Universal	133.423.662,00
2017	Liga da Justiça	Ficção	Warner	132.575.577,00
2016	Batman vs Superman: A Origem da Justiça	Ficção	Warner	132.441.028,00
2017	A Bela e a Fera	Ficção	Disney	130.084.653,00
2012	Os Vingadores - The Avengers	Ficção	Disney	129.595.590,00
2017	Meu Malvado Favorito 3	Animação	Universal	125.923.345,00
2016	Minha mãe é uma peça 2	Ficção	Downtown/Paris	124.681.177,82

Fonte: Ancine (2018).

Elaboração: Autor.

Apesar de ser signatário do princípio da exceção cultural, o Brasil nunca criou barreiras para o cinema americano por motivos comerciais, visto que isso pode implicar em retaliações por parte da política externa americana, como, por exemplo, passar a taxar a entrada de produtos

brasileiros que são importantes para a exportação, como os produtos primários e o aço. O Brasil hoje exporta muitos produtos para o mercado americano, este certamente é um aspecto que impede uma política mais rigorosa, protecionista ao audiovisual brasileiro, comenta E3.

Para Gatti (2005), o papel do ocupante é decisivo no desenho do mercado cinematográfico nacional, principalmente, porque as leis nacionais possibilitam às empresas estrangeiras beneficiarem-se de mecanismos de incentivo, o que reafirma as colocações de Gomes (1980), quando explica que o cinema brasileiro é incapaz de escapar por si mesmo da posição de dependência – subdesenvolvimento. Ao que parece, os espaços que se abrem para investimentos no cinema nacional aumentam e reforçam a presença do produto importado no mercado audiovisual brasileiro. “Estamos diante de um círculo vicioso do regime da economia de mercado” (GATTI, 2005, p. 107).

A associação de distribuidoras estadunidenses às brasileiras, através da lei do Audiovisual, resulta no predomínio do modelo estrangeiro nos títulos de maior sucesso (MELEIRO, 2010). Consoante E10, caso o modelo de produção não seja de acordo com os padrões hegemônicos, este não recebe recursos por parte das majors, através do artigo 3º da lei do audiovisual, o que reforça o padrão hegemônico de Hollywood nas produções nacionais.

Os ramos de exibição e distribuição modelaram-se rapidamente às exigências de demanda de capital e da divisão internacional do trabalho. O papel das majors no desenho do mercado nacional foi decisivo, ainda mais quando foram incentivadas a participar diretamente da produção nacional através de instrumentos de incentivos fiscais. A interação entre produção e distribuição acabaram por criar um projeto de industrialização próprio (GATTI, 2007).

O parque exibidor, comenta E5, é direcionado ao blockbuster. A Cota de Tela ajuda em certa medida as produções nacionais a permanecer um pouco mais de tempo em cartaz, mesmo quando os números de público são mais baixos. Mas os números entre o cinema nacional e o estrangeiro são muito discrepantes.

Um ou outro filme se mantém em cartaz mais tempo, em um horário ruim, mas vão se arrastando mais tempo para que a cota consiga ser cumprida. Isso varia um pouco de exibidor para exibidor e é sempre uma decisão em números, em resultados. Isso está relacionado com os hábitos, as pessoas se acostumaram a ver filmes estrangeiro, as pessoas, o público de cinema, principalmente de cidades do interior, onde se tem menos um cenário *cult*, por assim dizer. Nos grandes centros ainda que em uma escala pequena, São Paulo, acaba sendo mais significativo, mas nas outras cidades, cenários em que passam filmes independentes é muito pequena. As pessoas que tentam fazer um trabalho melhor e manter nas suas salas exibições culturais, tem um trabalho muito difícil, porque existem barreiras burocráticas ao conceito do que é cinema, programa cinema (E5).

Um fator bastante preocupante para a distribuição do cinema nacional, passa a ser a nova composição do Conselho Superior de Cinema, estabelecido pelo presidente Temer, em que alguns dos novos membros, como Ricardo Dafini Leite, se manifestam contra a continuidade da Cota de Tela, questão que esta em análise no Superior Tribunal Federal (GENESTRETI, 2018).

Algo muito marcante no Brasil, para E11, e que faz a população consumir o cinema de Hollywood é de fato a educação. Há muitos anos o brasileiro consome as produções norte-americanas, não apenas filmes, mas também, nos últimos anos, há o aumento no consumo de séries. A população não está sendo educada para consumir produções nacionais e novamente volta-se a questão de políticas públicas. “Eu não sei se há um interesse em fazer políticas para proteger o cinema nacional. Porque tu pensa, olha a Globo Filmes que é a nossa maior distribuidora, será que ela está tão interessada em apoiar o cinema nacional, ou ela está preocupada em vender só o seu produto?” (E11).

A problemática que sobrepuja o cinema brasileiro, segundo Barone (2008), se desenha também a partir de fatores tecnológicos e político-institucionais, entre os quais figuram os equipamentos técnicos, regulação de mercado e a ocupação dos circuitos de exibição por conglomerados norte-americanos. Contudo, na opinião de E4, o Brasil não investe em tecnologia para o cinema porque não vale a pena, ainda é um mercado muito pequeno, se comparado com outros países latino americanos, como a Argentina.

Tudo bem, as pessoas falam que o audiovisual representa x mil % do PIB brasileiro, eu desconfio muito desses números. Sabe porque que eu desconfio? Recentemente saiu uma pesquisa que a indústria audiovisual é maior que a indústria farmacêutica. Como assim? Pô, a cada esquina tem uma farmácia, eu desconfio muito dessa metodologia, não está estruturada. Se você for ver a empregabilidade no cinema é pequeno, então, se ela não está empregando muita gente, como é que essa indústria está crescendo. Dizer que o Brasil é um dos cinco maiores produtores de audiovisual do mundo, as pessoas viajaram. Da onde que a gente é? A argentina que é do tamanho de São Paulo, veja o quanto a Argentina exporta de audiovisual e vê quanto o Brasil exporta, aí você vai ver que é uma diferença astronômica. Há alguns anos atrás a argentina exportava cerca de 1bilhão de dólares por ano, e nós... nossa indústria é uma indústria pequena – a maioria serve almoço pra pagar o jantar. Quanto rende um filme no Brasil que vai bem? Falta econometria no cinema brasileiro (E4).

Em proporcionalidade territorial a indústria audiovisual brasileira é pequena e não tem se evidenciado políticas públicas e econômicas para a expansão interna e de exportação do cinema brasileiro. Apesar das evidências quanto a capacidade do Brasil em produzir cinema de qualidade nos últimos anos, as práticas dos partidos de direita demonstram uma inclinação a potencializar as ações de empresas estrangeiras, de forma a potencializa a evasão de divisas do país, aumentar a dominação cultural norte-americana e reduzir o espaço das produções

nacionais. Em 2018, segundo Genestreti (2018) o governo federal diminuiu o espaço de cineastas brasileiros na nova composição do Conselho Superior de Cinema, departamento responsável por estabelecer as políticas públicas para o setor do audiovisual, e aumentou o espaço para os grandes conglomerados internacionais como Netflix e os estúdios de Hollywood.

A ação dos conglomerados internacionais no Brasil, ocorre em todos os setores. No setor de exibição, os conglomerados internacionais levaram a concentração do mercado, salas no interior de cidades foram extintas e o público de classe C e D marginalizado. Para a exibição instalaram-se sistemas do tipo Multiplex, com salas concentradas em shoppings e grandes centros urbanos; assim, quase a totalidade dos municípios brasileiros não possui sala de projeção. Com a instalação dos sistemas Multiplex na década de 90, muitos grupos norte-americanos instalaram-se no Brasil, como Cinemark e UCI. Em 2005 estas empresas detinham 37% do mercado exibidor nacional (BARONE, 2008; GATTI, 2005).

Aproximadamente 57,5% das salas de exibição estão em cidades com mais de 500 mil habitantes, 35,6 % em cidades com população entre 100 mil e 500 mil habitantes e 88,9% das salas totais, no ano de 2016, estão concentradas em grandes centros comerciais (Shopping Center) (ANCINE, 2017).

Em 2017, segundo o site oficial da Ancine, das 3.220 salas de exibição, 617 pertenciam a Cinemark (empresa transnacional com sede nos Estados Unidos), a Cinépolis (sede no México) é o segundo complexo com maior número de salas, 369. Assim, estas duas empresas norte-americanas contemplam aproximadamente 30% do mercado exibidor no Brasil. Neste mesmo ano foram abertos 35 novos complexos. A região sudeste, mais especificamente o Estado de São Paulo<sup>69</sup>, foi onde teve maior número de abertura de salas, em cidades com mais de 500 mil habitantes. Este foi o ano em que o parque exibidor ficou mais próximo do recorde de 1975, que tinha 3.276 salas.

O modelo da indústria cinematográfica norte-americana é difundido em vários países, inclusive no Brasil. Lançamentos com gigante número de cópias que ocupam o maior número de salas e quanto maior o número de cópias, maiores são os investimentos em mídia para atrair o público e garantir o retorno do investimento. Esse modelo constrói o paradigma de fracasso do filme brasileiro. “Lançamentos com grandes números de cópias, ocupando o maior número de salas por semana, com grande mídia favorecendo a lucratividade da sala. O resultado é o desinteresse pelo filme brasileiro. Desinteresse do exibidor e do público” (BARONE, 2008,

---

<sup>69</sup> No ano de 2016, São Paulo concentrava 32,6% das salas de exibição do país (Ancine, 2016).

p.8). O que se observa no mercado brasileiro, consoante Barone (2008), é que a produção nacional sofre prejuízos, oposto a prosperidade do cinema estrangeiro.

A Disney foi a distribuidora com a maior participação na renda em 2017, com 19,1%, seguida pela Universal, com 18,2%, e pela Warner, com 17,3%. Mesmo com o preço médio do ingresso superior ao dos filmes nacionais, as majors não foram prejudicadas.

Tabela 10 - Renda por distribuidora dos vinte filmes com maior público em 2017.

<b>Distribuidora</b>	<b>Renda</b>	<b>PMI (R\$)</b>
Disney	R\$ 480.485.184,00	14,99
Universal	R\$ 373.324.442,00	15,04
Warner	R\$ 344.916.004,00	14,99
Fox	R\$ 137.510.329,00	14,57
Paris	R\$ 132.582.262,88	14,57
Sony	R\$ 102.723.816,29	15,36
Downtown/Paris	R\$ 73.713.230,92	14,14

Fonte: ANCINE (2018)

Elaboração: Autor.

Apesar das majors se beneficiarem, quem determina o preço do ingresso são os grupos exibidores, que hoje na sua maioria são estrangeiros. Os maiores grupos exibidores no Brasil são do México e Estados Unidos, Cinopolis e Cinemark e eles podem facilmente se organizar em cartel, explica E3. Os grupos exibidores possuem uma entidade respresentativa, em que a diretoria é composta por um membro de cada grupo exibidor. “Destá forma, eles podem sentar e dizer: Olha é o seguinte, o mínimo que se cobra é, em cidades classe A, tanto”. As localidades onde estão os exibidores são divididas por castas – “classe A são capitais, ou com determinado número de habitantes. O mínimo que a gente vai cobrar, nas cidade B é isso... então, pode haver uma política de cartel por parte dos exibidores”

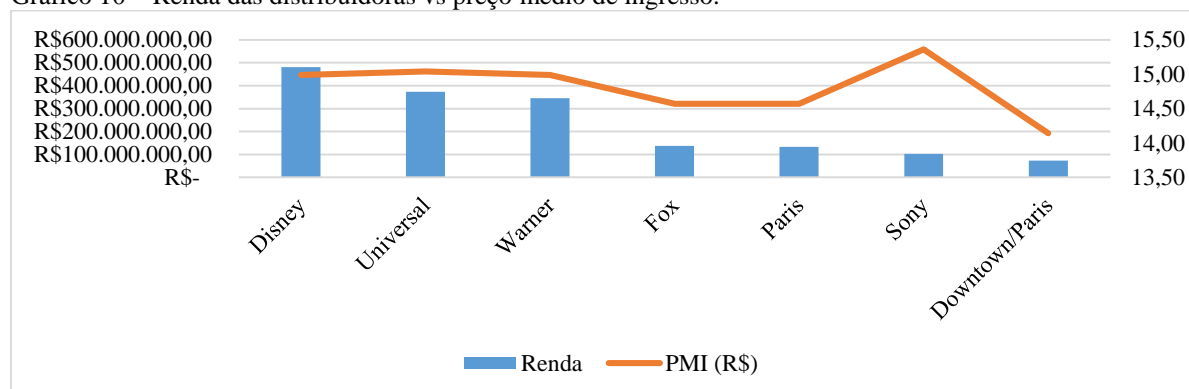
Entretanto, segundo E11, as distribuidoras Sony e Disney já trazem para os exibidores alocados no Brasil um preço pré estabelecido e, segundo E5, o brasileiro paga o valor que eles estabelecem. Com o elevado preço do ingresso, no geral, apenas os blockbusters mantem as salas cheias durante várias semanas, o que é prejudicial o país em aspectos gerais, pois o filme independente é cultura, eleva a crítica social. Mas, como já comentado por E5, a população não vai gastar R\$ 120 em um programa para refletir sobre a vida cotidiana.

As pessoas pagam R\$ 30, para ver um filme aqui no Brasil. O que eu acho absurdo! Era muito mais legal anos 70/80 que tinham salas gigantes de cinema, cinema de rua. O cinema era baratíssimo, todo mundo podia ir no cinema, hoje o cinema está extremamente elitizado e é muito triste ver o cinema elitizado. Porque o cinema, ele oportuniza acesso à cultura, ele pode mudar a cabeça das pessoas, consegue fazer as pessoas pensarem, gerar uma massa crítica. Nós termos uma arte e ter o cinema extremamente elitizado é uma coisa muito triste. Então, as distribuidoras influenciam no preço também. Principalmente, porque hoje nós temos cinemas em shopping, então vale a pena para elas ter salas lotadas duas ou três semana, as pessoas pagando

R\$30,00, e mais vazias em outras duas semanas, mas com os seus filmes lá, do que ter as salas mais cheias essas quatro semana com um preço mais barato, porque talvez a margem de lucro deles não vá ser tão grande (E11).

No Brasil, em 2017, segundo dados da ANCINE (2018), ao longo do ano foram realizadas exibições de seiscentos e noventa e três títulos de filmes. Os títulos brasileiros tiveram o terceiro pior ano desde 2009, a participação foi de apenas 9,6% sobre o público total, o mais baixo deste 2009.

Gráfico 10 – Renda das distribuidoras vs preço médio de ingresso.



Fonte: Ancine  
Elaboração: Autor.

Independente da questão política, no Brasil, o cinema já não vem vindo bem faz tempo. Eu tenho informações que, do cinema brasileiro, nenhum filme foi bem este ano e mesmo os outros filmes estrangeiros também não estão indo bem. Os únicos que vão bem, são os que sempre vão bem (E4).

As distribuidoras internacionais foram responsáveis por 79,7% da renda gerada no ano de 2017, o mais alto desde 2009. Enquanto as distribuidoras nacionais contribuíram com 81,0% da oferta de filmes (ANCINE, 2018). No mercado cinematográfico brasileiro é predominante a exibição das produções que seguem os modelos dos blockbusters norte-americanos, através das distribuidoras associadas e licenciadas pela MPAA.

Por fim, são inúmeras as práticas responsáveis pela hegemonia norte-americana no Brasil, divididas entre ações por parte da MPAA e das majors, consideradas as mais relevantes para a hegemonia de Hollywood no Brasil:

Quadro 2: Principais práticas relacionadas às majors e MPAA

Prática	Descrição
<b>Tecnologia de Cópias</b>	Desenvolvido nos Estados Unidos, o sistema de cópias foi o precursor da distribuição do filme em escala. Por ter sido o país pioneiro nesta tecnologia, o cinema dos Estados Unidos obteve vantagens em sua expansão comercial no mundo, o que, de certa forma, serviu a homogeneização no sistema de produção de filmes.
<b>Patentes Tecnológicas</b>	As patentes tecnológicas, iniciadas por Thomas Alva Edison, serviram para que poucas empresas concentrassem os recursos de produção e financeiros de mercado. Assim, logo no início do processo industrial cinematográfico, algumas empresas tornaram-se grandes potências, com capacidade de operar no mercado mundial.



<b>Sistema de Estrelas</b>	O sistema de estrelas foi desenvolvido pelas majors para incentivar a demanda fílmica através da criação de ídolos. Neste modelo de comercialização, o público assiste a produção apenas para ver a atuação do ídolo, sem questionar o conteúdo do filme. Com a ideia do multiculturalismo, Hollywood cria ídolos vindos de diferentes origens. Do Brasil, tem-se a presença do ator Rodrigo Santoro, como exemplo, em várias produções de Hollywood.
<b>Tecnologia de Exibição, Som e Cor.</b>	As inovações tecnológicas desenvolvidas pelos estúdios Fox, Irmãos Warner e Western Electric, potencializaram a preferência do público pelos filmes das majors.
<b>Código Hays</b>	Criado pelas majors, a partir do Código Hays começa-se o estabelecimento de produções homogêneas. O Código Hays, durante um específico período, serviu para estabelecer aspectos do que não poderia vir a compor uma produção para ser exibida nas salas de cinema. Posteriormente, o código Hays é reformulado pelo presidente da MPAA e passa a ser o símbolo da liberdade americana. O Código Hays, por fim é abolido, dando espaço para a classificação de filmes
<b>Criação do AIP</b>	A MPAA cria a Associação de Propriedade Intelectual (AIP), com o objetivo de proteger as criações, sejam elas tangíveis ou intangíveis. Desta forma, semelhante as práticas de Proteção a Patentes, as leis de Propriedade Intelectual levam a concentração de recursos em empresas pioneiras.
<b>Prática de Brain Drain</b>	O Brain Drain foi uma importante estratégia para que o cinema das majors norte-americanas superassem o Europeu. Recrutando importantes nomes das produções cinematográfica, as majors concentraram os grandes talentos do cinema. Esta prática, aconteceu de maneira evidente na Europa, contudo, percebe-se aos poucos ação semelhante no Brasil, como por exemplo o convite à José Padilha para dirigir o novo Robocop. Assim como outros nomes brasileiros que já atuam nas produções das majors: Carlos Saldanha, Fernando Meirelles, Bruno Barreto.
<b>Venda de Pacotes de Filmes</b>	A prática de venda de pacotes serviu para a dominação das majors, no qual destacou-se as ações da Paramount, no início do século XX. Essa prática foi proibida nos Estados Unidos pela lei Antitruste. Teoricamente, as práticas que são proibidas nos EUA, não podem ser exercidas em outros países. Entretanto, apesar de não ser explícita, esta implícita nas negociações entre os exibidores e os distribuidores das majors a venda de pacotes, nos circuitos de cinema comercial. As práticas de venda de pacotes de filmes não se limitam ao circuito de cinema comercial, mas também é realizado nas salas de exibição não comerciais, através da MPLC e para as redes de televisão. Desta forma as majors acabam por ter suas produções exibidas em diversos canais.
<b>Acordo de Cooperação Interamericana</b>	Com a entrada dos Estados Unidos na Segunda Guerra Mundial, um amplo programa de filmes foi exibido no território brasileiro, com temáticas voltadas aos esforços de guerra, informação e educação, projetados em escolas, instituições culturais, associações profissionais, agrárias, técnicas, etc. Por meio de programas de solidariedade previstos na Política de Boa Vizinhança de Roosevelt, EUA operaria principalmente no campo da comunicação, educação e divulgação cultural.
<b>Criação da MPA</b>	Para operar nos países latino-americanos a MPAA cria a MPA. A MPA opera no Brasil desde 1945. Esta organização atua através de sua influência política e econômica no setor do audiovisual brasileiro, de forma a interferir em práticas por parte do Estado que possam prejudicar a atuações das majors no Brasil.
<b>Dumping</b>	Principalmente, a partir da década de 90, com a entrada dos grandes conglomerados de exibição, torna-se extremamente difícil a comercialização do filme nacional frente a concorrência das majors. Com estatísticas de sucesso no exterior e muitas ações de marketing, o cinema dos Estados Unidos chega ao Brasil com seus custos todos já cobertos, o que permite aos distribuidores das majors oferecerem filmes aos

	exibidores, por preços que dificilmente o distribuidor nacional consegue competir.
<b>Criação do DCI</b>	Digital Cinema Initiative é uma joint venture criada pela Disney, Fox, Paramount, Sony, Universal e Warner, em que são estabelecidos os critérios para a abertura de salas digitais. Através dessa joint venture as salas de exibição passam a ser padronizadas. Nisso se firma a ideia de que o sistema de exibição comercial é voltado para os filmes das majors, pois com a padronização técnica de equipamentos, é proporcionado ao público dos blockbusters uma experiência cinematográfica superior em relação às produções nacionais.
<b>Influência na Lei do Audiovisual</b>	A MPA representa interesses políticos e regulatórios dos maiores estúdios de criação, produção e distribuição de conteúdos audiovisuais do mundo, desta forma pode legitimamente participar na tomada de decisões quanto a elaboração de leis e políticas públicas no audiovisual. Assim, através de sua força de Lobby, infere-se que a MPA participa no estabelecimento de determinações legais (como por exemplo ao artigo 3º da lei do audiovisual) que proporcionem vantagens às majors.
<b>Relações com Redes de Televisão.</b>	Percebe-se a predominância das exibições dos filmes das majors nos canais de televisão aberta. Essa prática fortalece ainda mais o gosto da população pelo estilo de produção de Hollywood.
<b>Orientação Política e econômica</b>	Em virtude das relações comerciais entre Brasil e Estados Unidos, infere-se que, através da MPA, as orientações políticas e econômicas do audiovisual brasileiro tem a finalidade de beneficiar e facilitar a inserção do cinema estadunidense no Brasil, pois desta forma, produtos importantes para a Balança Comercial brasileira não sofrem retaliações comerciais por parte do governo dos Estados Unidos. Esta premissa tem por base a prerrogativa de que, o Brasil, mesmo sendo signatário do princípio da exceção cultural estabelecido no GATT de 1994, não impõe nenhum tipo de barreira ao cinema das majors norte-americanas ou ações que possibilitem maior ocupação do cinema nacional nas salas de exibição comercial e televisão.

O valor de uso do cinema não é muito alto, mas o seu valor de troca sim. O filme não é considerado algo de primeira necessidade, no entanto, as imagens em movimentos estão inseridas no cotidiano das pessoas, o que tornou-o uma mercadoria com alto potencial de remuneração financeira (GATTI, 2007).

## 5. CONCLUSÕES

Constituída por um paralelismo de aspectos econômicos, políticos e tecnológicos, a hegemonia do cinema das majors norte-americanas instaurou-se no Brasil ao longo da história. As ações voltadas a hegemonia das produções de Hollywood (e outros produtos culturais dos Estados Unidos) merecem atenção, pois os efeitos culturais, ideológicos, de dominação cultural global, são questões importantes. Na análise de como o domínio de Hollywood foi sustentado ao longo do tempo, é notório a considerável capacidade de Hollywood em se adaptar e usar forças econômicas e políticas para dominar os mercados cinematográficos em todo o mundo.

O primeiro ponto que se considera para a expansão do cinema estadunidense no Brasil, é a questão tecnológica. O fato de o Brasil não ser um país que tenha a tradição de desenvolver tecnologia gerou euforia na população de consumo quando apresentada ao desenvolvimento tecnológico da indústria estadunidense.

Dentre as inovações tecnológicas, para a consolidação da hegemonia norte-americana, duas são destacadas: o desenvolvimento do cinema com som, que logo se tornou o preferido frente ao cinema mudo e o desenvolvimento da distribuição cinematográfica em escala, através da produção de cópias.

O cinema com som logo causou encanto ao público brasileiro, que estava habituado as produções nacionais de cinema mudo. O desenvolvimento de filmes com som, foi relevante para a desestabilização do cinema nacional que, apesar da qualidade técnica e artística, ainda não havia evoluído tecnologicamente para competir com mais esta inovação do cinema dos Estados Unidos. Através de criações tecnológicas, que proporcionam encanto e surpresa, o cinema de Hollywood consolida a preferência do público.

O fato de Estados Unidos ter sido pioneiro no desenvolvimento de cópias para a distribuição de filmes, também é um fator que deu vantagens ao país na competição internacional para expandir sua produção. Enquanto os outros países necessitavam importar fitas virgens para gravar suas películas, Estados Unidos tinha a produção em seu próprio país, que o tornava, além de mais agil na realização das cópias, capaz de produzir a um custo mais baixo, pois sabe-se que um processo de importação eleva o preço de uma mercadoria devido aos impostos e ainda requer tempo.

Os Estados Unidos também foi um dos pioneiros na produção de fitas virgens, isso possibilitou ao país o controle da velocidade de propagação das obras cinematográficas nos países para quem exportava, inclusive no Brasil, que sofreu no fim da Idade de Ouro, o declínio

das produções, justamente, consoante Simis, (1996), pela dificuldade em importar fitas virgens. Enquanto o Brasil encontrava-se estagnado nas produções, as produções das majors norte-americanas se expandiam e estabeleciam o gosto cinematográfico da população.

As evoluções tecnológicas demoraram a chegar ao Brasil, somente na década de 90, a partir de políticas neoliberais, foi que o processo pós produtivo para reprodução de cópias foi facilitado, principalmente, pela conversão digital e as fitas Digital Aúdio Tape, inseridas pela Sony. A evolução tecnológica das cópias no país, serviram para a distribuição do produto nacional, contudo, o filme brasileiro já estava com atraso de décadas em relação ao cinema norte-americano, que, por terem sido pioneiros no sistema de reprodução de cópias em escala, já distribuía em grande quantidade suas produções em todo o território nacional.

Com o avanço das mídias digitais e da tecnologia, na opinião de alguns produtores, as questões tecnológicas não são barreiras para o cinema nacional. Contudo, não se pode ignorar que os equipamentos para produção são importados, o que ainda eleva o custo do cinema no Brasil e impossibilita que a capacidade de produção filmica seja de acesso a classe popular.

No sistema de exibição, como fonte de incentivo financeiro, existe o Proinfra, para modernização e abertura de salas, mas, não se sabe se o recurso disponível deu conta de atender a todas as salas principalmente as do interior. Como comentado por E11, o Proinfra não é um recurso muito utilizado, talvez seja interessante uma pesquisa neste aspecto, se os motivos são insuficiência de recursos ou barreiras burocráticas, pois a quantidade do número de salas é relevante até mesmo para tornar o cinema mais democrático, visto que se considera um dos motivos do elevado preço do ingresso nacional o pouco número de salas.

Os estímulos ao desenvolvimento do cinema nacional no país foram potencializados, principalmente a partir de 2006, quando novas formas de fomento ao audiovisual nacional foram implantadas. Algumas efetivas, como o Fundo Setorial, outras ainda questionáveis, como o art 3º da lei do Audiovisual que possibilita a participação de empresas estrangeiras na produção do filme nacional.

De fato, o que se percebe, é que as políticas públicas não são eficientes para estimular o desenvolvimento de uma indústria cinematográfica nacional. Se não fosse pela Cota de Tela, as produções jamais chegariam a muitas salas de exibição e, apesar da Cota Tela, a grande maioria das produções nacionais não são lançadas em cinemas comerciais, mas em salas vinculadas ao Ministério da Cultura. Desta forma, muitas produções não contam público, o que impossibilita a novos produtores a realização de novos filmes a partir de recursos oriundos de editais da Ancine. Na opinião de Furtado (1984), uma política que se limita a apenas fomentar o consumo de bens culturais não fomenta a inovação.

Com a redução das dificuldades e barreiras no processo de importação, o Brasil modernizou-se a partir da assimilação de tecnologia vinda do exterior. Enquanto o Brasil importa equipamentos e softwares dos Estados Unidos, o capitalismo deste país é fortalecido. Conforme explica Furtado (1980), a simples assimilação tecnológica constitui uma fonte de conflito por países dependentes, enquanto caracteriza o avanço do capitalismo nas nações industrializadas. E não se pode ignorar, continua Furtado (1978), o caráter específico que um processo de desenvolvimento carrega consigo. Contudo, não se pode voltar a história, mesmo que o Brasil viesse a produzir tecnologia, os Estados Unidos, ou outros países, estão a frente, e com o mercado globalizado e neoliberal torna-se difícil para um produto brasileiro competir. Essa analogia, leva a conclusão que o atraso no desenvolvimento do Brasil, é de natureza política (FURTADO, 1998).

No Brasil, percebe-se que a atual população adulta cresceu assistindo filmes oriundos da indústria de Hollywood, desde a primeira fase escolar. O modelo cultural do cinema produzidos por Hollywood mostrou-se flexível o suficiente para se ajustar as mais variadas diferenças culturais, a fim de assegurar a adesão a novas formas de comportamento e consumo. A prospecção social e cultural do cinema estadunidense no Brasil está vinculada as relações políticas com os Estados Unidos, principalmente no período da Segunda Guerra Mundial em que, através da CIAA, os Estados Unidos, conforme explica Quintaneiro (2007), expandiu os setores considerados estratégicos do ponto de vista político. Como parte da Política de Boa Vizinhaça, a atuação dos Estados Unidos ocorria principalmente no campo da comunicação, em que se incluía o cinema no Brasil. Assim, foram estimuladas ações para a expansão do cinema estadunidense no Brasil, bem como bloqueios aos filmes de outras origens.

Outro aspecto que a criação tecnológica carrega consigo é o desenvolvimento de técnicos especializados. O fato de o Brasil importar hardwares ou softwares para a área do cinema, por vezes limita o conhecimento de todas as possibilidades que determinado programa ou equipamento pode oferecer, visto que são necessários treinamentos para utilizar todos os recursos disponíveis, é o que acontece no caso da produção de efeitos especiais, conforme explica E11. Os Estados Unidos foram os pioneiros no desenvolvimento de recursos para produção de efeitos especiais, é algo comum na cultura norte-americana. No Brasil é difícil encontrar profissionais com esse know-how e, ainda, os que existem são bastante inferiores aos norte-americanos por falta de prática, segundo E3.

Com ações políticas e mercadológicas as majors expandiram seus escritórios do Brasil. E são nas questões políticas que se percebe a ação da MPAA, também chamada de Pequeno Departamento do Estado (Little State Department). Esta organização foi criada quase que

exclusivamente para defender os interesses comerciais das majors, tanto dentro do país, como nas relações internacionais. No âmbito político é que a MPAA atua como agente que serve para promover a hegemonia cinematográfica das majors norte-americanas. Por isso, que compõem o quadro de colaboradores da MPAA pessoas da alta cúpula, vinculadas, de alguma forma, ao governo dos Estados Unidos. O atual presidente e CEO da MPAA é Charles Rivink, um diplomata, que foi embaixador dos Estados Unidos na França e Monaco, serviu como secretário adjunto para assuntos econômicos e comerciais e é observador permanente dos Estados Unidos no Conselho Europeu.

Com a expansão dos escritórios das majors e da MPAA no Brasil, os outros setores da indústria cinematográfica e os possíveis concorrentes tornaram-se submissos às determinações estabelecidas por estas organizações transnacionais, pois estas acabam por influenciar nas determinações legais do cinema nacional e no gosto da população.

A hegemonia, explica Gruppi (1980), se estabelece na relação dialética entre a Sociedade Civil e a Sociedade Política, a Sociedade Civil tem por base a estrutura, que são as formas de como as relações de produção se estabelecem em determinada sociedade. Desta forma a MPAA atua como agente da Sociedade Civil que, em relação direta com a Sociedade Política, solidariza o Estado aos interesses da estrutura, neste caso, das majors norte-americanas. E para que as intenções e objetivos das majors sejam alcançados, infere-se que a MPAA utiliza para pressionar o Estado brasileiro argumentos relacionados a produtos de mercado que são importantes para a balança comercial do país.

Para o exercício da hegemonia, ocorre a formação do bloco histórico, estabelecido através de práticas de consenso e coerção, que acabam por orientar a política. As políticas culturais no Brasil não impõem barreiras ao cinema das majors norte-americanas, assim como mantem uma Cota de Tela ao cinema nacional, bastante inferior a década de 70 do século passado. A hegemonia norte-americana acontece em todas as esferas, desde o início da educação primária, até a preparação de roteiro e a forma de atuação no país, que como comentado por E10 e E6.

Assim, na concepção de mundo propagado em grande parte do Brasil, o cinema de Hollywood é o legítimo e orienta, facilmente, comportamentos e hábitos de consumo. No país, identifica-se a participação da MPA em vários órgãos do setor audiovisual. E merece a atenção o fato de que a influência deste órgão potencializou seu poder no ano de 2018, a partir do momento em que um de seus membros passou a fazer parte do Conselho Superior de Cinema, pois não se deve perder de vista que o objetivo da MPA é proteger o interesse de seus estúdios e garantir a mínima interferência dos governos.

A participação do governo em promover os interesses privados é decorrente do direito internacional da prerrogativa do Estado soberano. A MPAA é exemplo efetivo de como a pressão de determinado grupo pode influenciar o governo a defender determinados interesses no sistema internacional e, também, como uma organização do setor privado pode exercer influência econômica de maneira independente na arena internacional.

Em relação as determinações legais de comércio do audiovisual brasileiro, acredita-se fortemente na influência exercida pela MPAA, pois, mesmo o país sendo signatário do princípio da exceção cultural, não se identifica nenhuma ação efetiva de proteção ao audiovisual nacional. Com exceção da Cota de Tela, que na atual conjuntura política brasileira passou a ser questionada, as práticas que se tem observado indicam a maior dominação do mercado cinematográfico brasileiro por parte dos grandes conglomerados internacionais de comunicação e entretenimento. Este aspecto está evidenciado: nas regras para participação dos editais da Ancine - que exigem que o produtor já tenha realizações de longa-metragem e contagem de público -, na possibilidade das majors participarem como coprodutoras do cinema nacional e, principalmente, pelo número de representantes de empresas internacionais que passam a compor o Conselho Nacional de Cinema em 2018.

Enquanto na Europa foi estabelecido o aumento da Cota de Tela, para exibição de filmes europeus, o governo brasileiro abriu as portas para a MPA e Netflix, desta forma a “voz” do estrangeiro passa a determinar as políticas e legislações do país (MOTTA, 2018). O papel do ocupante, conforme afirma Gatti (2005), é decisivo, porque as leis nacionais possibilitam às empresas estrangeiras a beneficiarem-se de mecanismos de incentivo e a partir das novas composições do governo, as organizações associadas a MPA terão mais poder para obter benefícios legais e vantagens no audiovisual brasileiro.

Os estúdios associados a MPAA estão organizados em grandes conglomerados, que operam em vários ramos da economia norte-americana, conforme explica Hannebelle (1978) sobre a Universal, Warner e Paramount. Desta forma, os estúdios propagam globalmente, não apenas os filmes, mas uma série de produtos comercializados por outras organizações que fazem parte do conglomerado. Também há a organização de conglomerados de entretenimento, estabelecidos pela Disney, que atua junto a empresas produtoras de brinquedos e parques temáticos. Outro tipo de conglomerados que as majors participam são os de comunicação, que operam em escala mundial, propagando a hegemonia norte-americana em vários aspectos, o que, por fim, fortalece o capitalismo norte-americano

Os estúdios de Hollywood fazem parte de conglomerados altamente diversificados, comenta Wasko (2007), desta forma, além dos filmes, os produtos associados aos filmes

também são distribuídos. Por terem propriedade de outros meios de comunicação, os produtos vinculados a Hollywood são promovidos em varias possibilidades de mídia: televisão, revistas, jornais, internet, etc.

Aproximadamente 30% do trabalho de produção, segundo E4, é destinado a pesquisa e desenvolvimento de produtos, por isso, grande parte dos recursos destinados a produção são oriundos de empresas privadas. Essa dedicação em pesquisa e desenvolvimento, tem como resultado o controle cultural exercido por algumas organizações. Para Furtado (1978), os grandes gastos em pesquisa e desenvolvimento são favoráveis a organizações oligopolistas dos mercados, que por fim exclui a concorrência por preços. Desta forma, percebe-se a enorme relação existente entre Hollywood e grandes empresas norte-americanas. A organização oligopolista leva as pessoas a consumirem determinados produtos e a desenvolverem determinados hábitos sem questionar, no cinema essa ação é ainda mais potencializada, pela característica de ocultar a origem efetiva da ideia transmitida no filme. Como explica Bernardet (1980) o cinema é um instrumento para manter o domínio de classe, pois como não apresenta o sujeito a ser questionado, as determinações expostas no filme são aceitas e desenvolvem a ideia de consenso.

Em uma perspectiva histórica, o governo brasileiro sempre ofereceu de alguma forma, incentivos ao cinema estrangeiro no país, através de benefícios cambiais, não imposição de barreiras as práticas de dumping ou formação de cartel, incentivos fiscais, pouco espaço para o cinema nacional. Como é comum acontecer no Brasil, conforme explica E3, os recursos financeiros disponíveis sempre acabam por se concentrar em poucos.

A expansão dos grandes conglomerados de exibição também são favoráveis as ações da majors, pois são empresas privadas em que o objetivo é auferir lucros e, na prática, as bilheterias que trazem maiores resultados são as dos filmes distribuídos pelas majors. Porém, certamente, não deve ser desconsiderado as questões políticas estabelecidas para a inserção dos grandes exibidores no Brasil.

Atualmente, o maior exibidor em exercício no Brasil é a Cinemark, uma empresa de origem norte-americana, em que as determinações de exibição já são estabelecidas dentro dos Estados Unidos. Os acordos entre as majors com os grandes conglomerados de exibição é complexo, visto que as distribuidoras estadunidenses possui grande capacidade de influenciar a demanda no mercado. As distribuidoras em ação conjunta aos exibidores determinam em quantas salas um filme vai estrear, o tempo que vai permanecer em cartaz, independente do público. Em algumas situações, acontece da distribuidora comprar a sala por um determinado



período, o que acaba por reduzir o espaço disponível para o cinema nacional, que muitas vezes fica em cartaz graças a Cota de Tela.

Com a entrada dos grandes exibidores no Brasil, a concentração das salas do cinema foi estabelecida principalmente nos grandes centros populacionais e shopping centers. Muitas salas de pequeno porte e do interior foram fechadas, aspecto que serviu também para o fortalecimento da hegemonia do cinema estadunidense. Como o blockbuster norte-americano é a produção que mais auferir bilheteria, devido à alta campanha promovida pela mídia em vários canais, eles tornaram-se os favoritos das salas dos grandes conglomerados de exibição. Certamente, pelo fato dos grandes exibidores terem muitas salas, eles tem prioridade junto aos distribuidores das majors para o lançamento de filmes, o que dificulda a competição de mercado para os pequenos exibidores.

A concentração das salas de exibição torna o cinema uma forma de entretenimento elitista, pois, tornou-se um programa que custa aproximadamente cem reais, o que é mais de 10% do salário mínimo nacional, um valor inviável para a maior parte da população. Um dos motivos do alto custo deste programa é o pouco número de salas do país (apesar do número ter melhorado nos governos petistas).

Com o pouco número de salas, o distribuidor nacional acaba não tendo espaço efetivo para os filmes brasileiros em salas comerciais. A importância de ter espaço em circuitos comerciais de exibição é que, por possibilitar a contagem de público, serve para o produtor auferir recursos financeiros junto a editais da Ancine. Existem espaços não comerciais para o filme nacional, contudo, com exceção da SP Cine, eles não servem para a contagem de público e por consequência para a continuidade democrática da produção de longa metragem nacional.

No Brasil, é difícil produzir filmes sem recursos públicos e sem a oportunidade de novos produtores participarem de editais, a produção nacional acaba por ficar concentrada em poucas produtoras, o que leva a hegemonia interna de produção, distribuição e exibição do cinema nacional.

A partir da pouca demanda por filmes independentes, a distribuição passa a se concentrar em nichos de mercados específicos, como, por exemplo, filmes destinados a acadêmicos. Muitos dos filmes de produção independente são distribuídos em grandes centros, em que há um público mais diversificado para a demanda de filmes alternativos. Porém, a pouca disponibilidade de salas para exibição do filme nacional, de certa forma, torna o cinema independente elitista, pois quem acaba por ter acesso e conhecimento é o público das grandes cidades ou que participa de festivais.

É notória a ação das majors para a distribuição do filme norte-americano em todos os meios de exibição audiovisual. No cinema comercial, no cinema gratuito e na televisão, nesses três canais de exibição fílmica as majors distribuem suas produções através da venda de pacotes e licenças que torna vantajosa aos exibidores a compra de produtos de Hollywood em relação as produções nacionais. Se não fosse por um forte valor ético e de comprometimento com o cinema nacional, até as salas de exibição gratuita talvez fossem dominadas por blockbusters.

Conforme comentado por E4, a exibição de filmes nacionais na televisão apresenta muito mais audiência do que as produções norte-americanas, no geral. Isso, talvez, seja pelo fato de que o público que não possuiu condições financeiras de ir ao cinema, esteja mais familiarizado com a produção nacional. Assim, percebe-se que existe audiência para a produção brasileira, porém o alto custo de ir ao cinema afasta a classe que mais se identifica com os filmes nacionais. Apesar de existirem salas que exibem a produção nacional de forma gratuita, dois pontos ainda devem ser considerados: o primeiro é que as salas de exibição não comercial, em sua grande maioria estão localizadas nas capitais, onde a maior parte da população tem uma preferência mais pronunciada pelo cinema hegemônico e o segundo é que as pessoas, conforme explica E5, se acostumaram a pagar, elas dão mais valor a algo quando envolve uma transação comercial.

No Brasil não existem grandes distribuidoras para o filme nacional, as principais são a Globo Filmes, que está voltada principalmente ao blockbuster nacional, e a Vitrini Filmes, que trabalha de maneira intensa na formação de público para o cinema independente, mas encontra muitas dificuldades burocráticas em relação a exigências da Ancine.

Na produção brasileira, diferente do que acontece na produção norte-americana, não se percebe a participação efetiva de empresas privadas no orçamento dos filmes. A participação de empresas privadas nos orçamentos dos filmes nacionais, como patrocinadores poderia vir a ser interessante economicamente para o Brasil, pois além de proporcionar maiores orçamentos para a produção nacional, produtos da indústria brasileira seriam divulgados, o que fortaleceria o mercado de produtos nacionais. Contudo, para isso o cinema nacional teria que ser visto como uma indústria que proporciona desenvolvimento econômico para o país e não apenas como uma simples forma de entretenimento.

Diferente do que ocorre no sudeste asiático e Europa em que o governo desenvolve medidas de apoio e de proteção à indústria nacional, detecta-se a falta de políticas eficientes voltadas para a produção, distribuição e internacionalização do cinema brasileiro e isso é considerado o responsável pela ocupação norte-americana no cinema nacional.

A forma como a estrutura industrial e política do cinema brasileiro está organizada não contribui com o crescimento democrático e diversificado do cinema nacional. Existem muitas produções alternativas, mas que acabam não tendo muito espaço para serem exibidas a grandes públicos. “Sem um governo forte”, nas palavras de E10, “não é possível que o cinema nacional chegue a população”. Por se tratar de uma arte tecnológica em que as transações comerciais são o ponto de relevância para a grande maioria dos exibidores, os blockbusters são as produções que acabam sendo as dominantes.

Quanto mais o tempo passa, com todas as práticas de mídias e sem nenhum tipo de restrição legal ao ocupante, mais se faz necessária a ação do Estado como agente promotor da isonomia competitiva, para continuar a existir as produções de longa-metragens nacionais - que de alguma forma elevem o desenvolvimento econômico e social do país. Pois a arte cinematográfica leva o indivíduo a conhecer sua história raiz, promove o pensamento crítico e o desenvolvimento social com fim a minimizar as diferenças sociais e preconceitos. O cinema é capaz de tornar uma nação soberana e não submissa ao imperialismo promovido pelo capital.

## REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO

AFP. **China se torna o maior mercado mundial do cinema**. Revista Isto É. Maio/2018. Disponível em: <https://istoe.com.br>. Acesso em: Nov/2018

ANCINE - Agência Nacional do Cinema. **Ancine regulamenta artigo 3º-A da Lei do Audiovisual**. Publicado em 2008. Disponível em: [www.ancine.gov.br](http://www.ancine.gov.br). Acesso em: Jul/ 2017.

ANCINE - Agência Nacional do Cinema. **Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual**. Disponível em: <http://oca.ancine.gov.br>. Acesso em: Jun/2017, Ago/2018

ANDRE, Thiago de Afonso. **Cinema digital: a recepção nas salas**. Universidade de São Paulo - Escola de Comunicação e Artes. Tese de Doutorado. São Paulo. 2017.

AROUXA, Tania; DALTO, Edson; SANTOS, Vania; CALDERON, Patrícia. **A distribuição digital - o caso da indústria cinematográfica**. VIII Simpósio de excelência em gestão e tecnologia. (2011). Disponível em: <https://www.aedb.br>. Acesso em: Jan/2018

BANDEIRA, Luiz Alberto. **A Importância Geopolítica da América do Sul na Estratégia dos Estados Unidos**. Revista Escola Superior de Guerra. ISSN 0102-1788. V.24 n°50 Jul/Dez, 2008.

BAPTISTA, Mauro; MASCARELLO; Fernando. **Cinema Mundial Contemporâneo**. Campinas/SP: Papirus. 2008.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70. 2011.

BARONE, João Guilherme. **Comunicação e Indústria Audiovisual – Cenários Tecnológicos e Institucionais do Cinema Brasileiro na Década de 90**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

BARONE, João Guilherme. **Exibição, crise de público e outras questões do cinema brasileiro**. e-ISSN: 1980-3710. Farmecos/PUCRS. 2008.

BERNARDET, Jean-Claude. **Cinema Brasileiro. Proposta para uma história**. Rio de Janeiro: Paz e Terra. 2005.

BERNARDET, Jean-Claude. **Historiografia Clássica do Cinema Brasileiro**. 2ª edição. São Paulo: Annablume, 2005.

BERNARDET, Jean-Claude. **O que é Cinema**. Brasiliense: São Paulo: Brasiliense, 1980.

BOLAÑO, Cesar; SANTOS, Cristina; DOMINGUEZ, José. **A indústria cinematográfica no Mercosul: economia, cultura e integração**. Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación. Dossiê Especial Cultura e Pensamento, Vol. I - Espaço e Identidades, nov. 2006. Disponível em: [www.eptic.com.br](http://www.eptic.com.br). Acesso em: Mar/2017.

CARMELO, Bruno. **Brasil de torna o 10º maior mercado de cinema do mundo**. Publicado em 2017. Disponível em: <http://www.adorocinema.com>. Acesso em: Fev/2018.

CHANG, Ha-Joon. **Chutando a Escada: a estratégia de desenvolvimento em perspectiva histórica**. São Paulo: UNESP, 2004.

Estadão. **Disney compra a Marvel em operação de US\$ 4 bilhões.** Publicado em 2009. Disponível em: <http://economia.estadao.com.br>. Acesso em: Out/2017.

FELINTO, Erick. **Cinema e tecnologias Digitais. História do Cinema Mundial.** Org. Fernando Mascarello. Papirus Editora. (2006). p. 413 - 430.

FILME B. **O maior portal sobre mercado de cinema no Brasil.** Disponível em: [www.filmeb.com.br](http://www.filmeb.com.br). Acesso em: Abr/2017.

FURTADO, Celso. **A Hegemonia dos Estados Unidos e o Subdesenvolvimento da América Latina.** Civilização Brasileira: Rio de Janeiro. 3° ed, 1978.

FURTADO, Celso. **Cultura e desenvolvimento em época de crise.** Rio de Janeiro: Paz e Terra. 1984.

FURTADO, Celso. **Formação Econômica do Brasil.** São Paulo, Editora Nacional, 1991.

FURTADO, Celso. **O Capitalismo Global.** Paz e Terra: São Paulo. 1998.

FURTADO, Celso. **O Mito do Desenvolvimento Econômico.** São Paulo: Paz e Terra. 1974.

GATTI, André Piero. **A distribuição comercial cinematográfica.** São Paulo: Centro Cultural. Caderno de Pesquisa: v 7. 2007.

GATTI, André. **Distribuição e Exibição na Indústria Cinematográfica Brasileira.** Tese de Doutorado. Unicamp - Campinas: São Paulo, 2005.

GENESTRETI, Guilherme. **Governo tira cineastas e chama grupo de estrangeiros para conselho de cinema.** Folha de São Paulo. Dez/2018. Disponível em [www1.folha.uol.com.br](http://www1.folha.uol.com.br). Acesso em: Dez/2018

GERBASE, Carlos. **Aluga-se o Cinema Brasileiro.** Disponível em: [www.casacinepoa.com.br](http://www.casacinepoa.com.br). Acesso em: Mar/2016.

GERHARDT, Tatiana; SILVEIRA, Denise. **Métodos de Pesquisa.** Coordenado pela Universidade Aberta do Brasil – UAB/UFRGS e pelo Curso de Graduação Tecnológica – Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural da SEAD/UFRGS. – Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GIANNASI, Ana Maria. **Reflexões sobre o cinema feito hoje no Brasil.** Revista Aurora. 2006. p. 50-66. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br>. Acesso em: Set/2017.

GIL, Alexandra. **Breaking the studios: antitrust and the motion picture industry.** N.Y.U. Journal of Law & Liberty. Vol. 3:83. 2008.

GOMES, Paulo Emílio Sales. **Cinema: trajetória no subdesenvolvimento.** Rio de Janeiro: Paz e Terra/Embrafilme, 1980.

GOMES, Paulo Emílio Sales. **Crítica de Cinema no Suplemento Literário,** RJ: Paz e Terra, vol.2, 1982.

GRAMSCI, Antonio. **Americanismo e Fordismo.** São Paulo: Hedra. 2008.

GRAMSCI, Antonio. **Cadernos do Cárcere**. Volume 1. Tradução Carlos Nelson Coutinho. Civilização Brasileira: Rio de Janeiro, 1999.

GRUPPI, Luciano. **Conceito de Hegemonia em Gramsci**. 2º ed. Graal: Rio de Janeiro, 1980.

HENNEBELLE, Guy. **Os Cinemas Nacionais Contra Hollywood**. Paz e Terra: Rio de Janeiro, 1978.

IANNI, Octavio. **O declínio do Brasil-nação**. Estudos Avançados. Vol. 14 n° 40 São Paulo. 2000 On-line version ISSN 1806-9592 2000. Disponível em: <http://www.scielo.br>. Acesso em: Set/2018.

JAMBEIRO, Othon; BRITTOS, Valério; SIMIS, Anita. **O capitalismo internacional e as novas configurações da regulação da informação e da comunicação**. ALAIC - Revista Latino Americana de Ciencia de la Comunicación. n. 6, p. 42-59, 2011.

LEE, Kevin. "The Little State Department": Hollywood and the MPAA's Influence on U.S. Trade Relations. 28 Nw. J. Int'l L. & Bus. 371 (2007-2008).

MATTA, João Paulo Rodriguês. **Marcos histórico-estruturais da indústria cinematográfica: Hegemonia norte-americana e convergência audiovisual**. IV ENECULT. Publicado em 2009. Disponível em <http://www.cult.ufba.br>. Acesso em: Abr/2018.

MELEIRO, Alessandra. **Cinema e Mercado**. São Paulo: Escrituras Editora, 2010.

MORAES, Isaias Albertin. **Política e Cinema na era da Boa Vizinhaça (1933-1945)**. História e Cultura, Franca, v. 4, n. 1, p. 277-301, mar. 2015.

MOTTA, Cláudia. **Mudança no Conselho Nacional de Cinema é Perversa**. Brasil de Fato. Dez/2018 Cultura. Disponível em: [www.brasildefato.com.br](http://www.brasildefato.com.br). Acesso em: Dez/2018.

MPAA, Motion Picture Association of America. Site oficial: <http://www.mpa.org/>. Acesso em Mai/2017; Nov/2017; Ago/2018.

MPLC. Motion Picture Licensing Corporation. **Distribuidores associados no Brasil**. Disponível em: [www.mplcbrasil.com.br](http://www.mplcbrasil.com.br). Acesso em: Ago/2018.

NYE, Joseph. **Soft Power: the means to success in world politics**. Public Affairs: New York. 2004.

ORBACH, Barack Y. **Antitrust and Pricing in the Motion Picture Industry**. Yale Journal on Regulation 21: 317-366 (2004).

PARAIRE, Philippe. **O Cinema de Hollywood**. Tradução Marina Appenzeller. São Paulo: Martins Fontes, 1994.

PARANAGUÁ, Paulo Antônio. **Cinema na América Latina**. L&PM Editora. Porto Alegre/RS, 1984.

PETRAS, James; VELTMEYER, Henry. **Hegemonia dos Estados Unidos no novo milênio**. Petrópolis - RJ: Vozes. 2000.

PORTELLI, Hugo. **Gramsci e o Bloco Histórico**. Paz e Terra: Rio de Janeiro, 1977.

QUINTANEIRO, Tânia. **Cinema e guerra: objetivos e estratégias da política estadunidense no Brasil**. Scielo: Brasil. vol.23 n°.37 - Belo Horizonte Jan./June 2007. ISSN 1982-4343. Disponível em: <http://www.scielo.br>. Acesso em: Jul/2016.

REIS, Ronaldo Rosas. **Cinema, multiculturalismo e dominação econômica**. Critica Marxista. 2005. Disponível em: [www.ifch.unicamp.br](http://www.ifch.unicamp.br). Acesso em: Out/2016.

REZENDE, Mário José. **Celso Furtado e Karl Mannheim: uma discussão acerca do papel dos intelectuais nos processos de mudança social**. Acta Scientiarum. Human and Social Sciences. Maringá, v. 26, n. 2, p. 239-250, 2004.

ROXO, Eduardo. E.U.A. e Hollywood: **O Desejo da Projecção Global**. Dissertação de Mestrado em Estudos Americanos. Universidade Aberta, Lisboa, 2006. Disponível em: <https://repositorioaberto.uab.pt>. Acesso em: Out/2017.

SCHLESENER, Anita Helena. **Hegemonia e cultura: Gramsci**. Curitiba: Ed. Da UFPR, 1992.  
SILVA, Hadija Chalupe. **O Filme nas Telas – Distribuição do Cinema Nacional**. São Paulo: Terceiro Nome, 2010.

SIMIS, Anita. **A contribuição da cota de tela no cinema brasileiro**. Publicado em 2009. Disponível em: [www.seer.uece.br](http://www.seer.uece.br). Acesso em: Mar/2017.

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

SMITH, Adam. **An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations**. Tradução: Luis João Baraúna. Volume1. Nova Cultura: São Paulo, Copyright 1996.

STAM, Giba. **Qual a diferença entre a sala digital e a sala comum?** Publicado em 18 abr 2011. Acesso em maio de 2018. Disponível em: <https://mundoestranho.abril.com.br/tecnologia>. Acesso em: Fev/2018.

VIVEIRO, Paulo. **Cinema e Tecnologia: Novas interações**. Livros de actas - 4º Congresso. Sopcom. Universidade Lusófona. pg. 1045 - 1054. 2005.

WASKO, Janet. **“Can Hollywood Still Rule the World?”**. Cultural Politics in a Global Age. Edited by David Held and Henrietta L. Moore with Kevin Young. A Oneworld Book. ISBN-13:978-1-85168-540-0. p. 187-195. 2007.

WHITINGTON, Paul. **How the Great Depression inspired Hollywood's golden age**. October, 4, 2008. Disponível em: [www.independent.ie](http://www.independent.ie). Acesso em: Mar/2018.

## Apêndice I

### Questionário enviado a MPAA

1. No Brasil, qual o principal função da MPA-AL?
2. De que forma a MPA-AL representa os interesses dos estúdios associados?
3. Que tipos de interesses a MPAA representa?
4. Poderia discriminar que práticas são realizadas pela MPA-AL para a promoção e fomento ao processo criativo, e para que os conteúdos audiovisuais cheguem com qualidade a todos os públicos?
5. Que atores do setor audiovisual brasileiro a MPA-AL tem as principais parcerias?
6. Que programas a MPA-AL tem no Brasil para estímulo a exportação do conteúdo audiovisual brasileiro?
7. Como a MPA-AL atua para garantir os direitos dos produtores/distribuidores do audiovisual?
8. A MPA-AL atua para garantir que tipos de direitos no audiovisual?
9. Como a MPA-AL contribui para o intercâmbio de experiências tecnológicas, culturais e de inovação no Brasil?
10. A Motion Pictures License Corporation (MPLC), faz parte da MPAA?
11. A Digital Cinema Initiatives (DCI), joint venture criada pelas majors Disney, Fox, Paramount, Sony, Universal e Warner, tem alguma relação com a MPAA?
12. A MPAA participa de alguma ação para estimular (ou fomentar) a distribuição cinematográfica das majors no Brasil?
13. A MPAA participa, junto à órgãos do governo brasileiro, na elaboração de leis de incentivo ao audiovisual?



## Apêndice II

### Questionário da entrevista

1. Na sua opinião, qual a principal dificuldade para a produção cinematográfica brasileira, ocupar as salas de cinema?
2. Há tempos atrás, a importação de filmes de origem norte-americanas era atrelada a exportação do café, para os Estados Unidos. Atualmente o segundo principal parceiro comercial do País, os EUA elevaram em 16% as suas compras no ano passado, a US\$ 26,8 bilhões. Os produtos mais importados foram os óleos brutos de petróleo (+136,3%, a US\$ 2,7 bilhões) e semimanufaturados de ferro e aço (+45%, a US\$ 1,8 bilhão) (MDIC). Você acredita que essas relações comerciais influenciam na legislação Brasileira quanto a não tomada de medidas protecionistas mais acentuadas sobre a inserção do cinema norte-americano no Brasil?
3. A Lei do Audiovisual possibilita que produtoras de filmes invistam parte dos impostos sobre envio de divisas ao exterior em produções cinematográficas nacionais, também possibilita a associação de distribuidoras nacionais e internacionais. Você vê alguma relação entre a Lei do Audiovisual e o crescimento do modelo de produção norte-americano nas produções nacionais?
4. Os filmes distribuídos pelas distribuidoras associadas a MPAA (Sony, Disney, Universal, Warner, etc), são oferecidos por preços competitivos frente aos distribuidores nacionais, além de apresentarem estatísticas de sucesso no exterior. Por fim, devido as relações de mercado, você acredita que as distribuidoras de Hollywood acabam por determinar o preço de exibição e distribuição do filme nacional? E, na sua opinião, porque isso acontece e quais as consequências para o filme nacional?
5. A atuação vertical na indústria cinematográfica - associação entre produção, distribuição e exibição – principalmente das associadas a MPAA, faz com que um pequeno número de empresas tenham o controle dos custos envolvidos na indústria cinematográfica. Como você percebe essa prática e que consequências existem para a distribuição do cinema nacional?
6. Que práticas de mercado você percebe como sendo as mais eficientes para atrair o maior público as salas de cinema?
7. Você tem conhecimento se existe alguma prática de pressão das distribuidoras de Hollywood sobre os exibidores para assumirem pacotes de filmes, com produções do qual não teriam muito interesse?

8. Como você percebe a relação da Globo Filmes com as produtoras e distribuidoras associadas a Motion Picture Association?
9. Sabe-se que o Brasil é um país importador de tecnologia para a produção e exibição cinematográfica. Na sua opinião, como a importação de tecnologia restringe o acesso a produção cinematográfica as salas de cinema?
10. Há algum padrão tecnológico (de materiais e equipamentos) exigido atualmente na produção do filme para que ele possa ser exibido no cinema multiplex?
11. Em 2002 foi criada a Digital Cinema Initiative (DCI), uma joint venture da Disney, Fox, Paramount, Sony Pictures Entertainment, Universal e Warner Bros. O principal propósito da DCI é estabelecer e documentar especificações voluntárias para a arquitetura do cinema digital, que garanta um nível uniforme e alto de desempenho técnico, confiabilidade e controle de qualidade. Você considera essas especificações servem a hegemonia no sistema de exibição?
12. Você considera que ocorreram bloqueios por parte das associadas a Motion Picture Association of America ações que de alguma forma travaram o desenvolvimento tecnológico cinematográfico no Brasil? E para o desenvolvimento do cinema brasileiro no geral?
13. Na sua opinião, porque o Brasil não desenvolve tecnologia para a indústria cinematográfica?
14. Nos estudos e durante a universidade era ensinado como referência a produção cinematográfica Hollywood?